



CONTEMPORÂNEA: REVISTA UNITOLEDO:
Arquitetura, Comunicação, Design e Educação



**ANÁLISE DA PLATAFORMA DIGITAL COMEMORATIVA DOS 25 ANOS DA
RÁDIO CBN**

**ANALYSIS OF THE COMMEMORATIVE DIGITAL PLATFORM OF THE 25
YEARS OF THE CBN RADIO**

Ana Paula Saab de Brito¹

Guilherme Leal Benedito²

1Mestrado em Comunicação pela Universidade Paulista, Brasil (2007)

2Graduando em Jornalismo, UNITOLEDO (2016)

RESUMO: A história do rádio no Brasil mostra como ele já superou diversas crises e sentenças desde seu surgimento. Neste trabalho, procura-se, por meio de estudo de caso da Rádio CBN, constatar que mais uma vez o rádio está na vanguarda das comunicações ao se adaptar e migrar para internet, meio de comunicação que mais cresceu nos últimos anos.

Palavras-chave: Rádio; convergência das mídias; internet; multimídia

ABSTRACT: The history of radio in Brazil shows how it has overcome many crises and sentences since its inception. In this work, we seek, through a case study of Radio CBN, to verify that once again radio is at the forefront of communications when adapting and migrating to the Internet, the medium of communication that has grown most in recent years.

Keywords: Radio; Convergence of media; Internet; multimedia

1. Introdução

O rádio teve sua estreia no Brasil no dia 7 de setembro de 1922, primeiro centenário da Independência do país. Dezenas de pessoas se reuniram no pavilhão de Exposição Internacional do Rio de Janeiro para ouvir uma transmissão sem fio, feita à distância, de um pronunciamento do então presidente Epitácio Pessoa, que também foi ouvido em São Paulo.

Presente ao evento, Edgar Roquette-Pinto, médico e antropólogo, ficou fascinado com o que via e ouvia: a possibilidade da voz se propagar a quilômetros de distância. Ele então convenceu os membros da Academia Brasileira de Ciências a investirem na Rádio Sociedade do Rio de Janeiro, futura PRA-2. Esse modelo em que um grupo de pessoas financiava uma emissora de rádio vigorou por muitos anos. Vem daí as “sociedades” e “clubes” presentes nos nomes de várias delas.

Após sua fundação e difusão pelo Brasil, apenas no governo Getúlio Vargas o rádio recebeu algum tipo de menção do governo como regulação da atividade de radiodifusão. O governo revolucionário de Vargas, que derrubou a Primeira República (ou República do Café com Leite), estabeleceu a publicidade como fonte de renda para o rádio.

Por meio do decreto 20.047, de 1931, o governo autorizava a veiculação de anúncios em até 10% da programação da emissora. Criando uma nova forma de financiamento, agora, mais profissional.

As décadas seguintes foram de apogeu para o rádio. Com penetração crescente Brasil à fora, ele foi se tornando cada vez mais popular, pois era o meio mais fácil de acesso pelos pobres à informação. Com grande percentual de brasileiros analfabetos, até o governo percebeu o poder do rádio, visto que, para transmitir informações, não é necessário leitura, apenas audição. Temos como exemplo “A Voz do Brasil”. Criada em 1938, com nome de “A Hora do Brasil”, a fim de divulgar os feitos do Estado Novo, ela permanece no ar até os dias de hoje.

Atualmente, mais de 90 anos após sua fundação e de ter se recolocado entre os meios de comunicação de maior contato com o público, o rádio brasileiro enfrenta dois novos desafios. O primeiro é a migração das rádios AM (Amplitude Modulada) para FM (Frequência Modulada). O objetivo da migração é melhorar a qualidade do sinal de transmissão dessas rádios.

O segundo desafio é mais dispendioso e sua tramitação nos órgãos competentes é vagarosa. Trata-se da digitalização do rádio. A portaria nº 290, de 30 de março de 2010³, assinada pelo então ministro das Comunicações Hélio Costa, instituiu o Sistema Brasileiro de Rádio Digital –SRBD. Diz o texto da portaria:

O MINISTRO DE ESTADO DAS COMUNICAÇÕES, no uso das atribuições que lhe confere o art. 87, parágrafo único, inciso IV, da Constituição, e considerando o disposto no art. 27, inciso IV, alínea "b", da Lei no 10.683, de 27 de maio de 2003, resolve:

Art. 1o Fica instituído, por esta Portaria, o Sistema Brasileiro de Rádio Digital – SBRD.

Art. 2o Para o serviço de radiodifusão sonora em Onda Média (OM) e em Frequência

3 <http://www.mc.gov.br/portarias/25477-portaria-n-290-de-marco-de-2010>. Acesso em 16/05/2016.

Modulada (FM) deve ser adotado padrão que, além de contemplar os objetivos de que trata o art. 3º, possibilite a operação eficiente em ambas as modalidades do serviço.

O objetivo principal deste trabalho é mostrar, por meio de estudo de caso da Rádio CBN (Central Brasileira de Notícias)⁴, como o rádio se adapta às exigências da lei e do mercado ao migrar para internet, meio de comunicação que mais cresceu nos últimos anos.

Para a produção deste estudo, recorreu-se à pesquisa bibliográfica, bem como análise do site da CBN na internet. A pesquisa bibliográfica, que consiste no levantamento, seleção, fichamento e arquivamento de informações relacionadas ao assunto, tem o objetivo de fazer um histórico sobre o tema, atualizar-se sobre o tema escolhido, encontrar respostas aos problemas formulados, levantar contradições sobre o tema, evitar repetição de trabalhos já realizados.

Já a análise das seções do site e dos áudios nos permite perceber como a emissora seleciona e hierarquiza o material disponível aos ouvintes interessados.

1. O rádio na era digital

A sociedade da informação fez surgir um novo paradigma comunicacional, marcado pela passagem do *mass* para o *self-media*, caminhando hoje para o multimídia, ou mídia multimodal, segundo Lévy (1999). Neste caso, os meios já não se sobrepõem ou coexistem, mas se fundem num único meio integrado, o computador pessoal, que procura responder aos interesses da sociedade em geral, e de cada usuário em particular, num regime de interatividade.

Sobre novas e velhas mídias, Lima (2001, p. 28) questiona: “[...] será que a nova mídia se ajusta à definição de comunicação de massa?”. Vejamos:

4 www.cbn.com.br. Acesso em 16/05/2016.

Mídia de massa, historicamente, significa produtos de informação e entretenimento centralmente produzidos e padronizados, distribuídos a grandes públicos através de canais distintos. Os novos desafiantes eletrônicos modificam todas essas condições. Muitas vezes, seus produtos não se originam de uma fonte central. Além disso, a nova mídia em geral fornece serviços especializados a vários pequenos segmentos de público. Entretanto, sua inovação mais importante é a distribuição de produtos de voz, vídeo e impressos num canal eletrônico comum, muitas vezes em formatos interativos bidirecionais que dão aos consumidores maior controle sobre os serviços que recebem, sobre quando obtê-los e sob que forma (DIZARD JUNIOR, 2000, p. 23).

Lévy (1999) define a cibercultura como o “universal sem totalidade”. Ou seja, o que ele explica é que a web envolve uma pluralidade infinita, um fluxo de informações tão grande onde todos são emissores e receptores, que ao debater convertem o espaço virtual em praça pública, local onde todos os incluídos *online* têm voz. A construção dos discursos feita por meio de listas de discussão, fóruns e etc. fazem com que a construção do sentido seja elaborada de forma conjunta, por meio da relação dos nós, pontos da rede, que se comunicam e trocam experiências utilizando a tecnologia.

Por tudo isso, não há uma totalidade, uma hierarquia estabelecida por um poder absoluto, mas sim uma heterogeneidade de informações onde não há um discurso predominante (LÉVY, 1999).

Jenkins (2009, p. 27) explica que vivemos hoje a cultura de convergência, “onde as velhas e as novas mídias colidem, onde a mídia corporativa e a mídia alternativa se cruzam, onde o poder do produtor de mídia e o poder do consumidor interagem de maneiras imprevisíveis”.

Ele contraria autores que afirmaram que uma mídia iria acabar com a outra, ou que a internet iria engolir todas as outras mídias. Para ele, as velhas mídias não morreram, elas estão convergindo, se misturando e interagindo umas com as outras – caso do aparelho de TV, por exemplo, que com a chegada do sinal digital ganha outras funções além da transmissão da tradicional programação dos canais. Ele pode ser até mesmo um ponto de navegação de internet.

Nas palavras do autor, convergência é:

o fluxo de conteúdos através de múltiplas plataformas de mídia, a cooperação de múltiplos mercados midiáticos e o comportamento migratório dos públicos dos meios de comunicação que vão a quase qualquer parte em busca das experiências de entretenimento que desejam (JENKINS, 2009, p. 29)

É neste cenário de convergência tecnológica que devemos analisar as transformações dos meios de comunicação no Brasil, especialmente nosso objeto de estudo, a Rádio CBN.

Embora a convergência tecnológica seja uma realidade, ainda vivemos a fase de transição do analógico para o digital que, como nos diz Castro (2008, p.186), “a mudança é complexa e vai além das questões tecnológicas. Elas incluem transformações comportamentais e de cultura”. É o nascimento de um novo homem, um novo sujeito que pode ser muito mais atuante e participativo que seus antecessores.

O processo de digitalização do rádio no Brasil ainda está em fase de testes e de escolha da tecnologia a ser utilizada. A previsão era de que ele estivesse em operação a partir de 2008.

Não obstante à falta de definições governamentais em um terreno completamente novo, a Rádio CBN se apresenta atenta às novas tecnologias e às transformações da sociedade e do ouvinte.

Ela entrou no ar no Brasil em 1º de outubro de 1991 (JUNG, 2004) com o slogan “a rádio que toca notícia”, sintetizando o conceito *all News*, até então inédito no Brasil, que consiste em veicular durante 24 horas por dia informações de abrangência nacional, sem descuidar dos acontecimentos locais de cada cidade em editorias como *Trânsito*, *Cidade*, e *Previsão do Tempo*. Dez anos depois, e atenta à tendência de crescimento no número de usuários de internet no Brasil⁵, a rádio CBN passou a investir em conteúdo digital.

5 Segundo o instituto *Ibope e Ratings* e o serviço norte-americano *Nielsen//NetRatings*, havia 9,8 milhões de internautas em dezembro de 2000, o que perfaz 5,7% da população brasileira.

Para comemorar o aniversário de 25 anos, a rádio CBN criou uma plataforma especial em seu site⁶ dedicada a lembrar coberturas feitas no último quarto de século. Nesta área especial do site, foram publicados vários áudios históricos, como as primeiras reportagens da CBN, tocadas no dia 1º de outubro de 1991.

As notícias publicadas no site da CBN seguem o mesmo rigor jornalístico e profissional aplicado há 25 anos na rádio, como foi destacado pela direção de jornalismo da CBN no Manual de Redação da emissora, capítulo 9, página 67:

O modelo do site da CBN privilegia a matéria-prima básica do rádio: é para ser ouvido mais do que para ser lido. O usuário é capaz de encontrar os áudios da maioria dos conteúdos veiculados: notícias, entrevistas, comentários, boletins, programas, narração de jogos de futebol e gols, além de material produzido especialmente para a web. A programação ao vivo também pode ser ouvida pela internet, em tempo real, através da rádio online. Não são publicados na internet conteúdos que não poderiam ser veiculados na emissora, ou seja, os limites éticos e de linguagem são os mesmos para o online e o offline.

Na seção “E assim passaram 25 anos” (imagem 1), o internauta tem acesso a uma linha do tempo em que fatos importantes ocorridos no período de existência da CBN são destacados. O ouvinte pode escolher a notícia e, dependendo do fato, ouvir a locução do dia em que ele aconteceu. Está disponível, por exemplo, a narração da corrida de Fórmula 1 do Grande Prêmio de San Marino, na Itália, em 1994, quando o piloto brasileiro Ayrton Senna se acidentou e morreu.

6 <<http://cbn.globoradio.globo.com/institucional/historia/aniversario/cbn-25-anos/CBN-25-ANOS.htm>>
Acesso em 17/05/2016.



Imagem 1: Linha do tempo no site da rádio destaca fatos mais importantes

Um dos principais quadros do “Jornal da CBN”, produto jornalístico do ‘horário nobre’ da rádio, veiculado às sextas-feiras, a “Rádio Sucupira” (imagem 2) também ganhou uma seção especial. O quadro é inspirado nos discursos de Odorico Paraguaçu, personagem interpretado por Paulo Gracindo na novela “O Bem Amado”, de Dias Gomes, que foi ao ar em 1973, pela TV Globo.



Imagem 2: Rádio Sucupira, quadro inspirado no personagem de Dia Gomes

Os discursos demagógicos da personagem são mixados com falas de políticos e autoridades contemporâneas em situações que lembram a ficção. Um dos 25 acontecimentos Revista Contemporânea: Revista Unitoledo: Arquitetura, Comunicação, Design e Educação, v. 01, n. 01, p. 121-132, out./dez. 2016.

elencados pela equipe da CBN foi o dia em que ratos foram soltos antes do depoimento do ex-tesoureiro do PT João Vaccari Neto, na CPI da Petrobras, na Câmara dos Deputados, em 2015.

Fotos de eventos em que a CBN esteve presente como a 1ª Campus Party, em 2008, e objetos com a marca da emissora que fazem parte da memória dos ouvintes também foram reunidos na plataforma especial (imagem 3). No álbum de eventos da CBN, está reunido, por exemplo, o acervo de fotos da comemoração dos 15 anos do programa “CBN Brasil” em 2016, apresentado pelo jornalista Carlos Alberto Sardenberg.



Imagem 3: Álbum de eventos da CBN reúne fotos das coberturas feitas pela emissora

Aos estudantes de jornalismo, a seção “Quando os microfones desligam” é de muita utilidade. Nela, jornalistas e comentaristas contam como é o trabalho de produção das matérias, como redigem seus textos e toda a logística envolvida nas transmissões.

Em outra seção especial, quatro comentaristas da rádio elencam 25 dicas para o ouvinte/internauta em suas respectivas áreas de conhecimento. Max Gehringer (Emprego e Carreira), Mauro Halfeld (Finanças), Marcio Atalla (Bem-estar e movimento), Flávio Gikovate (Comportamento). O jornalista Ethevaldo Siqueira, por sua vez, fez 25 prognósticos sobre inovações tecnológicas para o futuro.

Na seção “As notícias da estreia” o ouvinte/internauta tem acesso aos destaques de quando a CBN entrou no ar pela primeira vez. Foi destaque, por exemplo, em 1º de outubro, como noticiou a rádio: “Governo adia a correção da tabela do imposto de renda retido na fonte. Técnicos da Receita Federal informaram que o presidente Fernando Collor recebeu o texto da Medida Provisória atualizando a tabela em 25% em cerca de 10 dias. A não correção vai render ao governo 70 bilhões de Cruzeiros”.

Revista Contemporânea: Revista Unitoledo: Arquitetura, Comunicação, Design e Educação, v. 01, n. 01, p. 121-132, out./dez. 2016.

A mesma seção ainda destaca os acontecimentos nas principais cidades da área de cobertura (São Paulo, Rio de Janeiro e Brasília) e no esporte.

A seção “A Playlist da CBN” é uma ferramenta histórica para os amantes do áudio e vinhetas. Nela, foram elencadas cronologicamente todas as trilhas e vinhetas da emissora. A partir da evolução apresentada, é possível notar também uma evolução dos softwares utilizados para sua edição que auxiliam no momento de se passar a notícia.

O ouvinte/internauta pode ouvir as trilhas do “Jornal da CBN edição das 20h”, toda a evolução do boletim noticioso “Repórter CBN”, programas de variedades como Show da Notícia, a trilha dos comentários de Miriam Leitão e Arnaldo Jabor, além das editorias de Política, Trânsito, Cultura, Tecnologia, Cidades, etc. Todas as trilhas foram organizadas por ano.

Relatos curiosos, engraçados, emocionantes. São essas histórias que a CBN convida os ouvintes a enviarem a eles por meio da seção “Eu e a CBN”. Na lateral direita do site, também estão reunidas abas de links que levam para seções “Prêmios CBN” (premiações recebidas por repórteres, âncoras e matérias da rádio), “Campanhas” (peças publicitárias históricas) e dois espaços de memória que lembram os sites criados pela CBN para comemorar os aniversários de 24 e 15 anos da rádio.

Considerações finais

O presente trabalho mostra como um veículo de penetração profunda e de grande tradição no Brasil soube se adaptar aos apelos das tecnologias digitais. A Rádio CBN, emissora de rádio aqui analisada, obteve êxito ao convergir sua plataforma.

Acredita-se ser um bom exemplo do fenômeno descrito por Jenkins (2008) como convergência midiática, quando os produtos de novas e velhas mídias se tornam híbridos. Tanto o rádio quanto a internet tem características semelhantes e que se complementam, contrariando alguns teóricos apocalípticos que previam a nulidade entre elas.

O experimento da CBN, de unir áudios, podcasts, programação ao vivo, infográficos e interatividade, também está de acordo com a teoria defendida por Castells (2003, p. 414), que afirma que “a integração potencial de texto, imagens e sons no mesmo sistema, interagindo a partir de pontos múltiplos, em uma rede global, em condições de acesso aberto e de preço acessível, muda de forma fundamental o caráter de como concebemos e consumimos comunicação”.

O velho conhecido radinho de pilha pode até virar peça de museu, mas, em sua essência, o rádio demonstra que permanecerá ainda por muitos anos a acompanhar seus ouvintes e conquistar as novas gerações naquilo que esse veículo mais sabe fazer: prestar serviços.

Bibliografia:

CASTELLS, Manuel. A galáxia da Internet – reflexões sobre a Internet, os negócios e a sociedade. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2003.

CASTRO, Cosette. A convergência digital e os atores sociais – um panorama das iniciativas brasileiras. Artigo apresentado no V Congresso da Ulepicc, 2005.

JENKINS, Henry. Cultura da convergência. São Paulo: Aleph, 2009.

FERRARETTO, Luiz Artur. Rádio: o Veículo, a História e a Técnica.

JUNG, Milton. Jornalismo de Rádio. 2.ed. São Paulo: Contexto, 2004

JENKINS, Henry. Cultura da Convergência. 2a ed. São Paulo: Aleph, 2009.

PORCHAT, Maria Elisa. Manual de Radiojornalismo Jovem Pan.

PORTO ALEGRE, Raquel. A extensão do radiojornalismo por meio da web. Trabalho apresentado no Seminário Interno da Faculdade de Comunicação. Facom/UFBA, Salvador, 2001.

Sitiologia

<http://www.abert.org.br/web/index.php/quemsomos/historia-do-radio-no-brasil>

<http://www.abert.org.br/web/index.php/legistecnica/item/portaria-n-290-de-30-marco-de-2010>

<http://www.folhadaregiao.com.br/Materia.php?id=70505> – Previsão de funcionamento pro rádio digital em 2008