

Vol 10, Num 01

Edição Janeiro – Junho 2019

ISSN: 2179-6033

<http://www.periodicos.ufop.br/pp/index.php/radio-leituras>

Como citar este texto: LOPEZ, Debora Cristina; PRATA, Nair; DEL BIANCO, Nélia; ZUCULOTO, Valci; FARIAS, Karina. Reposicionamento do radiojornalismo frente aos novos desafios da migração do AM para o FM: análise de caso de quatro emissoras tradicionais. *Revista Rádio-Leituras*, Mariana-MG, v. 10, n. 01, pp. 60-78, jan./jun. 2019.

Reposicionamento do radiojornalismo frente aos novos desafios da migração do AM para o FM: análise de caso de quatro emissoras tradicionais ¹

Debora Cristina Lopez²

Nair Prata³

Nelia Del Bianco⁴

Valci Zuculoto⁵

Karina Farias⁶

60

¹ Versão revista do artigo apresentado no 16º Encontro Nacional de Pesquisadores em Jornalismo (SBPJor), realizado em São Paulo, de 7 a 9 de novembro de 2018.

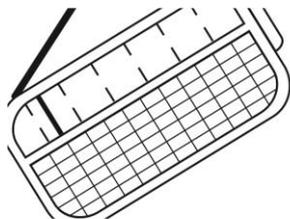
² Doutora em Comunicação e Cultura Contemporâneas (UFBA). Professora do Programa de Pós-Graduação em Comunicação e da graduação em Jornalismo da Universidade Federal de Ouro Preto. Coordena o Grupo de Pesquisa Convergência e Jornalismo (ConJor) e o Laboratório de Inovação em Jornalismo (Labin). E-mail: debora.lopez@ufop.edu.br.

³ Doutora em Linguística Aplicada (UFMG). Professora do Programa de Pós-Graduação em Comunicação e do curso de Jornalismo da Universidade Federal de Ouro Preto (Ouro Preto-MG/Brasil). Diretora Científica da Intercom. E-mail: nairprata@uol.com.br.

⁴ Doutora em Comunicação (ECA-USP) com estágio de pós-doutorado na Universidade de Sevilha. Professora do Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Universidade de Brasília (Brasília-DF/Brasil) e do Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Universidade Federal de Goiás (Goiânia-GO/Brasil). Vice-Presidente da Socicom - Federação Brasileira das Associações Científicas e Acadêmicas de Comunicação. E-mail: nbianco@uol.com.br.

⁵ Professora do Curso de graduação e Programa de Pós-Graduação em Jornalismo da Universidade Federal de Santa Catarina (UFSC), Doutora em Comunicação (PUCRS), Pós-Doutora (ECO-UFRJ), Coordenadora da Rede de Pesquisa em Radiojornalismo/RadioJor e da Rádio Ponto UFSC, Diretora Científica da Associação Brasileira de Pesquisadores em História da Mídia - ALCAR. Líder do Grupo de Investigação em Rádio, Fonografia e Áudio (Girafa), certificado no CNPq. E-mail: valzuculoto@hotmail.com.

⁶ Doutoranda do Programa de Pós-Graduação em Jornalismo da Universidade Federal de Santa Catarina (UFSC), Mestra em Educação pela Universidade do Extremo Sul Catarinense (UNESC) e professora do curso de Jornalismo da Faculdade Satc, em Criciúma-SC. Integrante do Grupo de Investigação em Rádio, Fonografia e Áudio (Girafa), certificado no CNPq. E-mail: fariaskaki@gmail.com.



Reposicionamento do radiojornalismo frente aos novos desafios da migração do AM para o FM: análise de caso de quatro emissoras tradicionais

Debora Cristina Lopez; Nair Prata; Nelia Del Bianco; Valci Zuculoto e Karina Farias

Resumo

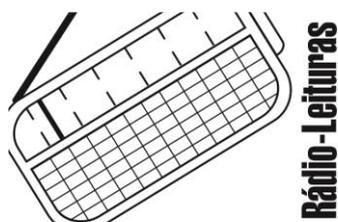
O presente artigo discute o reposicionamento de emissoras AM jornalísticas que migraram para o FM. É baseado em dados da pesquisa nacional de tipo quali-quantitativa (FLICK, 2009) realizada em 2018 pelo GP Rádio e Mídia Sonora da Intercom, cujo objetivo foi mensurar o impacto da mudança sob aspectos de programação, sustentabilidade e relacionamento com audiência. A maior parte (41%) fez adaptações parciais, visando o rejuvenescimento da audiência a partir da inserção de prestação de serviço ao estilo dinâmico do FM e ampliação dos mecanismos de interação com o público. O maior desafio das rádios tradicionais em jornalismo é enfrentar o conservadorismo do ouvinte de AM que recusa mudanças. Detalha-se esse reposicionamento em quatro emissoras que migraram: Rádio Itatiaia de Ouro Preto e Montanha (Minas Gerais); Clube de Lages e Cruz de Malta (Santa Catarina).

Palavras-chave: Migração do AM; Radiojornalismo; Sustentabilidade, Jornalismo.

A crise do rádio AM

Presente em toda parte, rápido em fornecer notícias, o rádio AM foi o pioneiro meio de comunicação no Brasil. Importante na disseminação de costumes, ideais políticos e democráticos, o AM foi essencial na construção cultural da integração nacional graças ao alcance de seu sinal e penetração em cidades interioranas. No Brasil, as principais emissoras jornalísticas tiveram origem na amplitude modulada nas décadas de 40 e 50. Com a chegada das emissoras FM no final da década de 60, essas emissoras tiveram que sustentar sua programação fortalecendo o jornalismo, a cobertura esportiva e os programas de estilo *talk show* com prestação de serviço. No entanto, as mudanças tecnológicas e sociais do século XXI como o crescimento da Internet e multiplicidade de oferta de conteúdo por multiplataformas, especialmente por dispositivos móveis, ameaçaram fortemente a sustentabilidade do AM.

A partir do século XXI, a frequência perde audiência e faturamento. O crescimento urbano aumentou o nível de ruídos, interferências e poluição na faixa de Ondas Médias. Com a deterioração da qualidade de áudio, os ouvintes enfrentam dificuldades para sintonizar essas emissoras, seja em receptores de mesa ou de automóveis. Ademais, a indústria automobilística passou a fabricar carros com antenas menores que não recebem o sinal do AM adequadamente, prejudicando a ouvintes em

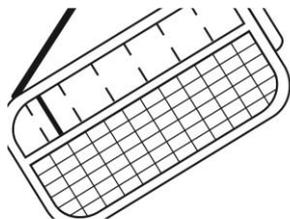


deslocamentos de carro onde mais se consome rádio – 21% dos brasileiros (KANTAR IBOPE, 2018) não conseguem ouvir AM com qualidade. Soma-se a isso, as dificuldades técnicas/operacionais de recepção em dispositivos móveis como os smartphones. Os celulares fabricados a partir de 2009 não dispõem de antena para captar o AM. Ocorre que esse sinal para ser operado numa frequência baixa consome mais energia do que o FM, exigindo a instalação de chip no celular que aumenta ainda mais o consumo de bateria. Outro aspecto está relacionado a necessidade de ter antena maior para captar a frequência. Esses dois fatores juntos inviabilizavam a fabricação de aparelhos mais baratos e leves. Por essa razão, a indústria decidiu por excluir o AM do ecossistema dos dispositivos móveis dando preferência ao FM. A indústria está atenta ao crescimento do uso dos dispositivos – 18% dos brasileiros ouviram rádio pelo celular em 2018 (KANTAR IBOPE, 2018).

A crise reduziu a capacidade competitiva do AM no dial. Chegou a níveis elevados a ponto das outorgas da frequência tornarem-se desinteressantes. De 2004 para 2014, mais de 1.300 outorgas foram distribuídas nas faixas de frequência modulada, enquanto apenas 80 concessões em AM foram entregues a radiodifusores (CURADO, 2016, p.56).

A migração para o FM foi a solução para superar a estagnação do rádio AM⁷. De acordo a Agencia Nacional de Telecomunicações (Anatel) estão em funcionamento no Brasil 1.781 emissoras AM, o que corresponde a um terço das rádios brasileiras. Cerca de 84% das AMs instaladas no país já solicitaram ao governo a migração para o FM. Das 1.500 rádios que desejam migrar, 960 possuem canal previsto (faixa entre 88 a 108 MHz) no Plano Básico da Agência Nacional de Telecomunicações (Anatel). A maioria dessas deve concluir a mudança até o final 2019. As outras 540 rádios, estabelecidas em áreas onde o espectro está saturado aguardam o término do desligamento do sinal analógico de TV para liberação da faixa 700MHz (canais 5 e 6) previsto para 2020. Ao todo 220

⁷ Radiodifusores deixaram de investir na renovação de equipamentos e na programação nos últimos 10 anos à espera da implantação do rádio digital no Brasil. A digitalização da transmissão esteve em debate pelo governo federal de 2005-2013 sem chegar uma solução quanto a escolha do modelo de transmissão. O impasse estava relacionado às características tecnológicas dos sistemas disponíveis (IBOC, DRM e DAB) que não se adaptavam integralmente ao modelo de radiodifusão, ao marco regulatório e às regras de mercado do rádio no país (BIANCO, 2011).



Reposicionamento do radiojornalismo frente aos novos desafios da migração do AM para o FM: análise de caso de quatro emissoras tradicionais

Debora Cristina Lopez; Nair Prata; Nelia Del Bianco;
Valci Zuculoto e Karina Farias

municípios demandarão a faixa FM estendida. A migração beneficia mais de 50% rádios de potência de 1KW instaladas em localidades com até 150 mil habitantes. Trata-se da maior política pública de migração das Américas; o México é o segundo país com 400 emissoras AM operando em FM desde 2015.

O processo de migração foi regulamentado pelo Decreto da Presidência da República n. 8.139/2013. Entre os benefícios do marco legal estão a possibilidade de operação das emissoras na mesma classe sem perder o alcance e mantendo a base de ouvintes, aspecto fundamental para sua sustentabilidade. Outros aspectos do decreto incluem a extinção da frequência AM local ao término do processo; quem não aderir terá de migrar para outras categorias de operação na faixa AM (regional e nacional). A nova outorga é restrita ao município onde está situada a emissora de origem sendo permitido *simulcast* nas localidades onde há espaço no dial por até 180 dias após a transferência. A concessão de outorga para FM é onerosa. O valor é calculado com base no Produto Interno Bruto (PIB), os Indicadores de Desenvolvimento/Renda IDH – R, o Índice Nacional de Preços ao Consumidor (IPC), portes técnicos das emissoras – classe de operação e potência, disponibilidade de canais em FM (faixa ou dial convencional ou estendido). Cada localidade tem seu cálculo individual, levando em consideração o número de habitantes e os medidores da economia local. Os preços variam de R\$ 8,4 mil em cidades pequenas, de até 10 mil habitantes, a R\$ 4,4 milhões para São Paulo. Os preços não são irrisórios, mas a tabela de valores contempla as características regionais e a capacidade econômica do setor

Entre 2016 e 2017, foram 616 as emissoras que assinaram junto ao MCTIC o termo de nova outorga para mudar de frequência. Com o objetivo de avaliar o impacto dessa mudança, um grupo mais de 100 pesquisadores brasileiros vinculados ao Grupo de Rádio e Mídia Sonora da Intercom, da qual participaram as autoras deste texto, realizou uma pesquisa, apoiada no método quali-quantitativo (FLICK, 2009), para avaliar o impacto dessa mudança junto às emissoras. Participaram da investigação 238 rádios

que responderam ao questionário online, obtendo-se um erro amostral de 5% com nível de confiança de 95%. Desse total, 124 já estão operando em FM há pelo menos um ano.

Fazendo um recorte a partir das emissoras que já migraram e possuem programação com foco em jornalismo, o objetivo deste artigo é mostrar como essas rádios estão reconfigurando o radiojornalismo frente aos desafios impostos pela mudança, tais como a adaptação ao estilo dinâmico do FM, uso dos mecanismos de interação com o público para impulsionar o jornalismo e a produção de conteúdo informativo mais próximo da comunidade.

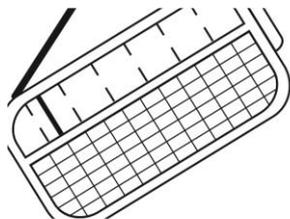
Avaliando o impacto da migração

Entre as emissoras que migraram, a maioria está operando no FM há mais de um ano (82%). Todas têm expectativa de obter melhoria da qualidade do som; aumentar a audiência; alcançar várias faixas da audiência, a exemplo dos jovens; alavancar o faturamento com publicidade; conquistar a oportunidade de renovar o conteúdo e formato da programação além utilizar novos canais de interação com a audiência.

A expectativa é que o rádio AM na nova frequência possa impulsionar a audiência especialmente pelo smartphone. Por essa razão, pequenos e médios empreendedores têm investido nas plataformas multimídia para chegar aos mais variados públicos segmentados. Todas as emissoras pesquisadas têm site, aplicativo para celular, *fanpage* no Facebook e perfil no Twitter. Um terço delas têm perfil no Instagram e canal no YouTube.

Para fazer a adaptação, 60% das pesquisadas investiram uma média de 250 mil reais. Valor considerado alto para 60% dos radiodifusores. Afinal, todas tiveram que fazer investimentos na troca de transmissor, torre e reforma de estúdios de transmissão.

No entanto, as emissoras foram cautelosas em relação à contratação de pessoal. Em média 50% delas não pretendem contratar novos funcionários. Cerca de 30% estão dispostas a empregar apenas mais um novo profissional em cada área, como locutor, comunicador, produtor/redator, programador musical, jornalista, publicitário, operador



Reposicionamento do radiojornalismo frente aos novos desafios da migração do AM para o FM: análise de caso de quatro emissoras tradicionais

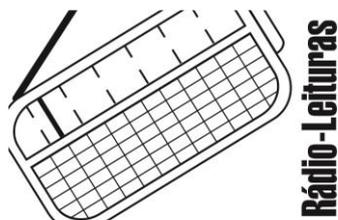
Debora Cristina Lopez; Nair Prata; Nelia Del Bianco;
Valci Zuculoto e Karina Farias

de áudio. Pelo menos 40% delas querem ter um profissional que saiba lidar com as mídias digitais e ajude na interação com a audiência cada vez conectada ao celular. A tendência de não ampliar o quadro de funcionários significa fazer mais com menos pessoas.

Quanto à reconfiguração da programação a partir do processo de migração, as emissoras mostraram-se conservadoras. Entre as já operam em FM, 40% mudaram apenas parte da programação. Os radiodifusores explicaram a permanência de parte da programação do AM para não perder audiência tradicional ao mesmo tempo em que tem intenção de fazer mudanças no jornalismo local para atrair outras faixas de ouvintes. O equilíbrio está em manter-se fiel ao público AM que concede a base da audiência, consolidar a programação de jornalismo, com informação de serviço e de interesse público, e buscar formatos que possam atrair um público mais jovem.

O que as emissoras vão fazer, na sua maioria, é a remodelagem de programas existentes (57,73%) e aumento da programação jornalística (45,36%). Porém, um dado chama atenção: quase 20% delas estão aderindo a uma rede nacional ou regional de rádio. Embora seja menor em relação às estratégias de remodelagem de programação com características locais, 43 daquelas com programação jornalística, 13% delas já aderiram as redes nacionais CBN ou BandNews. Os radiodifusores apontaram como vantagens a marca forte, liderança da rede no segmento *all news*, credibilidade da marca, estrutura completa de programação com janelas locais, o que gera economia, porque traz toda a plástica sonora pronta, resultando em baixo custo e programação de qualidade. Essas emissoras não percebem que essa adesão exigirá adequação da redação local aos critérios de noticiabilidade e aos padrões inerentes ao modelo estratégico de rede.

O jornalismo está entre os desafios da migração do rádio para o FM, principalmente se o fenômeno é visto pela perspectiva da adesão às redes. O meio, caracteristicamente local, tem na utilidade pública e no conteúdo de serviço uma parcela crucial de seu conteúdo jornalístico (MEDITSCH, 2007). A adesão às redes, ao

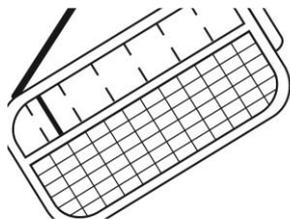


mesmo tempo que funciona como uma estratégia para baratear a produção jornalística, afasta o rádio deste perfil, caminhando para um reforço da padronização da informação transmitida, abrindo mão das especificidades da audiência local. A realidade brasileira, no entanto, é múltipla e permite também observar a ampliação do investimento no jornalismo e na diversificação das vozes presentes no novo dial.

Para compreender como este fenômeno tem se estabelecido no radiojornalismo brasileiro em migração, avaliamos quatro emissoras tradicionais buscando apresentar e relatar os caminhos e estratégias adotados por elas. Com foco em dois estados de tradição radiofônica, Minas Gerais e Santa Catarina, analisamos aqui emissoras alocadas em estágios distintos do processo de migração. São elas as mineiras Rádio Montanhese AM de Viçosa e Rádio Itatiaia de Ouro Preto e as catarinenses Rádio Clube de Lages e Rádio Cruz de Malta. Em Minas Gerais são 80 as emissoras AM que já assinaram o termo para migração de outorga em diversas regiões do estado. A tradição do rádio mineiro, como ocorre com o catarinense, permite uma leitura relevante das estratégias adotadas para fortalecer a audiência e o faturamento na nova frequência, que passam pelo fortalecimento do jornalismo.

Rádio Montanhese

A Rádio Montanhese AM é a emissora pioneira de Viçosa, cidade universitária mineira localizada a 227 km de Belo Horizonte com cerca de 80 mil habitantes. Foi fundada em 16 de julho de 1949 por um grupo de empresários e, desde 1976, pertence ao radialista João Bosco Torres (FRAGA, 2010). Em 2017, a Rádio Montanhese deixou a tradicional frequência no 1500 AM e migrou para o 106,5 FM. Em entrevista para esta pesquisa, o filho do proprietário e sócio administrador da emissora, empresário Bruno Torres explica que, antes da migração, a rádio fazia a programação para um público C, D, E e dedicava três horas diárias ao jornalismo. Para o jornalismo, exclusivamente, havia um locutor e um repórter na rua e o material produzido consistia em boletins informativos e entrevistas. A participação da audiência se dava exclusivamente por



Reposicionamento do radiojornalismo frente aos novos desafios da migração do AM para o FM: análise de caso de quatro emissoras tradicionais

Debora Cristina Lopez; Nair Prata; Nelia Del Bianco;
Valci Zuculoto e Karina Farias

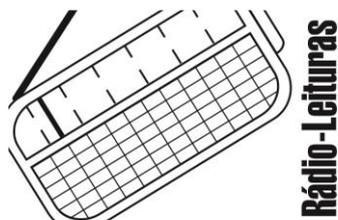
telefone. Sobre a sustentabilidade da Montanhese, Torres relata: “A cada dia tínhamos menos anunciantes. Eles relatavam dificuldade em sintonizar a emissora e a baixa qualidade sonora”.

Depois da migração, a Montanhese passou a dedicar quatro horas diárias ao jornalismo e agora foca também na classe B, além da C, D e E. A equipe de jornalismo dobrou: além do locutor e do repórter na rua, a rádio conta agora com um jornalista e um editor de áudio. A programação jornalística também cresceu: atualmente são dois boletins diários só com notícias locais e regionais, um giro de notícias diário, reportagens de rua e entrevistas. Além de participar pelo telefone, o público do FM interage também pelas redes sociais e pelo WhatsApp. Depois da migração e mudanças na programação, Torres explica que “pouco a pouco se nota um crescente, mas ainda tímido, aumento no número de anunciantes. Acredito e estamos otimistas que a grade comercial irá melhorar”.

Como estratégias para tornar o jornalismo da Montanhese mais participativo em relação aos seus competidores no FM, Torres aponta: equipe com credibilidade, boas fontes, interação da notícia da rádio em portal de internet e redes sociais, apuração da notícia no menor tempo possível para dar o furo - mas tomando cuidado com *fake news*; repórter na rua cobrindo os fatos e a abertura de um canal de envio de notícias por WhatsApp, chat e redes sociais.

Rádio Itatiaia de Ouro Preto

A Rádio Itatiaia de Ouro Preto faz parte da Rede Itatiaia, uma das mais sólidas redes de comunicação do país, com emissoras também em Belo Horizonte, Juiz de Fora, Montes Claros e Varginha. Além das emissoras próprias, há também a Rede Itasat, um conglomerado de estações parceiras presente na quase totalidade dos 853 municípios mineiros. Via satélite, as rádios de todo o interior retransmitem parte ou toda a programação da Rádio Itatiaia FM de Belo Horizonte.



Vol 10, Num 01

Edição Janeiro – Junho 2019

ISSN: 2179-6033

<http://www.periodicos.ufop.br/pp/index.php/radio-leituras>

A Rádio Itatiaia de Ouro Preto foi fundada em 27 de abril de 1974, com o nome de Rádio Cultura. Com o tempo, tornou-se conhecida como Rádio Cultura de Ouro Preto, até oficializar o nome Rádio Itatiaia de Ouro Preto, em 1º de janeiro de 2004. A emissora conta com programas jornalísticos, esportivos, noticiários e prestação de serviço, como denúncias e reclamações diversas.

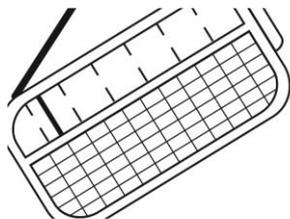
Em entrevista para esta pesquisa, o técnico Daniel Pedrosa explica que o parque transmissor do AM possui dois transmissores: um titular de 10 KW e um reserva de 5 KW que mantêm emissora no ar. A torre de transmissão, com 50 metros de altura, fica instalada no Morro Santana. Ele explica que “o jornalismo sempre foi o principal meio de sustentabilidade da emissora, através do *Jornal da Manhã*, que continua no ar até hoje. Mas já tivemos programas ao longo do tempo como Plantão Policial e notícias direto do local do ocorrido”.

Antes da migração, a emissora dedicava cerca de uma hora e meia diárias ao jornalismo destinado ao público formado, predominantemente, por adultos acima de 35 anos. Para cumprir a tarefa tinha apenas um funcionário fazia todo o trabalho da redação, levantamento de matérias, gravação e apresentação do Jornal.

As principais produções no AM eram os noticiosos *Itatiaia Urgente* (de hora em hora) e o *Jornal da Manhã*. O telefone era o principal meio de interação com o ouvinte mas, ao longo do tempo, foram implementados os contatos via redes sociais (*Orkut* e *Facebook*). Segundo Pedrosa, a sustentabilidade da emissora era centrada na publicidade gerada pelos programas *Antônio Carlos*, *Jornal da Manhã* e *Show da Tarde*.

Sobre a migração, Daniel Pedrosa afirma: “Não mudamos muito ainda com a migração, mas as mudanças estão acontecendo aos poucos”. O tempo dedicado ao jornalismo permanece o mesmo, mas o público da rádio agora é mais jovem, “conquistamos público mais jovem através das redes sociais, público abaixo dos 35 anos”, afirma Pedrosa.

O jornalismo agora tem dois funcionários, que continuam fazendo as atividades da redação, levantamento de matérias, gravações e apresentações. A nova repórter agora participa dos programas da Rede Itatiaia com matérias de Ouro Preto e região. Também há produção de podcasts e boletins informativos ao vivo. A interação com os



Reposicionamento do radiojornalismo frente aos novos desafios da migração do AM para o FM: análise de caso de quatro emissoras tradicionais

Debora Cristina Lopez; Nair Prata; Nelia Del Bianco;
Valci Zuculoto e Karina Farias

ouvintes é realizada através das redes sociais: *Facebook, Instagram, WhatsApp* e também pelo telefone.

A sustentabilidade continua sendo garantida por meio da publicidade dos programas *Antônio Carlos, no Jornal da Manhã e Show da Tarde*. Pedrosa aponta quatro estratégias da emissora para tornar o jornalismo mais participativo em relação aos competidores FM que também fazem jornalismo:

a) Estar ativo nas redes sociais com *stories* no Instagram durante a programação, convidando os seguidores a ouvirem a rádio para ficarem informados;

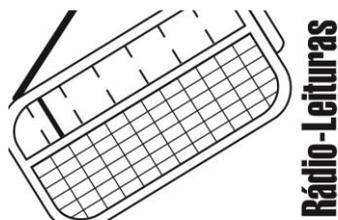
b) Estar ativo, no máximo número de redes sociais, com o objetivo de diversificar o público que é convidado a ouvir a emissora;

c) Produção do *Vila Rica Cast* – primeiro podcast de jornalismo da cidade, trazendo explicações ricas em detalhes, a fim de que seja unido o caráter informativo com o educativo;

d) Os questionamentos dos ouvintes que chegam por telefone ou redes sociais são veiculados com destaque na grade de internet, a fim de fazer o ouvinte se sentir incluído na construção de pauta.

Rádio Clube de Lages

As rádios AM de Santa Catarina vêm migrando desde 2016, somando 36 já em operação no FM desde o decreto do Governo Federal, de um total de 99 emissoras em amplitude modulada no Estado. A Rádio Clube de Lages, município do planalto serrano catarinense, foi a primeira no estado e a segunda no país a fazer a troca de espectro, conforme a Associação Brasileira de Emissoras de Rádio e Televisão, a ABERT (2018). A Clube é uma das rádios mais antigas de Santa Catarina, tendo começado suas atividades em 1947. Atualmente é comandada pelo empresário Roberto Amaral, do Grupo SCC (Sistema Catarinense de Comunicações). Desde junho de 2016, funciona na frequência de 98,3FM e no novo dial, manteve boa parte de sua programação do AM, mudando

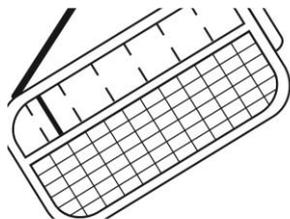


muito mais a plástica, por meio de novas vinhetas e trilhas, do que o conteúdo. Anteriormente, os ouvintes sintonizavam a Clube de Lages no 690AM.

Para funcionar em frequência modulada, investiu aproximadamente R\$ 1 milhão na compra de equipamentos, na troca da torre e do transmissor, e em mudanças no estúdio. A migração vinha sendo planejada desde 2014. Naquela época, transmitia uma grade generalista, com programas de formatos e conteúdo variados, ainda bastante comuns em emissoras do interior do país e que consolidou a Clube, ao longo de todos seus 71 anos de existência, como uma das rádios mais populares do município catarinense e uma das principais fontes de informação da sua comunidade. “Na década de 2000, a diversidade caracteriza a programação da emissora” (ABREU, 2015, p. 9), com música, esporte, jornalismo, programação voltada para a dona-de-casa, abordando saúde, orações, etc.

Observando-se programações e aspectos dos seus tempos pioneiros e de consolidação (NUNES, 2001), em cotejamento com a grade de 2014 do AM e a atual do FM, verifica-se a mesma linha geral que mescla entretenimento e informação. No entretenimento, o destaque é a programação musical, mantendo atualmente a variedade que vai da sertaneja à nativista gaúcha. Na parte informativa, continua a irradiar programas exclusivamente jornalísticos, como noticiosos em formatos clássicos e inclusive jornalismo esportivo, com suas tradicionais jornadas de transmissão de jogos de futebol, e tem forte e consolidada atuação como rádio de serviços e utilidade pública.

A partir de abordagem de Meditsch (2007) de que a conceituação de radiojornalismo vem alargando-se, consideramos que hoje já pode englobar produções antes definidamente apartadas do jornalismo, como a prestação de serviços, a previsão do tempo, a institucional, entre outras. Assim, reflete-se que a Clube, depois da migração, conserva, em linhas gerais, a programação informativa que, na concepção da própria emissora, abarca até mesmo o assistencialismo. Também preserva, no FM, o seu slogan histórico “Se a Clube não deu, é porque não aconteceu”, evidenciando que pretende seguir sua autoproclamada atuação informativa e de interação com a audiência da região, em especial o público de Lages, sua cidade sede.



Reposicionamento do radiojornalismo frente aos novos desafios da migração do AM para o FM: análise de caso de quatro emissoras tradicionais

Debora Cristina Lopez; Nair Prata; Nelia Del Bianco;
Valci Zuculoto e Karina Farias

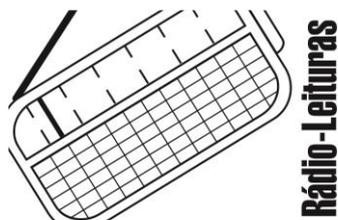
O diretor do Grupo SCC de Comunicação, Roberto Amaral (2017), detalha que, das poucas mudanças, a principal alteração na Rádio Clube se deu no período noturno. Desde a migração para o FM, os programas da noite passaram a contar com um locutor até as 23h. Antes, o espaço era utilizado somente com músicas sem a presença de um comunicador no estúdio. O número de funcionários continuou o mesmo de antes do processo de migração. Entretanto, pode-se considerar esta uma mudança importante na programação, principalmente como tendência para incrementar a informativa/jornalística, já que o funcionamento ao vivo de uma emissora permite maior agilidade e prática do jornalismo.

Também são transformações marcantes hoje o radiojornalismo praticado cada vez mais ao vivo, a maior produção e o crescimento do improviso, em decorrência de contar com mais recursos para aumentar a utilização de outras de suas principais características: o imediatismo e a simultaneidade (ZUCULOTO, 2012, p. 172).

No primeiro ano na nova frequência, o faturamento da Clube cresceu 20%. O empresário destaca ainda a ampliação no alcance geográfico, chegando em municípios em que o AM já não mais cobria. “Estamos pegando bem em Campos Novos, onde antes a gente não chegava”. O município situa-se a 100 quilômetros de Lages, sede da Rádio Clube.

A expectativa da emissora é alcançar um público mais jovem e das classes A e B, conforme resposta ao questionário no *survey*. Além do aumento na abrangência geográfica, em relação aos desafios e à sustentabilidade no FM, a rádio também espera alavancar a audiência com o crescimento do uso de multiplataformas pelo público ouvinte. Atualmente, a interação com a emissora acontece via *WhatsApp*, *Twitter*, *Facebook*, *Instagram*, e ainda pelo telefone.

Rádio Cruz de Malta

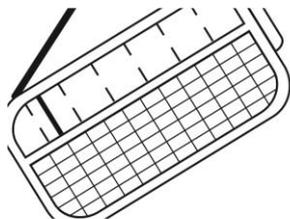


Desde fevereiro de 2018 no novo dial, a Rádio Cruz de Malta, de Lauro Müller, iniciou suas transmissões em 1946, de maneira amadora como a maioria das emissoras pioneiras. Nasceu como Rádio Clube de Lauro Müller, na região sul de Santa Catarina, para anos mais tarde tornar-se a estação que é atualmente. Comandada pela família Librelato, a emissora investiu aproximadamente R\$ 150 mil na mudança para a frequência modulada, adquirindo um novo transmissor, equipamentos para o estúdio e para o departamento de produção e jornalismo.

Na programação, a Cruz de Malta fez alterações, aumentando principalmente a grade musical, caracterizada pela “transmissão de músicas com apresentação ou locução ao vivo ou gravada” (FERRARETTO, 2014, p.51). A rádio passou a funcionar 24 horas, antes os programas encerravam-se às 22 horas. Além disso, alterou o intervalo entre os comerciais para cada 20 minutos, e não mais em blocos de 15, como ocorria até a migração. Também mexeu no quadro de comunicadores, contratando um jornalista para a produção de programas, embora sua tendência não seja de profundas modificações no seu espaço jornalístico.

A programação musical mudou na emissora do sul de Santa Catarina, numa tentativa de atingir um público mais jovem. A plástica foi modernizada, com vinhetas e trilhas mais musicalizadas. Mas também a grade informativa passou por modificações, de maneira mais sutil, apenas com trocas de nomes de programas e a inclusão de um novo. Antes mesmo de migrar de espectro, o jornalismo ganhou um pouco mais de espaço, marcando presença agora igualmente nos finais de tarde, com o programa Jornal das Cinco, apresentado pelo jornalista Eduardo Madeira (2018). “Algumas alterações já ocorreram um ano antes, fomos nos preparando para migrar”.

A necessidade de inserir a rádio no ambiente móvel foi um dos motivos que levaram a emissora para o FM. A expectativa, com a migração, é aumentar o faturamento com a melhora na qualidade do som, atraindo assim novos anunciantes, bem como a audiência, que agora possui novas plataformas para sintonizar a rádio. A emissora trocou seu slogan de “Informação com responsabilidade” para “Música e Informação”, destacando também investimento no caráter musical para o novo dial.



Reposicionamento do radiojornalismo frente aos novos desafios da migração do AM para o FM: análise de caso de quatro emissoras tradicionais

Debora Cristina Lopez; Nair Prata; Nelia Del Bianco;
Valci Zuculoto e Karina Farias

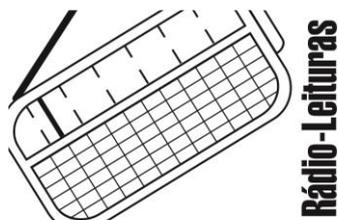
Dos desafios e da sustentabilidade do meio no novo espectro, a direção da Cruz de Malta acredita que a criatividade para novos formatos e conteúdos é uma das metas a serem alcançadas. Estar atento à agilidade das redes sociais é mais um dos desejos aspirados pela emissora. Das mudanças observadas nestes primeiros meses em nova sintonia, Madeira (2018) explica que “muitas lojas do comércio local já colocaram o som da rádio como ambiente nos seus estabelecimentos, que antes não conseguiam sintonizar devido às interferências no AM”.

Considerações finais

As impressões iniciais do processo de migração do rádio AM para o FM demonstram uma expectativa de sobrevivência do meio, com aumento no faturamento neste primeiro ano de novo dial. Mas essa variação ainda não pode ser considerada regra por todas as migrantes, pois as mudanças ainda são perspectivas apenas e aparecem distintas e diferenciadas.

Este novo momento da radiodifusão parece impulsionado mais pela qualidade sonora do que por novidades no espectro, tendo em vista que das emissoras analisadas, algumas até agora operaram poucas mudanças na programação, sobretudo no que diz respeito ao jornalismo.

As estratégias variam. A variar da região ou do perfil de gestão da emissora, alteram-se a estrutura de pessoal, a plástica ou a grade de programação da rádio. Mas há mudanças que podem ser apontadas como diagonais, que aparecem em todas as emissoras analisadas: a) a busca pelo rejuvenescimento da audiência (LOPEZ, 2016) – conectada com a estabilização do modelo de negócio e a ampliação do lucro; b) a valorização do jornalismo, seja ele local ou de rede, como um referencial de credibilidade e atração para a “nova rádio” que se configura no FM. Esta valorização não se dá necessariamente com o acréscimo de minutos ou programas jornalísticos, mas



com o reforço da equipe ou ainda com o posicionamento do conteúdo informativo da emissora no papel de protagonista da rádio e da comunidade.

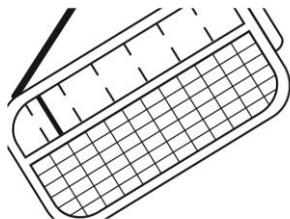
A expansão para outras plataformas também é uma expectativa que permeia as emissoras analisadas e, como dito anteriormente, expande a amostra qualitativa deste artigo. O investimento em tecnologias móveis, na exploração das redes sociais e até mesmo na produção de conteúdo para mídias digitais revela que com a migração o olhar para as novas audiências tem buscado extrapolar os usos instrumentais. A ampliação das equipes, o investimento em remodelagens plásticas e a ocupação de espaços característicos do rádio expandido (KISCHINHEVSKY, 2016) e que falam a uma audiência rejuvenescida estão no cerne das mudanças já detectadas.

As emissoras estão diante de grandes desafios. A migração obrigou emissoras que estavam estagnadas na última década a planejar seu crescimento no FM. Planejar significou não apenas mudar de frequência, mas preparar e motivar equipe, criar expectativa junto a audiência, sinalizar para o mercado o investimento que se fez na renovação. Parte das emissoras entendeu que as pessoas não ligam mais o rádio somente para ouvir música, algo que as plataformas digitais oferecem em abundância, mas que o principal motivo da sintonia é a busca de informação local, prestação de serviço e comunicação interativa com comunicadores.

O desafio maior está diante das novas plataformas, ou seja, como continuar com a programação informativa, socialmente inserida, concorrendo com outros meios, como as redes sociais. Os desafios estão em inovar sem perder a tradição e trabalhar com conteúdo multiplataforma pensando além do rádio, ou seja, na interface que pode estabelecer com outras plataformas digitais de comunicação.

O radiodifusor Jessé Barbosa, da Pioneira de Teresina, uma das mais tradicionais do estado do Piauí, sintetizou em profundidade o significado para as rádios tradicionais que tomaram a decisão de migrar:

O primeiro grande desafio foi reposicionar uma marca com 55 anos no mercado. Para mudar a programação foi realizada uma pesquisa que apontou como perspectiva uma programação mais propositiva. Diante disso, houve o desafio de lidar com profissionais/locutores com mais



Reposicionamento do radiojornalismo frente aos novos desafios da migração do AM para o FM: análise de caso de quatro emissoras tradicionais

Debora Cristina Lopez; Nair Prata; Nelia Del Bianco;
Valci Zuculoto e Karina Farias

de 50 anos apresentando programas com produção mínima ou sem produção, construindo o conteúdo na hora. O desafio foi mudar o comportamento, passar a produzir, pensar o conteúdo e atuar com multiplataformas. Ainda estamos com esses desafios pela frente.

Como lembra o diretor da Rádio Central do Triângulo Mineiro, de Monte Alegre de Minas (MG), Eugênio Pimenta da Motta, em tempos de Internet a informação local se propaga de forma muito rápida, mas o canal de confiança da comunidade continua sendo o rádio. A credibilidade do radiojornalismo está assentada na apuração direto do local do acontecimento, na prestação de serviço e nos canais de interatividade abertos para a escuta da sociedade.

Referências bibliográficas:

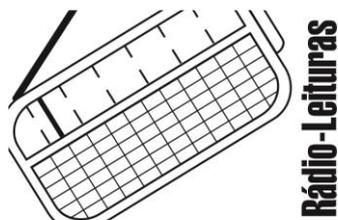
ABERT. **Primeiras Migrações do AM devem ocorrer até abril**. Disponível em <https://www.abert.org.br/web/index.php/notmenu/item/24473-primeiras-migracoes-do-radio-ampara-fm-devem-ocorrer-ate-abril>. Acesso: jan. de 2018

ABREU, Karen Cristina Kraemer. Breve memória da Rádio Clube de Lages, em Santa Catarina. In: **Anais do 10º Encontro Nacional de História da Mídia**. Porto Alegre, RS: Alcar, 2015.

AMARAL, Roberto. Entrevista concedida a Karina Woehl de Farias. Criciúma, out. 2017.

BIANCO, N.R. D. Digital Radio in Brazil: Indecision and Impasse After a Ten-Year Discussion. **Journal of Radio & Audio Media**, v. 18, p. 371-380, 2011.

BIQUAD. Panorama: Rádio Itatiaia e Alvorada FM disparam na audiência em Belo Horizonte. Disponível em <http://biquadbroadcast.com/br/panorama-radio-itatiaia-e-alvorada-fm-disparam-na-audiencia-em-belo-horizonte>. Acesso: 25 jun. 2018.



Vol 10, Num 01

Edição Janeiro – Junho 2019

ISSN: 2179-6033

<http://www.periodicos.ufop.br/pp/index.php/radio-leituras>

CURADO, Camila C. **Migração de rádios AM para FM: processos de preparação e perspectivas de mudança frente à convergência tecnológica.** Trabalho de conclusão de curso (graduação). Universidade de Brasília, Faculdade de Comunicação, 2015. Disponível em: <http://bdm.unb.br/handle/10483/12196>. Acesso em novembro de 2016.

FERRARETTO, Luiz Artur. **Rádio: teoria e prática.** São Paulo: Summus, 2014.

FRAGA, Kátia. Rádio Amiga da Cidade: seis décadas de namoro com Viçosa. In: PRATA, Nair (Org.). **O rádio entre as montanhas – Histórias, teorias e afetos da radiofonia mineira.** Belo Horizonte: Fundac, 2010.

KANTAR IBOPE. **Book de Rádio 2018.** Kantar Ibope Media, 2018. Disponível em <https://aerp.org.br/wp-content/uploads/2018/09/Book-de-R%C3%A1dio-2018.pdf>

KISCHINHEVSKY, M. **Rádio e mídias sociais: mediações e interações radiofônicas em plataformas digitais de comunicação.** Rio de Janeiro: Mauad X, 2016.

LOPEZ, Debora Cristina. (Re)Construindo o conceito de audiência no rádio em cenário de convergência. In: Valci Zuculoto; Debora Cristina Lopez; Marcelo Kischinhevsky. (Org.). **Estudos radiofônicos no Brasil - 25 anos do Grupo de Pesquisa Rádio e Mídia Sonora da Intercom.** 1ed. São Paulo: Intercom, 2016, v. 1, p. 326-342.

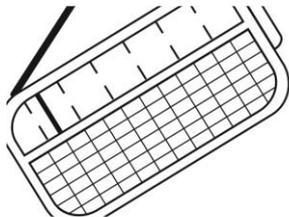
MADEIRA, Eduardo. Entrevista concedida a Karina Woehl de Farias. Criciúma, jul. 2018.

MEDITSCH, Eduardo. **O Rádio na Era da Informação: Teoria e Técnica do Novo Radiojornalismo.** Florianópolis: Insular/Edufsc, 2ª. Ed., 2007.

NUNES, Paulo de Tarso . **Se a clube não deu, é porque não aconteceu: Rádio Clube de Lages, comunicação e poder político na Região Serrana de Santa Catarina.** Dissertação (Mestrado em Sociologia Política) - Universidade Federal de Santa Catarina - UFSC. Florianópolis, 2001.

PEDROSA, Daniel. Entrevista concedida a Nair Prata. Belo Horizonte, 02 jul. 2018.

RAMOS, Duda. Entrevista concedida a Nair Prata. Belo Horizonte, 22 jun. 2018.



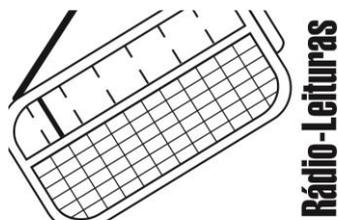
Rádio-Leituras

Reposicionamento do radiojornalismo frente aos novos desafios da migração do AM para o FM: análise de caso de quatro emissoras tradicionais

Debora Cristina Lopez; Nair Prata; Nelia Del Bianco; Valci Zuculoto e Karina Farias

TORRES, Bruno. Entrevista concedida a Nair Prata. Belo Horizonte, 20 jun. 2018.

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



Vol 10, Num 01

Edição Janeiro – Junho 2019

ISSN: 2179-6033

<http://www.periodicos.ufop.br/pp/index.php/radio-leituras>

Abstract

This paper discuss the relocation of the AM radio broadcasting that migrated to the FM radio. It is based in qualitative-quantitative national research (FLICK, 2009) realized in 2018 by GP Rádio e Mídia Sonora da Intercom which main goal was measure the change impact under the aspects of program schedule, sustainability, and relationship with the audience. Most part (41%) made parcial adjustments aiming a younger audience inserting service provision using the dynamic style of the FM and the expansion of its mechanisms of audience interaction. The biggest challenge of the traditional radio stations is confronting the consevadorism of the AM radio broadcasting listeners that refuse changes. This repositioning is observed and detailed in four stations that migrated: Rádio Itatiaia de Ouro Preto e Montanhese (Minas Gerais); Clube de Lages e Cruz de Malta (Santa Catarina).

Keywords: Migration of AM radio broadcasting; Radiojournalism; Sustainability; Journalism.

Resumen

Este artículo analiza el reposicionamiento de las emisoras periodísticas de AM que migraron a FM. Se basa en datos de la encuesta nacional cuali-cuantitativa (FLICK, 2009) realizada en 2018 por el GP Radio y Medios de Sonido de la Intercom cuyo proposito fue medir el impacto de este cambio bajo aspectos de programación, sostenibilidad y relación con el público. La mayoría (41%) hizo adaptaciones parciales, con el objetivo de rejuvenecer ante la audiència a través de la inserción del servicio en estilo dinámico de FM y la expansión de los mecanismos de interacción con el público. El mayor desafío de la radio tradicional periodística es enfrentar el conservadurismo del oyente de AM que rechaza el cambio. Este reposicionamiento se detalla en cuatro estaciones migradas: Rádio Itatiaia de Ouro Preto y Montanhese (Minas Gerais); Clube de Lages y Cruz de Malta (Santa Catarina).

Palabras Clave: Migración AM; Periodismo Radial; Sostenibilidad, Periodismo.