



Panorama do Rádio em São Paulo¹

Álvaro BUFARAH²
Gisele Sayeg Nunes FERREIRA³
Júlia Lúcia de Oliveira Albano da SILVA⁴
Lenize VILLAÇA⁵
Magaly PRADO⁶
Marcos Júlio SERGL⁷
Patrícia RANGEL⁸

Resumo

O artigo busca apresentar um panorama da radiodifusão na Grande São Paulo, SP, por meio da análise das dez emissoras em AM e FM melhores colocadas no ranking do IBOPE. Destacam-se entre os pontos analisados: história da emissora, propriedade, programação, público-alvo, jornalismo.

Palavras-chave

Rádio; Inovação; Pioneirismo; Rede

A inserção do Sudeste no mercado de rádio brasileiro

O Sudeste é a região de maior população no Brasil, segundo dados do IBGE de 2008, ultrapassando 72 milhões de pessoas, o que corresponde a 42% do total de habitantes, concentrando a maior densidade demográfica do país, com cerca de 80 moradores por quilômetro quadrado. Também ostenta o mais alto índice de urbanização (90,5%), com algumas das maiores cidades do país como São Paulo, Rio de Janeiro e Belo Horizonte.

¹ Trabalho apresentado no GP Mídia Sonora, X Encontro dos Grupos de Pesquisas em Comunicação, evento componente do XXXIII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.

² Jornalista, espec. em Política Internacional pela Escola de Sociologia e Política de São Paulo, mestre em comunicação e mercado pela Fundação Cásper Líbero. Professor dos cursos de RTV e Publicidade e Propaganda da FAAP, professor do curso de Jornalismo da Uni9 e de RTV do Centro Univ. Belas Artes.

³ Doutoranda em Comunicação e Semiótica (PUC-SP), mestre em Ciências da Comunicação (ECA-USP), professora da Universidade Anhembi Morumbi (SP). gisele.sayeg@gmail.com

⁴ Mestre em Comunicação e Semiótica, docente da Unisa e Centro Universitário Belas Artes de São Paulo. julira@uol.com.br

⁵ Mestre em Ciências da Comunicação pela ECA/USP. Professora da Universidade Presbiteriana MACKENZIE, do UniFIAMFAAM e da FECAP. E-mail: levox@uol.com.br.

⁶ Mestre em Tecnologias da Inteligência e Design Digital (PUC-SP) doutoranda em Comunicação e Semiótica (PUC-SP), docente da Faculdade Cásper Líbero. <magalyprado@uol.com.br>

⁷ Pós-Doutor em Comunicações, Doutor e Mestre pela Escola de Comunicações e Artes da Universidade de São Paulo. Professor da Universidade de Santo Amaro, da Fapcom e da Universidade Anhembi Morumbi. Regente do Coral da Cultura Inglesa de São Paulo e do Coral Vozes da Mooca.

⁸ Mestre em Comunicação na Contemporaneidade, docente das faculdades Integradas Rio Branco e Centro Universitário Belas Artes de São Paulo. Email: patriciarangel@uol.com.br



Do ponto de vista econômico, esta região é a mais desenvolvida e industrializada entre as economias de todas as áreas brasileiras, contendo mais da metade da produção industrial do país e significativa produção agrícola, com alta produtividade por hectare. Segundo o Grupo de Mídia do Estado de São Paulo, a distribuição dos investimentos de mídia no ano de 2008 indica que a região também é detentora das maiores verbas publicitárias, sendo que a capital paulista é o maior mercado entre todos os veículos de comunicação do país. Pesquisa Intermeios mostra que o mercado de TV paulistano recebeu em 2008, 28,6% do total de investimentos no setor. O interior do Estado também detém a marca impressionante de 12,6% dos investimentos feitos em publicidade televisiva, seguido pela capital fluminense, com 11,3%. Na pesquisa, após estas três sub-regiões é que aparecem as demais regiões brasileiras com 14,4% para o Sul, 12,6% para o Nordeste, 8,1% para o Centro-Oeste, e 3,3% para a região Norte. Este padrão de investimento que privilegia as capitais da Região Sudeste, com ênfase para a cidade de São Paulo, também se reflete nas demais mídias (rádio, jornais, revistas e mídia externa).

Especificamente no setor de radiodifusão, a capital paulista é o mercado que mais fatura entre todas as regiões brasileiras, recebendo 46,2% dos investimentos feitos no país. A capital fluminense recebe 14,9% do bolo publicitário do setor e o interior de São Paulo, mais 6,6%: isso equivale a mais de 67% do faturamento do meio rádio em todo o Brasil. Segundo o anuário Mídia Dados, embora o meio rádio tenha ficado em 4º lugar entre os meios de comunicação na distribuição de verbas, com 15,9%, ainda é um dos meios de maior audiência em todo o país. Sendo que no ano de 2008, apenas rádio, TV e outdoor registraram variação real positiva de suas tabelas de preço. O meio rádio teve um aumento real de 2,9% em seus preços de comercialização nesse período, diante de 5,9% para a TV aberta e 1,2% para outdoor.

Emissoras de Rádio da Região Sudeste

Segundo levantamento sobre Radiodifusão no Brasil, realizado pela FGV/Abert, 64% das receitas de rádio vêm através das agências de publicidade, 27% de publicidade direta, 1,5% de cessão de espaço de programação, 1,8% de doações, 1,9% de permutas, 2,2% de outras formas e apenas 0,7% de eventos. A mesma pesquisa indica que 37% das emissoras de frequência modulada (FM) têm em sua grade de programação programas com músicas nacionais, contra 17% das de Amplitude Modulada (AM). Em



segundo lugar na preferência das emissoras estão programas de variedades com 28% para as FMs e 18% para as AMs. Mas quando tratamos de informação a configuração do mercado, muda favoravelmente para as emissoras AM, com 17,2 % de programação jornalística contra 9% das FMs. O mesmo se registra para programas esportivos, com 10,7% no AM apenas e 3,3% no FM. Os dados revelam a força do rádio como veículo local tendo em sua receita 43,1% de investimentos publicitários do comércio varejista, seguido pelo mercado de perfumaria e farmácia com 9,2% e o financeiro com 8,3%.

Emissoras de Rádio da Capital paulista

De acordo a Associação das Emissoras de Rádio e TV do Estado de São Paulo, em 2008, a Capital paulista tinha 10.994.186 habitantes, sendo 10.411.543 na região urbana e apenas 582.643 na rural.

O mercado de rádio paulista tem um forte aliado no suporte portátil dos receptores instalados nos veículos, pois a cidade de São Paulo possui uma frota de 5.427.474 veículos. A analisarmos os dados da AESP sobre as empresas na Capital do Estado, verificamos que 66.136 são da área industrial, 297.275 do setor de serviços, 1.532 de agronegócios e 229.528 do setor de comércio. Estes dados justificam a força do mercado de publicitário paulista, conforme vimos anteriormente.

Nem todas as empresas de radiodifusão estão associadas à AESP, sendo que nos quadros da instituição estão registradas apenas 11 emissoras AM e 15 FM na Capital paulista. A pesquisa Ibope para a cidade de São Paulo indica o seguinte ranking de audiência para as emissoras FM⁹, em ouvintes por minuto:

1. Tupi FM: 234.247,56	10.Jovem Pan II FM: 98.067,92	19.Tropical FM: 46.137,77	28.Eldorado FM: 13.339,33
2. Nativa FM: 211.243,90	11. 105 FM: 96.684,85	20. Imprensa FM: 42.606,27	29. Cultura FM: 12.969,83
3. Transcontinental FM: 199.741,57	12. Nova Brasil FM: 76.039,19	21.Transamérica FM: 35.617,78	30. Deus é Amor FM: 11.374,94
4. Mix FM: 172.334,95	13. Vida FM: 70.738,39	22. Nossa Radio FM: 31.801,24	31. 107 FM: 10.062,18
5. Gazeta FM:	14. Antena 1 FM:	23. Musical FM:	32. Mundial FM:

⁹ Os dados são referentes à Grande São Paulo, out/2009 a dez/2009, ambos os sexos, 6h às 19h, segunda a sexta-feira.



146.302,92	68.955,09	29.642,84	9.908,78
6. Alpha FM: 128.269,01	15. Kiss FM: 59.055,93	24. Bandeirantes FM: 26.913,16	33. Mitsubishi FM: 5.440,47
7. Band FM: 117.298,09	16. CBN FM: 55.579,68	25. Bandnews FM: 20.030,39	34. USP FM: 4.690,22
8. Metropolitana FM: 110.149,28	17. Rede Aleluia FM: 53.523,89	26. Terra FM: 18.783,31	35. Oi FM: 2.338,69
9. 89 FM: 109.825,94	18. Energia 97 FM: 48.648,46	27. Sul América Transito FM: 14.344,37	36. Expressão FM: 1.306,88

A mesma pesquisa, no igual período, indica o seguinte ranking para o mercado de emissoras AM, em ouvintes por minuto:

1. Globo AM: 148.233,74	10. América AM: 9.477,87	19. ABC AM: 2.236,56
2. Capital AM: 94.631,45	11. Boa Nova AM: 8.879,08	20. Gazeta AM: 2.134,39
3. Bandeirantes AM: 48.618,78	12. Terra AM: 8.555,17	Metropolitana AM: 2.056,93
4. Jovem Pan AM: 35.514,06	13. Nacional Gospel AM: 7.993,98	21. Iguatemi Mogi AM: 1.978,56
5. Record AM: 35.300,81	14. Mundial AM: 6.955,11	22. Nova Difusora AM: 1228,90
6. Tupi AM: 19.083,40	15. Morada do Sol AM: 5.949,03	23. Universo AM: 1076,50
7. 9 de Julho Católica AM: 16.434,65	16. Eldorado AM: 5.861,73	24. Trianon AM: 866,10
8. Imaculada Conceição AM: 12.687,96	17. São Paulo AM: 4.355,64	25. Cultura Brasil AM: 562,70
9. CBN AM: 11.448,14	18. Iguatemi AM: 3.023,01	26. Super Rede Boa Vontade AM: 318,57



Ao compararmos o número de emissoras afiliadas à associação das empresas do setor no Estado de São Paulo com o número de emissoras registradas nas pesquisas de audiência, percebemos a variação de empresas não ligadas à entidade. Este dado revela a forte concorrência e as divergências entre as empresas do setor. Para a realização dessa pesquisa focamos nossos esforços nas dez principais emissoras AM e FM tendo base as duas tabelas de audiência indicadas anteriormente. Para tanto, elaboramos o seguinte panorama para essas principais emissoras, listadas aqui por ordem alfabética:

Rádio Alpha FM 101,7

A Alpha FM é uma emissora controlada pelo GC2, Grupo Camargo de Comunicação, inaugurada em 1º de novembro 1987, com programação musical nacional e internacional, voltada ao público adulto. Recentemente, a emissora ampliou esse público para ouvintes da classe AB, acima de 25 anos, formadores de opinião, com grande poder aquisitivo e cultural, segmento adulto qualificado. Atualmente, a programação é composta por *flashbacks* das décadas de 1970 e 1980, intercalada com MPB e canções adulto contemporâneo e internacional. Desde o início, a maior concorrente é a Antena 1. A Rádio Alpha FM tem 100% de locução feminina.

Rádio América AM 1410

Iniciou suas transmissões em 17 de agosto de 1934, com o prefixo PRA-0, depois alterado para PRB-6. Fundada em novembro de 1931, pela Organização Byington, foi inaugurada oficialmente no dia 15 de outubro daquele mesmo ano, contando, então, com o auditório “Salão Azul”, palco para shows, peças de teatro, filmes e bailes. Em maio de 1937, a mantenedora Sociedade Rádio Cosmos passou a ser denominada Sociedade Anônima e, em 1945, ganhou o nome de Rádio América. Os padres e irmãos Paulinos assumiram a administração da rádio em 1967, que passou a irradiar do prédio próprio, na Rua Dr. Pinto Ferraz, onde está até hoje.

Pertencente à Rede Paulus Sat, a partir de 28 de agosto de 2006, a Rádio América passou a transmitir programas da Rede Canção Nova, sendo a segunda geradora da rede. A grade da emissora está predominantemente voltada para programas de evangelização, o que fica claro nas vinhetas: “*Uma Canção Nova em Sua Vida! Vinte e quatro horas de evangelização no Brasil e no mundo*” e “*Um novo tempo está no ar*” e em programas como *Adoração na Maratona da Oração*, *Encontro com a Misericórdia* (com Márcia



Louzada), *Clube do Ouvinte* e *Terço da Providência* (com Vanessa Lacquaneti), *Papo Aberto* (com Gabriel Chalita), *Diálogo com Deus* (com o Padre Sílvio Andrei), além do *Dai-nos a Bênção* (nas noites de segundas-feiras, com o Padre Renato Vieira), *Canção Nova*, *Fim de Tarde* e *Nossa noite com Maria* (um dos programas de maior audiência, que tem a participação do ouvinte). Ocupa a 10ª posição no Ibope da Grande São Paulo.

Rádio Bandeirantes AM 840

Foi fundada em 6 de maio de 1937, como Sociedade Bandeirantes de Radio Difusão – PRH-9, o embrião do complexo de comunicação que está instalado atualmente na Capital paulista. Na metade dos anos 40, a rádio passou a integrar o grupo “Emissoras Unidas” gerenciado por Paulo Machado de Carvalho, junto com as rádios Record, Panamericana, São Paulo, Excelsior e Difusora Hora Certa de Santo Amaro. Em 1947, “o doutor Paulo”, como era conhecido, vendeu sua participação para Adhemar de Barros, eleito Governador do Estado. No ano seguinte, foi comprada pelo cunhado do governador, João Jorge Saad.

A emissora foi a primeira a utilizar o modelo de participação de radiojornais na programação nas 24 horas do dia. Atingiu grande popularidade nos anos 1960 com uma equipe diferenciada. Nesse período, destaque para Alexandre Kadunc, que criou alguns dos noticiosos mais comentados na época como *Primeira Hora*, *Correspondente Renner* e *Nosso Correspondente*. Destaque também para Hélio Ribeiro, no comando do programa *O poder da Mensagem*, de grande audiência nas tardes paulistanas.

Uma das tradições da emissora é a cobertura de esportes que começou na metade dos anos 1940 com Ary Silva, Dárcio Ferreira, Edson Leite, seguidos, entre outros, por Haroldo Fernandes, Fernando Solera, Sílvio Luiz, José Silvério e Pedro Luiz Paoliello, que formou com Edson a dupla imbatível das Copas de 58 e 62. Também destaque para Fiori Gigliotti que em 1963 montou o famoso “Escrete do Rádio”.

A rádio foi decisiva para a implantação da televisão, em 1967, consolidando a cobertura esportiva, os investimentos em equipamentos, bem como projetos e coberturas ousados. Em 1958, por exemplo, foi a primeira a criar o conceito de Rede com a *Cadeia Verde-Amarela Norte-Sul do Brasil* para as transmissões da Copa do Mundo da Suécia, somando 400 emissoras em todo o país. Também foi pioneira na transmissão simultânea entre as cidades do Rio de Janeiro e São Paulo, e a primeira a usar o sistema de satélite no Brasil. Com o slogan “*A rádio que tem opinião*”, a emissora tem público com perfil



adulto, acima de 25 anos, A-B e uma programação focada no jornalismo e na prestação de serviços aos moradores da Capital paulista. A postura atuante diante dos problemas da cidade a levou para a liderança no segmento jornalístico no dial paulistano.

Nos anos 2000, o grupo inovou ao criar a primeira emissora focada no trânsito da Capital, resultado da parceria com a companhia de Seguros SulAmérica (que dá nome à emissora). Na mesma linha, foi lançada a Mitsubishi FM (parceria com a montadora) focada no público com bom poder aquisitivo e que utiliza os veículos da marca. Atualmente, o Grupo Bandeirantes é composto por seis emissoras distintas que atendem a gama variada de públicos no dial paulistano: Band FM, Nativa FM, Bandeirantes AM, Band News FM, SulAmérica Trânsito FM, e Mitsubishi FM. Três delas estão entre as dez primeiras colocadas do ranking de audiência: Nativa FM em 2º lugar e Band FM em 7º lugar. A Rádio Bandeirantes ocupa hoje a 3ª posição no Ibope da Grande São Paulo.

Rádio Band FM 96,1

A emissora aposta na interação com os ouvintes através de promoções e de ferramentas digitais. Tanto que o atual slogan é “*A sua rádio, do seu jeito*”. No ar há 32 anos, a rádio está presente em 700 municípios do País pela rede que leva o nome da emissora. Com isso, atinge cerca de 40 milhões de ouvintes no Brasil.

A programação é voltada ao público jovem que gosta de sucessos como pagode, samba, sertanejo universitário e pop nacional. Também tem boa visibilidade por ser a rádio oficial dos principais eventos para este público, como a Festa de Peão de Barretos e o carnaval de Salvador. São destaques da programação: *Hora do Ronco*, *Micareta Axé Band*, *Área Vip* e o *Login*, onde a pauta é composta por temas de interesse dos jovens discutidos com os ouvintes via SMS, MSN, Orkut, Facebook, Twitter e pelo telefone. A Band FM ocupa hoje a 7ª posição no Ibope da Grande São Paulo.

Rádio Capital AM 1040

A Rádio Capital é o nome fantasia da Rádio Novo Mundo Ltda, emissora fundada, em 1975 e que em 1978 foi adquirida por Edevaldo Alves da Silva. O nome de Rádio Capital nasceu em 25 de janeiro daquele ano, justamente no dia do aniversário da cidade de São Paulo. Na realidade, a emissora fazia parte de um projeto maior, a Rede Capital de Comunicação, a ser formada, em 1980, por oito emissoras AM e duas FM. Nos anos 1990, a rede se dissolveu e, a partir de 1996, Nelson Morizono, então proprietário da



DM Farmacêutica, abriu negociação para ser o novo dono. A Rádio Capital disputa mês a mês a liderança de audiência com a Rádio Globo no segmento AM popular.

Rádio CBN AM 780

A CBN (Central Brasileira de Notícias) nasceu em 1º de outubro de 1991 como a primeira emissora *all news* do Brasil. No Rio de Janeiro, a CBN substituiu a Rádio Eldorado e, em São Paulo, a Rádio Excelsior, ambas no AM. Hoje, a programação da CBN é produzida e veiculada por uma rede composta por quatro emissoras próprias nas praças de São Paulo, Rio de Janeiro, Belo Horizonte, Brasília e 23 afiliadas.

Em diálogo com o projeto idealizado pelas organizações Globo, a programação nacional é alternada com a local a fim de ganhar escala, sem perder a proximidade com o ouvinte. A cabeça de rede, local onde é gerada a programação, é São Paulo. O Rio de Janeiro ancora a rede durante a madrugada e das 9h30 às 12h cada praça gera seu programa local. As diretrizes da programação da Rádio CBN AM de São Paulo seguem associadas ao desafio primeiro de derrubar o mito de que radiojornalismo não tinha audiência e sustentabilidade econômica, produzindo um jornalismo com clara distinção entre editorial, informativo e interpretativo. No processo de desenvolvimento e implantação destacam-se os nomes de Oscar Ulisses, Heródoto Barbeiro e Sidney Rezende, sob orientação do então diretor de Jornalismo José Guilherme.

O início foi marcado por repetições de entrevistas e até veiculação de músicas na primeira semana. Hoje, a CBN traduz na prática seu slogan - “*A rádio que toca notícia*” - com uma programação totalmente voltada à informação, incluindo esportes. A partir de 1995, a Rádio CBN São Paulo inicia sua retransmissão em frequência modulada (90,5), tornando-se a primeira FM jornalística na cidade. Programas como *Jornal da CBN*, com Heródoto Barbeiro; *CBN São Paulo*, apresentado por Milton Jung e *Fim de Expediente*, com Dan Stulbach, são alguns dos destaques da programação, que explora diferentes formatos de transmissões ao vivo, inclusive fora dos estúdios, com participação de correspondentes de país e do mundo. Direcionada para público A-B (formador de opinião), a CBN São Paulo abre muitas possibilidades de interação com o ouvinte, como telefone, redes sociais, e-mails, arquivos de programas ou trechos disponíveis no site da emissora. Ocupa a 9ª posição no Ibope da Grande São Paulo.

Rádio Gazeta FM



A Gazeta FM (88,1) pertence à Fundação Cásper Líbero e surgiu em 18 de fevereiro de 1976. Inicialmente, a programação era voltada à elite cultural, enfatizando a música erudita e a clássica. Os espetáculos eram transmitidos diretamente do auditório da emissora frequentado pela alta sociedade. Por quase 20 anos, a Gazeta FM cultivou o mesmo perfil. Tocava música ambiente quando, em 1992, Beto Rivera tirou a rádio do último lugar do *ranking* geral. No período de três anos, a rádio passou a figurar entre as cinco primeiras. A programação atual é musical. Não é uma rádio de destaque entre os comunicadores. O perfil é 70% mulher – público adulto bem distribuído desde o jovem de 10 anos, de todas as classes sociais, com a grande fatia na classe C. Dois jornalistas produzem notícias em pílulas espalhadas na programação. O slogan é: “*Gazeta FM a primeira*”. No *ranking* de audiência, a Gazeta está como primeira no segmento de rádios que tocam música popular. A explicação é: a Tupi é sertanejo, a Nativa também, a Transcontinental, samba, a Mix, pop e a Gazeta, quinto lugar no ranking geral, tocando 60% de sertanejo, 20% de pagode, 10% de axé e 10% de música de trilha de novela.

Rádio Globo AM 1100

A atual Rádio Globo AM de São Paulo foi inaugurada pelas organizações Victor Costa, em 1º de maio de 1952, como Rádio Nacional de São Paulo, com uma programação centrada no entretenimento, predominando programas de auditório, radionovelas e humor, cujos formatos e conteúdos evidenciavam a presença dos valores do *american way of life*. Nesse sentido, era grande a influência da Rádio Nacional do Rio de Janeiro na programação da então Rádio Nacional de São Paulo que, em 1965, foi adquirida pelas Organizações Globo.

Em 1977, a emissora passou a se chamar Rádio Globo de São Paulo, apresentando uma programação marcada pela presença carismática do comunicador com vínculo direto com o ouvinte. São nomes de destaque em várias épocas Sílvio Santos, Zé Bettio, Barros de Alencar, Darcio Campos, Afanázio Jazadi, Gil Gomes, Eli Correa, Gilberto Barros, Paulo Barbosa e Paulo Lopes, entre outros, que conferiram identidade a uma programação com forte apelo popular. O modelo baseado nas conversas, na participação do público, nas narrativas de cartas e notícias policiais, embalado pelas vinhetas, situa a emissora como uma das líderes de audiência ao longo dos anos 1980 e 1990. Ainda neste período, os programas esportivos fizeram história, sobretudo com a cobertura ao vivo de jogos de futebol. O locutor Osmar Santos, figura de destaque na emissora entre



1977-1988, consolidou-se como o “pai da matéria”, com o uso de uma linguagem hábil e descontraída, e criação de bordões como “ripa na chulipa” e “pimba na gorduchinha”. A rádio mantém a liderança no segmento com uma programação popular com música, jornalismo, entretenimento, esportes e marcante participação/ interação do ouvinte intensificada pelo uso da web. Além do telefone, o ouvinte interage via chat, e-mail, correio de áudio e confere informações sobre os comunicadores, os programas e os seus destaques que podem ser ouvidos novamente. Atualmente, a Rádio Globo de São Paulo, cujo slogan é “*Bota amizade nisso*”, compõe com as emissoras do Rio de Janeiro, Belo Horizonte e Brasília, o Sistema Globo de Rádio, com transmissão conjunta de diferentes programas. A Rádio Globo ocupa hoje a 1ª posição no Ibope da Grande São Paulo.

Rádio Imaculada Conceição AM 1490

Inaugurada em 8 de dezembro de 1989, a Rádio Mauá apresentava uma programação comercial marcada por música, jornalismo e programas de variedades. Em 1995, foi adquirida pela Fundação Padre Kolbe de Rádio e TV e incorporada à obra da Associação Milícia da Imaculada. Relançada em maio do mesmo ano, com novo nome, transformou-se em cabeça de rede da Rede Milícia Sat, cujo sinal é retransmitido por 70 emissoras em todo o país.

Quase toda ao vivo, a programação é voltada à evangelização e conta com público predominantemente feminino, entre 35-45 anos, classe média baixa. “*Evangelho em primeiro lugar*” é o slogan da emissora, que aboliu os comerciais (mantendo-se com a contribuição financeira espontânea dos ouvintes), e investiu em uma grade marcada pela participação do ouvinte, programas de oração, musicais e entrevistas. Os destaques são: *Programa em Família*, variedades (11-12h, com Denis Santos) e *Deus Conosco*, programa catequético (13-14h, com Jorge Lorente), ambos de segunda a sexta. Três jornalistas produzem 12 plantões e dois programas informativos, de segunda a sexta-feira: o *Jornal Milícia Sat 1ª Edição*, das 12h30 às 13h – vencedor de vários prêmios Microfone de Prata, e considerado o melhor jornal católico do País – e o *Jornal Milícia Sat 2ª Edição*, das 18-19 h. Ocupa a 8ª posição no Ibope da Grande São Paulo.

Rádio Jovem Pan AM 620 e Rádio Jovem Pan FM 100,9

A história da rádio Jovem Pan de São Paulo começou em 3 de maio de 1944, quando foi inaugurada como Rádio Panamericana S.A. Teve como prefixo as primeiras notas da Quinta Sinfonia de Beethoven que, no código morse, representavam o "V" da Vitória.



Antes dos anos 1960, era uma rádio de entretenimento e passou a ter programas vinculados aos artistas da Jovem Guarda, de onde vem a origem do nome, em 1965. Depois, tornou-se uma rádio só de esportes (com a transmissão de jogos e Fórmula 1, e de competições do esporte amador realizadas no Brasil e no exterior) e, mais tarde, nos anos 1970, jornalística, com foco na prestação de serviços.

O público do AM está entre as classes A-B acima dos 35 anos, e o público da FM também das classes A-B, entre 15 e 24 anos. O programa de maior destaque da JP AM é o *Jornal da Manhã*, tanto que é replicado, das 6h às 9h30, na JP FM e ao longo do dia produz jornalismo musical e de entretenimento para o FM, que tem seu maior destaque no programa *Pânico*. O slogan da AM é “*A rádio do Brasil*” e da FM é “*A rádio número 1 do Brasil*”. No ranking de audiência da AM é quinto e da FM décimo. A Jovem Pan (AM- FM) tem como diretor-presidente Antonio Augusto Amaral de Carvalho – o Tuta. Em novembro de 44, a emissora foi comprada por Paulo Machado de Carvalho, passando a integrar o Grupo das Emissoras Unidas. Em 45, a Panamericana – que nasceu para transmitir novelas – foi transformada em "a emissora dos esportes", por Tuta, com projeto do diretor-geral Paulo Machado de Carvalho Filho, o Paulinho.

A grande mudança da Panamericana começou em 1966, sob a direção de Tuta. Já como Jovem Pan, iniciou vários programas com ídolos da música que, na época, faziam sucesso na TV Record. Os programas jornalísticos foram criados entre 1970-1972, período em que surgiram a *Equipe Sete e Trinta*, o *Jornal de Integração Nacional* e, o *Jornal da Manhã*, uma referência no jornalismo da rádio. Em 1973, Tuta deixou a TV Record para se dedicar à Panamericana-Jovem Pan. Em 1976, foi inaugurada a Jovem Pan 2 FM. Em 1994, a emissora implantou o Projeto Jovem Pan-SAT, transmitindo via satélite para várias regiões do país. Em 1996, a rádio estreou o portal Jovem Pan Online.

Rádio Metropolitana FM 98,5

Jayr Mariano Sanzone é o fundador da primeira Rádio Metropolitana, inaugurada em 1961. Posteriormente Sanzone criou o Sistema Metropolitana de Rádio e Televisão, formado por 17 emissoras de rádio em São Paulo. Com a morte de Jayr, em 1993, o sistema entrou em crise e em 1996, uma das emissoras desse *pool*, a Rádio Metropolitana FM, teve problemas com os equipamentos e ficou quase 30 dias fora do ar. Para não perder a concessão e salvar o patrimônio, os irmãos e sócio-proprietários Jácomo e Jayr Sanzone Júnior, assumiram a emissora. Aos poucos, a Metropolitana



conseguiu se reerguer com programação musical segmentada no pop/rock, voltada ao público jovem.

Rádio Mix FM 106,3

A Mix FM nasceu em 1997, voltada ao público jovem, tocando sucessos nacionais e internacionais. Em 1999, ocupava o 23º lugar de audiência no Ibope e sofreu a primeira reestruturação, com a entrada de Marcelo Braga, vindo da Rádio Cidade, então líder de audiência. A Rede Mix foi inaugurada seis anos depois, em 2005, também dedicada ao público jovem. Assim como em outras emissoras do gênero, o jornalismo na Mix FM é praticado por meio de leituras de notas voltadas para o entretenimento em qualquer momento da programação. A emissora pertence ao Grupo Objetivo de Ensino, cujo proprietário é João Carlos di Gênio.

Rádio Nativa FM 95,3

A Nativa FM foi criada pelo Grupo GC2, Grupo Camargo de Comunicação, nos anos 90, tendo com foco uma programação popular que lembrava muito as falas dos apresentadores do rádio AM. Ou seja, uma comunicação “conversada”. Quando foi comprada pelo grupo Bandeirantes, nos anos 2000, passou a ter perfil romântico e, atualmente, trabalha com o público adulto jovem B-C, acima de 25 anos. Tem como destaque entre os comunicadores Jones Mendes, Ney Casanova, Tati e Dudu Braga, que apresenta um programa só com música, do Rei Roberto Carlos, seu pai.

O jornalismo usa como base a redação da Rádio Bandeirantes AM, das agências de notícias e da base de dados interna criada com material de todas as emissoras de rádio e TV. Além disso, tem forte apelo na prestação de serviços. Com o slogan “*A Nativa é muito mais*”, investe nas promoções que alavancam a participação dos ouvintes durante todo o dia. A Nativa FM ocupa a 2ª posição no Ibope da Grande São Paulo.

Rádio Record AM 1000

A Rádio Record integra a Central Record de Comunicação pertencente ao empresário Edir Macedo. A história da emissora começa entre 1925 e 1926, com o surgimento da PRA-R, mais tarde PRB-9, inaugurada por Álvaro de Macedo, proprietário da Casa Record, que emprestou o título do próprio estabelecimento comercial ao novo empreendimento, a Rádio Sociedade Record. A Record só viria a entrar no ar com uma programação regular em 11 de junho de 1931, ao ser adquirida pelo grupo liderado por Paulo Machado de Carvalho, com o novo nome de Rádio Record de São Paulo. Nos



anos 70 e 80 foi, por diversas vezes, líder de audiência. Hoje a emissora se autodenomina “cada vez mais eclética”.

Rádio Transcontinental FM 104,7

De propriedade de Cid Luiz de Souza Jardim e Maria Elena dos Santos, a emissora de foi inaugurada em 10 de outubro de 1981. Inicialmente, visava ao público classe A e, por isso, investia em uma programação bastante elitizada, composta por MPB, músicas internacionais, orquestradas e um ou outro samba. Após uma reformulação na grade, em 1991, a programação passou a ser composta por 90% de música brasileira, em especial samba, com ampla participação do ouvinte. Segundo dados do Ibope, a mudança permitiu a ampliação do perfil do público-alvo para as classes ABC. Entre os programas que marcaram época na emissora destaca-se o *Gosto não se discute*, criado após a reformulação da grade e ainda hoje no ar, das 10 às 14 h, sob o comando de Kiko Russo. Jota Santos e Patrícia Liberato são outros comunicadores de grande audiência. A emissora não mantém horário específico de programas jornalísticos, mas investe durante o dia em informativos, com ênfase em notícias de utilidade pública e variedades. Com o slogan “O Brasil em primeiro lugar”, ocupa a 3ª posição no Ibope da Grande São Paulo.

Rádio Tupi AM 1150

Em 1981, o empresário Paulo Masci de Abreu adquiriu a Rádio Cacique de São Caetano do Sul e, no ano seguinte, transferiu os transmissores para a Vila Guilherme (zona norte de São Paulo), transformando-a em Rádio Difusora do Brasil. Em 1982, inaugurou os estúdios da Rádio Difusora no mesmo local. Paralelamente a isso, acontecia a crise que levou ao fim da TV Tupi e também da rádio (1040 kHz), do Grupo Diários Associados, de Assis Chateaubriand, em São Paulo. Com a falência decretada, em 1983, o empresário Paulo Abreu adquire o espólio e a marca Tupi, passando a usar a marca fantasia Tupi AM em sua Rádio Difusora.

A Rede Mundial de Comunicação (Ex-CBS), da família de Paulo Abreu, possui diversas rádios e sempre chamou a atenção por trocar as emissoras na posição do dial. Apesar de nunca ter saído do ar, a Rádio Tupi AM já foi sintonizada em 1330 kHz e hoje ocupa os 1150 kHz. Mesmo não possuindo slogan, já foi chamada de a “Rádio do coração”. É voltada para as classes C-D, com uma programação popular, noticiosa e musical. Por seus microfones já passaram profissionais como Sula Miranda, Roberto Losan, César Filho, Gil Gomes, Barros de Alencar, Cacá Siqueira e Paulo Barbosa. Hoje conta com



comunicadores como Toni Gomide, Rony Magrini, Gleides Xavier e José Maria Scachetti, responsável pelo jornalismo. No ranking do Ibope, a Tupi ocupa a 6ª posição.

Rádio Tupi FM 104,1

Hoje líder da audiência do dial paulistano, a Tupi FM já teve outros nomes e chegou até ser lacrada. Em 1993, o empresário Paulo Masci de Abreu, diretor da Rede Mundial de Comunicação (ex-CBS), adquiriu a Rádio Universitária de Guarulhos e passou a transmitir da Avenida Paulista, mudando o nome para Líder FM. No final de 1995 teve uma rápida mudança para Mais FM e, em 1996, passou a se chamar definitivamente Tupi FM. Uma curiosidade é que no dia 27 de abril de 2004 fiscais da Agência Nacional de Telecomunicações (Anatel), com apoio da Polícia Federal, lacraram os transmissores da rádio. A emissora é detentora da outorga de Guarulhos e transmitia irregularmente a partir da Avenida Paulista, ou seja, a 30 quilômetros da região permitida. Cerca de um mês e meio depois, a Tupi FM voltava a transmitir normalmente.

Com alguns arrendamentos de horários e programação popular de música variada, a emissora transitava no 19º lugar do Ibope, com público D e E. A partir de 1999, mudou sua programação para o segmento sertanejo e hoje possui um público bem diversificado, atingindo quase todas as classes: A (adulto), B, C (jovem), sendo o público C maioria.

O pico de audiência é de segunda a sexta-feira, entre 10h e 12h com 276 mil ouvintes por minuto. Seus principais locutores são Edi Barbosa, Eli Santos, Elisangela Ribeiro, Walter Ricci e Valter Moda. Integram a Rede Tupi Sat as retransmissoras: 98,3, em Campinas; 101,3, em Bauru e 89,9 no litoral de São Paulo. A Tupi FM mantém o slogan desde que começou o projeto sertanejo: “*Tupi FM, você em primeiro lugar!*”.

Rádio 9 de Julho AM 1600

Foi criada em 1953 com autorização temporária concedida ao município de São Paulo para preparar a comemoração do 4º Centenário da cidade, que ocorreria em 9 de julho do ano seguinte. Daí a origem do nome da emissora. Terminados os festejos, a rádio foi repassada para a Arquidiocese de São Paulo, por meio da Sociedade Comercial Rádio 9 de Julho Ltda., transformada em Fundação Metropolitana Paulista. A emissora teve os transmissores lacrados em 1973 pela ditadura militar (1964-1985). Em 1985, a Fundação teve negado o pedido de devolução de frequência. Somente em 1996, o governo federal devolveu a rádio à Fundação Paulista, na frequência de 1600 kHz. Em 1999, a rádio volta ao ar em caráter experimental, após mais de 25 anos sem transmitir.



Com o slogan “*Tocando sua vida melhor*”, a programação continua voltada à família católica, sendo composta por mais de 15 horas de programas religiosos, intercalados por conteúdo eclético. A audiência se caracteriza pelo público das classes B-C, com mais de 40 anos, sendo mais de 63% mulheres¹⁰. Entre os programas de maior sucesso destacam-se *A saudade se faz canção*, com o radialista Luiz Carlos de Araújo, das 15-16h30 e *Em sintonia com a Fé*, comandado pelo Pe. Abério Christie, das 8-10 h, ambos de segunda a sexta-feira. Dirigido, às informações da Arquidiocese de São Paulo e da comunidade católica, o jornalismo está sob o comando de dois profissionais, responsáveis por boletins diários, além do quadro *Construindo a Cidadania*, com temas de interesse geral e atualidades. A publicidade e a locação de horários representam 70% da receita para manutenção da emissora. Os outros 30% são arrecadados entre sócios mensalistas. A 9 de Julho ocupa a 7ª posição no Ibope da Grande São Paulo.

Rádio 89 FM 89,1

A 89 FM é uma emissora do GC2, Grupo Camargo de Comunicação e entrou no ar pela primeira vez em 2 de dezembro de 1985 substituindo a frequência anteriormente ocupada pela Pool FM, voltada à disco music e funk. Com o diferencial das outras rádios jovens da época, a 89 FM surgia com o estilo segmentado no rock comercial no qual foi pioneira e se tornou referência no rádio brasileiro, sendo conhecida como "A Rádio Rock". Entre 2002 e 2005 foi formada a *Rede Rádio Rock*, mas a frequente perda de audiência para as outras rádios do segmento jovem fez a 89 FM mudar e, a partir de 2006, a emissora passou a ter um formato mais pop, com destaque para a *black music*.

Referências bibliográficas

FERRARETTO, Luiz Artur. *Rádio. O veículo, a história e a técnica*. RS: Editora Sagra Luzzatto, 2000.

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

SAMPAIO, Mário Ferraz. *História do rádio e da televisão no Brasil*. Rio de Janeiro: Achiamé, 1984.

TAVARES, Mariza. FARIA, GIOVANNI. CBN. *A Rádio que toca notícia*. Rio de Janeiro: Senac Rio, 2006.

¹⁰ Pesquisa IBOPE Easy Media 3, Rádio Recall, GSP, out./2009 a dez./2009.