

Título: Panorama radiofônico em Ribeirão Preto – os grandes grupos de comunicação descobrem o interior

Autora: TINCANI, Daniela; SIMIS, Anita

Titulação: doutoranda do Programa de Pós Graduação em Ciências Sociais da Unesp

Titulação: livre docente

Instituição: UNISEB COC – Ribeirão Preto

Instituição: UNESP - Araraquara

GT4: Políticas e Comunicação e Cultura

Resumo

As emissoras de rádio no interior do estado de São Paulo, mais especificamente na cidade de Ribeirão Preto, apresentam pluralidade de formatos, não apenas no seu conteúdo, mas também em seu modo de gestão. Existem emissoras pertencentes a grupos de comunicação que diversificam suas atividades, outras retransmitem a programação de grandes emissoras de São Paulo e até de empresas de telecomunicação. O objetivo deste artigo é realizar um levantamento do cenário do meio rádio na cidade de Ribeirão Preto, identificando a relação dos grupos de comunicação locais/regionais com grupos nacionais. A cidade foi escolhida para a análise, em função dos diversos grupos de comunicação que se formaram na cidade. O artigo apresenta o levantamento bibliográfico relativo às estratégias de crescimento dos grandes grupos de comunicação. As estratégias de crescimento podem ser horizontal, vertical ou mais atualmente por meio da convergência dos meios proporcionada pelo avanço da tecnologia informacional.

Palavras-chaves – rádio, conglomerados de comunicação e convergência.

Introdução

Este artigo tem como objetivo levantar o panorama radiofônico de Ribeirão Preto, uma cidade em que se misturam emissoras de rádio independentes¹, emissoras pertencentes a grupos de comunicação locais e outras que retransmitem a programação de suas matrizes via satélite.

A cidade de Ribeirão Preto, em função de seu desenvolvimento econômico, sócio-cultural e político nos primórdios do século XX, foi cenário convidativo para a sexta emissora de rádio do país, primeira do interior, a Rádio Club de Ribeirão Preto com o prefixo PRA-7, fundada no dia 23 de dezembro de 1924. Após mais de 80 anos, a emissora ainda existe e está atualmente vinculada a um grupo de comunicação que compreende uma emissora de TV, afiliada à Bandeirantes, duas emissoras de rádio AM

¹ Emissoras independentes são emissoras responsáveis pela criação e produção de programas e venda dos espaços publicitários, não tendo qualquer ligação com outra emissora.

e três emissoras FM. Há dois anos, o Sistema Clube arrendou por cinco anos a Rádio Melody para o grupo Telemar e esta transformou a emissora em Rádio Oi, que já existe em nove outros municípios, sendo que em três deles funciona apenas na internet.

A emissora PRA-7 permaneceu como única na cidade de 1924 a 1953, quando surgiu a Rádio Ribeirão Preto, ou simplesmente Rádio 79 (AM), que também após passar pelas mãos de vários proprietários, está em funcionamento até os dias atuais e faz parte do Sistema Thathi de Comunicação, um grupo de comunicação composto por uma emissora de TV educativa e outras duas emissoras de rádio retransmissoras Rádio Bandeirantes AM e Band News FM.

Pouco a pouco foram surgindo outras emissoras. O Mega Sistema de Comunicação administra três emissoras FM, Mega, Diário e Conquista. O grupo Emissoras Regionais, parte de uma parceria com a rede Band FM Sat, é composto por seis emissoras de rádio, sendo duas em Ribeirão Preto: a Difusora e a Band FM.

Mais recentemente, em maio de 2009, uma emissora de Sertãozinho (21 km de Ribeirão Preto), a Sertão, vendeu a emissora para a Nativa FM de São Paulo e mudou-se para Ribeirão Preto, mesmo tendo a concessão para funcionar em Pontal. A emissora Nativa confronta sua programação com as emissoras Conquista (Sistema Mega) e 106 FM (Sistema Clube) que possuem o ritmo sertanejo como principal atrativo dentro da programação. Com a aquisição em Ribeirão Preto, a Nativa FM está presente em cinco dos sete principais pólos econômicos do estado de São Paulo.

Acrescente-se ainda duas emissoras AM da família Bonini: a CMN (Central Mogiana de Notícias) AM 750, ligada a Jovem Pan Sat AM, mas com extensa programação local, fundada em 1966 com o nome Rádio Renascença, e a Rádio Cultura AM, atualmente filiada a Rádio Eldorado.

Entre as FM, temos a rádio Líder, que retransmite toda a programação da Rede Aleluia, a Rádio Jovem Pan, retransmissora da Jovem Pan Sat em Ribeirão Preto pertencente ao Grupo Coutinho Nogueira².

Na área educativa, temos a Rádio USP Ribeirão, inaugurada em 2004 com programação local das 8h as 12h. Enfim, Ribeirão Preto oferece pluralidade de formatos

² Este grupo possui quatro emissoras de TV afiliadas à Rede Globo: a EPTV Campinas, a EPTV Ribeirão, a EPTV Central e a EPTV Sul de Minas, afora o portal de internet EPTV.com, a editora Terra da Gente, o jornal A Cidade de Ribeirão Preto e a emissora Jovem Pan de Araraquara.

de emissoras, além de ser uma cidade cosmopolita em que as webrádios³ já fazem sombra às emissoras locais.

Os grandes grupos nacionais em Ribeirão Preto

O rádio, que representou um marco da expansão da sociedade de consumo, um instrumento capaz de atingir diversas camadas da população, de interpretar sua realidade social, cultural e econômica, foi um meio de grande importância política, e serviu, segundo Caparelli (1986), como um intermediário entre o discurso dos grupos dominantes para com os dominados, uma forma das classes dominantes justificarem o seu domínio ou desviarem a atenção dos problemas mais prementes.

Caparelli (1989), também reforça a influência do Estado no desenvolvimento dos meios de comunicação de massa no Brasil, principalmente tendo em conta sua acentuada intervenção na importação de equipamentos, que trouxe uma tendência à reprodução regional da concentração de capital e da formação de oligopólios de comunicação.

Se o rádio teve uma grande força no passado, atualmente vem fazendo parte da estratégia de crescimento dos grandes grupos de comunicação, representada pela movimentação das redes de comunicação em busca de novas oportunidades no interior de São Paulo. Por outro lado, as grandes redes, que como bem descrevem Becerra e Mastrini (2009) compõe-se de uma cabeça de emissora, responsável por pela irradiação da programação para outras emissoras, também percebem, na convergência dos meios, uma forma de ampliar o capital, minimizar os custos e ainda tecer uma grande teia de influências.

Seguindo esse processo, a entrada dos grandes grupos de comunicação nacionais na cidade de Ribeirão Preto ocorre por meio de arrendamento, venda total ou parcial e por afiliações, como no caso da Oi FM, emissora pertencente à operadora de telefonia celular Telemar, que arrendou uma das emissoras do Sistema Clube de Comunicação e da Nativa FM a qual, por sua vez, comprou uma emissora de Pontal com a finalidade de atuar comercialmente na cidade de Ribeirão Preto. Estes

³ Webrádios são emissoras de rádio com transmissão apenas na internet.

movimentos já são indícios de que a manutenção das emissoras por proprietários locais torna-se cada vez mais difícil frente ao poderio dos grandes grupos de comunicação.

Nota-se que dos grupos existentes na cidade, apenas o Sistema Mega não tem filiação com outras emissoras de transmissão via satélite. O Sistema Thati tem duas emissoras ligadas a Bandeirantes (Rádio Bandeirantes AM e Band News), as Emissoras Regionais retransmitem a Band FM Sat, a CMN tem parceria com a Jovem Pan AM e a Cultura AM com a Rede Eldorado. Mesmo a Jovem Pan FM tem uma retransmissora na cidade e até a Rádio USP retransmite parte de sua programação da USP de São Paulo.

As afiliações, aquisições e arrendamentos, fazem parte da estratégia de crescimento dos grandes grupos. Miguel de Bustos relata que as causas das fusões e aquisições são três: (1) busca por economia de atividade, o que inclui economia de escala, de sinergia e de redução de custos de transações; (2) economia de gestão do crescimento e (3) alocação mais eficiente dos recursos (MIGUEL de BUSTOS, 2005, p. 97).

Thompson (1995) também trata do tema do crescimento dos grandes grupos de comunicação ao citar quatro tendências da mídia em relação à economia política: a crescente concentração das indústrias da mídia, sua crescente diversificação, o desenvolvimento da globalização das indústrias da mídia e a tendência para a desregulamentação. Segundo autor ao explicar a primeira das quatro tendências, “os meios de produção nas indústrias da mídia se concentraram sempre mais nas mãos de um relativamente pequeno número de grandes corporações” (THOMPSON, 1995, p. 254). Esta tendência já se manifesta na cidade de Ribeirão Preto, já que as emissoras de rádio da cidade ou estão concentradas nas mãos de grupos de comunicação, ou retransmitem a programação de emissoras da cidade de São Paulo, via satélite, também pertencentes a empresas de comunicação e telecomunicação. Citando ainda as tendências, Thompson (1995, p. 257) explica que “diversificação é o processo pelo qual as companhias expandem suas atividades para diferentes campos ou linhas de produção”, situação é cada vez maior nas indústrias da mídia. Ao analisar as emissoras de rádio da cidade de Ribeirão Preto, nota-se que os sistemas de comunicação a qual pertencem possuem uma diversidade de empresas, além de emissoras de rádio, emissora de TV e produtoras de vídeo. De acordo com a terceira tendência, a crescente globalização das atividades, Thompson (1995, p. 261) afirma que “a globalização das

atividades das indústrias da mídia assumiu novas formas e tornou-se muito mais ampla e com características de onipresença”.

Dentro da realidade brasileira, a jornalista Cláudia Figueiredo Modesto (2009), cita que “a partir do final do século 20 e, mais intensamente, no início do século 21, o fenômeno da formação de redes de rádio via satélite tem se fortalecido no Brasil” (MODESTO, 2009). E após elencar diversas redes de emissoras de rádio, muitas delas presentes em Ribeirão Preto, a autora observa que “a formação de redes de comunicação criou uma linguagem pasteurizada, sem regionalismos, onde o ouvinte não se identifica como um cidadão local, mas como cidadão global” (MODESTO, 2009). A autora ainda relata que as redes de comunicação de âmbito nacional destacam os acontecimentos nacionais em seus noticiários, quase não dando lugar aos destaques locais, o que inclui as condições do tempo e do trânsito.

Com base nestas premissas passamos para a análise descritiva da configuração do mercado de comunicação radiofônico em Ribeirão Preto. Em Ribeirão Preto, a emissora Band News, por meio de uma sociedade parcial com o Sistema Thathi de Comunicação (que em 29 de março de 2011 completou um ano) investiu na montagem de dois estúdios e treinamento dos profissionais locais para que haja duas entradas para jornalismo local, sendo uma entrada de duas horas e outra de quarenta minutos e doze *drops* ao longo do dia, de segunda a sexta-feira, afora a participação do Giro de Notícias, em que entram todas as afiliadas na rede trazendo notícias da cidade ou da região para todos os ouvintes. A Band News, pertencente ao Grupo Bandeirantes de Comunicação, que tem caráter fundamentalmente jornalístico, mantém em Ribeirão Preto uma equipe formada por jornalistas experientes e também conta com estudantes de jornalismo do Centro Universitário UNISEB COC, parceiro local do Sistema Thathi. A Bandeirantes AM, igualmente sócia do Sistema Thathi, possui quatro *drops* locais ao longo da programação.

A emissora Oi FM também tem uma equipe de profissionais locais que apresentam o programa Rádio Café e o programa Boa da Noite. A Oi FM se posiciona como uma emissora, conforme seu próprio slogan, “livre, plural e interativa” em suas campanhas dentro e fora do dial, quer ser vista como uma emissora independente e que apresenta músicas fora do circuito comercial. Na grade de programação existem 22 programas, incluindo três que são identificados como pertencente à rede e um específico

para São Paulo. O programa Rádio Café, identificado como sendo de Ribeirão Preto, é apresentado de segunda a sexta-feira das oito às onze da manhã. Ele traz notícias da cidade, apresenta editorial de moda, tecnologia e esporte. O programa Boa da Noite é veiculado duas vezes ao dia durante a programação de quinta-feira a sábado e apresenta dicas de shows, festas e entretenimento da cidade. A programação da rádio Oi FM de Ribeirão Preto tem diferenças em relação à programação das outras filiadas em função da montagem do horário dos programas. Além disso, a Oi FM, realiza diversas ações promocionais em Ribeirão Preto, incluindo a participação e transmissão de eventos de seus anunciantes, *blitz* com distribuição de brindes e adesivos e outras promoções oferecidas pela rede, como concursos para eventos nacionais patrocinados pela emissora Oi.

A Jovem Pan FM de Ribeirão Preto só tem um programa local, o Manhã na Pan, pois os outros programas são retransmitidos da Jovem Pan 2 Sat. A equipe de Ribeirão Preto é composta por profissionais das áreas financeiras, comercial e técnica, e há apenas um locutor, o apresentador do programa, e também de alguns comerciais locais. A emissora apóia, patrocina e realiza diversos eventos locais voltados para o público jovem.

A emissora em Ribeirão Preto pertence ao grupo Coutinho Nogueira, que atua em diferentes setores, como o da comunicação, o setor sucroalcooleiro e imobiliário.

A Rádio Cultura AM, no ano de 2009, passou a integrar a Rede Eldorado de Rádio, pertencente ao Grupo Estado, que publica o Jornal O Estado de São Paulo, Jornal da Tarde, além de ser proprietário dos portais, Estadao.com.br, Limão, ZAP e ILocal. O grupo Estado mantém parceria com a ESPN para a transmissão de programas esportivos, que são retransmitidos pela Rádio Cultura AM, agora identificada como Rádio Eldorado Ribeirão. A emissora conta com o apoio da UNAERP – Universidade de Ribeirão Preto na produção de conteúdo local, cujo objetivo é a prestação de serviço para comunidade. A programação local vai ao ar diariamente, das dez da manhã às duas da tarde, e depois da vinte às vinte e uma. São programas produzidos por docentes e discentes da UNAERP, principalmente ligados ao curso de jornalismo, além possuir programas de entrevistas com personalidades da cidade e programa culinário.

A Rede Aleluia também integra o rol de emissoras da cidade por meio da Líder FM, que ocupa a sintonia de 103,5 no dial. Esta rede pertence à Igreja Universal do

Reino de Deus e se posiciona como a maior rede de rádios cristãs da América Latina, no total são setenta e oito emissoras. A programação é voltada para a divulgação de músicas gospel nacional e internacional, veiculação de mensagens, dicas de saúde e divulgação da programação de eventos da Igreja Universal do Reino de Deus na cidade.

A USP é uma das primeiras emissoras educativas da cidade de São Paulo. Sua programação é composta por música instrumental, música clássica, MPB, rock, jazz, blues e samba, e há também a programação jornalística voltada para a divulgação das atividades da USP e a prestação de serviços. No final de 2004 a Rádio USP Ribeirão passou a fazer parte da Rede USP de Rádio, que já tinha a rádio USP FM São Carlos, mas desativada em 2008. A Rádio USP Ribeirão tem quatro horas de programação local, das oito ao meio dia, e participa da programação da rede com programas especiais, boletins de notícias e educativos. Na programação local há a valorização dos artistas da região e também programas como: FEA Comunidade, que aborda assuntos de economia, bem como o Ambiente é o Meio, o Dica Legal e o Minuto do Agronegócio. Para a produção dos programas, a equipe recebe apoio dos cursos de Música, Administração, Economia do USP Recicla. A equipe da USP FM é composta por um operador de som, um locutor e um estagiário, que ainda contam com o apoio da equipe do serviço de comunicação da USP.

A Band FM faz parte do grupo Emissoras Regionais, mas é produzida pelo grupo Bandeirantes. Na cidade, a emissora retransmite apenas 25% da programação da rede, os outros 75% são produzidos em Ribeirão Preto.

A emissora Nativa FM, que entrou em Ribeirão Preto no ano de 2009 por meio da Rádio Sertão de Sertãozinho, cidade da região de Ribeirão Preto, faz parte do Grupo Bandeirantes de Comunicação em sociedade com o Grupo Camargo de Comunicação e, desde 2008, está ampliando a sua atuação, contando atualmente com treze afiliadas. O conteúdo principal da emissora é musical nos estilos romântico e sertanejo.

A CMN – Central Mogiana de Notícias - é uma emissora tradicional de Ribeirão Preto que possui parceria com a UNAERP. A emissora tem em sua grade de programação local conhecidos locutores, muitos deles partilhando também da carreira política. Em relação à programação, apesar de ser afiliada à Jovem Pan AM, tem extensa programação local.

Este tópico do artigo descreveu o panorama das emissoras de rádio de Ribeirão Preto afiliadas aos grandes grupos de comunicação nacional e apresentou os grupos locais e regionais de comunicação, como o Sistema Thathi, Sistema Clube, Emissoras Regionais, Grupo Coutinho Nogueira e Família Bonini. O próximo tópico apresenta o referencial teórico das pesquisas sobre conglomerados de comunicação.

Grupos de comunicação e concentração das mídias

É importante levantar o referencial teórico para entender as possibilidades estratégicas dos grandes grupos de comunicação e da concentração das mídias.

Miguel de Bustos (2003) levanta a evolução dos grupos de comunicação, classificando em três etapas as estratégias de crescimento dos grandes grupos. Para o autor, na primeira etapa, ocorrida nos anos 1980, os grupos de comunicação eram *monomedia*, ou seja, pouco diversificados e com um grau de transnacionalização pequeno. A segunda etapa foi marcada pela fusão da Time e Warner no início da década de 1990, quando houve a diversificação *multimedia*. A terceira etapa, iniciada nos anos 2000 foi marcada pela compra da Time Warner pela AOL e também pela aquisição da Seagram-Universal pela Vivendi. Esta é a fase de desenvolvimento da interatividade e da coexistência de diversos conteúdos em diversos suportes, ou seja, a convergência dos meios.

Bustamante (2003) lembra que o nascimento de muitas empresas de cultura e comunicação remonta ao final do século XIX e às primeiras décadas do século XX. Segundo o autor, a formação dos grandes grupos, tal como conhecemos, surgiu nos tempos mais recentes, principalmente, na década de 1970, nos Estados Unidos e, nos anos 1980, na Europa e no Japão, coincidindo com o fim do crescimento fordista da sociedade de consumo. O autor relata também que os Estados Unidos, Japão e Europa concentram a maioria dos maiores grupos de cultura e comunicação e que estes realizam tanto a concentração como a transnacionalização, o que, por sua onipresença, nos conduz ao conceito de globalização.

Em relação à globalização dos grupos de comunicação, Bolaño (2000) relata o caso dos grupos de comunicação no setor de televisão, em que:

(...) a tendência atual parece ser a da constituição de um grupo reduzido de grandes empresas oligopolistas que atuam em nível mundial, articuladas de

diferentes formas com os grupos nacionais e com as próprias empresas estatais que, por sua vez, também se adaptam às novas condições procurando ganhar competitividade (BOLAÑO, 2000, p. 22).

A presença destes grandes grupos em diversos países é caracterizada pela busca da permanente maximização de benefícios de curto prazo. “Com esta perspectiva, os grupos multimídia têm incrementado suas estratégias transversais e de integração vertical e tem tido, diante as possibilidades abertas pela inovação tecnológica, a multiplicação de suas vendas ou mercados para seus produtos” (BUSTAMANTE, 2003).

O autor Miguel de Bustos (2005) explica os tipos de direções estratégicas que os grupos de comunicação podem seguir. Segundo ele, quando um grupo opta pela concentração horizontal, “busca aumentar seu poder de mercado através do reforço de sua posição em uma fileira ou indústria em que já está presente” (MIGUEL DE BUSTOS, 2005, p. 104). No caso da integração vertical, que pode ser para trás ou para frente, o grupo busca o controle dos conteúdos ou da distribuição. E o tipo de integração para trás, “tem sido a justificativa dos movimentos teóricos sobre a convergência” (MIGUEL DE BUSTOS, 2005, p. 105), em que o autor cita, como exemplo, o movimento dos grupos de telefonia para a produção de conteúdos.

A pesquisadora Rosa Franquet Calvet (2008) explica o que ocorre no exemplo do setor do rádio nos EUA, em que se percebe o uso das estratégias de crescimento. Segundo suas pesquisas, a desregulamentação no meio tem criado poderosas companhias que dominam os mercados locais pela afiliação das estações locais a uma rede ou pela compra direta de uma rede nacional constituída. Ainda segundo Calvet (2008), o que atrai as grandes redes para a aquisição de emissoras locais é o aumento da concorrência no setor de rádio, que gera uma disputa de espaço e de receitas de publicidade dos mercados locais. Sendo que a desregulamentação que ocorre na indústria da comunicação auxiliou no processo de reestruturação do meio rádio, determinado pela “concentração da propriedade, das audiências e dos investimentos publicitário” (CALVET, 2008, p. 142), cujas consequências foram a eliminação “de ofertas de programação minoritárias e a pluralidade se tem visto diminuída tanto na Europa quanto nos Estados Unidos” (CALVET, 2008, p. 142).

Sobre a desregulamentação, Bolaño (2000) complementa que este é um dos fatores para formação dos grandes grupos e acrescenta o avanço da concorrência

internacional e o desenvolvimento das novas tecnologias de comunicação como pontos a serem estudados e discutidos para maior compreensão das transformações da indústria da comunicação atual.

Em relação à diminuição de ofertas de programação levantada por Calvet, Thompson (1995, p. 327-340), já na década de 1990, alertava que as instituições da mídia transformaram-se em organizações econômicas de grande escala, responsáveis pela produção e difusão em massa de bens simbólicos, e estes são cada vez mais integrados a conglomerados de comunicação. No entanto, segundo o seu ponto de vista, o futuro da mídia deve ser governado pelo princípio do pluralismo regulado que garantiria a existência de uma pluralidade de instituições da mídia independentes nas diferentes esferas da comunicação de massa. Desta forma, ainda conforme Thompson, fica garantida não apenas a liberdade do consumidor de escolher, mas também a multiplicidade de fóruns públicos em que diferentes pontos de vista possam ser expressos. A concentração de recursos nas indústrias da mídia é uma ameaça ao indivíduo enquanto cidadão.

O cenário do mercado brasileiro de comunicação não é diferente do que acontece nos Estados Unidos. Os autores Becerra e Mastrini (2009) resumem a situação da seguinte forma:

Quase todos os lares brasileiros contam com receptores de rádio e televisão aberta constituindo assim um forte mercado de rádio e televisão aberta em que os operadores funcionam em redes que permitem unir as produções de conteúdos (...) não unicamente em São Paulo, Rio de Janeiro e Porto Alegre, mas também agregam conteúdos regionais ou locais. (BECERRA e MASTRINI, 2009, p. 85)

A concentração dos grandes grupos de comunicação é uma tendência geral no Brasil. É o que revela a pesquisa realizada por Becerra e Mastrini (2009) com dados do ano de 2004, em constataram que 81% do mercado de comunicação são dominados por apenas quatro empresas e que um mesmo grupo está presente em mais de um mercado estudado pelos autores. Na conclusão da pesquisa verificam que o nível de concentração no Brasil é muito elevado, afetando a diversidade de versões sobre a realidade que produzem e distribuem as indústrias infocomunicacionais, “reduzindo assim a presença de vozes de atores não dominantes e contrariando-se uma das premissas do jogo democrático baseado na profusão de opiniões diversas que se contrastariam no exercício deliberativo” (BECERRA, MASTRINI 2009, p. 97), já que são grupos altamente

diversificados em diferentes meios e indústrias, são redes de produção e distribuição de conteúdos. Em relação ao meio rádio, Becerra e Mastrini (2009) relatam que o faturamento deste meio no Brasil é muito inferior ao de outras indústrias culturais. Enquanto o faturamento do meio rádio foi de US\$206.791.262,00, o da TV aberta foi de US\$2.836.375.811,00 no ano de 2004. A rede de maior faturamento foi a Radiobrás, pertencente ao governo federal, que possui 20% do faturamento total. Por fim, o levantamento aponta que 34% do faturamento do meio rádio no Brasil, estão nas mãos de quatro redes. Os mesmos autores ainda ressaltam que no Brasil as indústrias de telefonia e internet tiveram altos índices de crescimento, entre os anos 2000 e 2004, o que marca o cenário da convergência tecnológica infocomunicacional.

Em relação ao desenvolvimento tecnológico no setor da comunicação, Miguel (2003) explica que os grupos de comunicação podem se mover dentro de vários eixos, mas os considerados fundamentais são apenas dois: o da distribuição e o eixo de produção de conteúdo. Porém, com o desenvolvimento das novas tecnologias, mais especificamente da internet a partir dos anos 1990, os grupos de comunicação focaram seus esforços para esta nova tecnologia na crença de que esta se “constituiria um mecanismo de distribuição fundamental” e “no entanto, diante das contínuas perdas, muitas empresas tiveram que redimensionar os recursos destinados a internet, com numerosas demissões” (MIGUEL, 2003, p. 238).

Considerações finais

Por meio da descrição do panorama radiofônico e do referencial teórico pode-se fazer as seguintes considerações:

Na região estudada há a presença tanto dos grupos de atuação nacional, como grupos de comunicação de composição local/regional e estes realizam parcerias ligadas, principalmente, à produção de conteúdo, onde os grandes grupos nacionais são responsáveis pelo conteúdo na cabeça de rede e o distribuem por meio das parcerias com os grupos locais.

Há produção de conteúdo local também, principalmente pelas emissoras ligadas à instituições de ensino, que com certa frequência produzem seus conteúdos localmente, veiculados na rede.

No entanto, podemos afirmar que houve uma diminuição da produção de conteúdo local nas emissoras de rádio a partir da entrada das emissoras em rede, com exceção da CMN, retransmissora da Jovem Pan AM, que tem a força dos tradicionais locutores locais, e da Band FM, com uma programação mais popular, que cria proximidade com o ouvinte da cidade também por meio do peso de seus locutores.

Os grupos locais/regionais têm crescimento horizontal, como o Sistema Mega e o Grupo de Emissoras Regionais, proprietários de diversas emissoras de rádio e também crescimento vertical, como os Sistemas Thathi e Clube, proprietários igualmente de emissoras de TV.

Já o Grupo Coutinho Nogueira diversifica ainda mais sua atuação, uma vez que está presente também em outros setores, fora da indústria da comunicação. O grupo ainda é exemplo de convergência, pois tem um mesmo conteúdo divulgado nas emissoras de TV, na revista, no jornal e no portal do grupo.

Os estudos de Calvet e Bolaño apontam para a questão da desregulamentação como fator de crescimento dos grandes grupos, o que pode ser percebido no caso da Nativa FM, em que atua comercialmente na cidade de Ribeirão Preto, uma vez que ampliou sua potência, mas a concessão de autorização da emissora é da cidade de Pontal.

A filiação com uma rede, pertencente a um grupo de comunicação traz como vantagem a redução dos custos operacionais, já que o investimento para a produção local chega a níveis muito baixos, principalmente se a retransmissão for acima dos 75%. Mesmo nestes casos, há investimento nos departamentos comercial, financeiro e de eventos.

Este artigo teve como objetivo descrever o panorama atual do meio rádio em Ribeirão Preto especificamente em relação aos grandes grupos nacionais e locais. Na próxima etapa desta pesquisa pretendemos verificar se apenas a redução dos custos operacionais é suficiente para a lucratividade das emissoras na cidade, se há retorno de faturamento proporcionado pelos anunciantes, uma vez que a programação acaba não refletindo a identidade dos ouvintes ou fornecendo informações do eixo Rio-São Paulo. Além disso, outra possibilidade de investigação é pensar a sobrevivência destas emissoras a partir da entrada das web rádios.

Referências bibliográficas

BOLAÑO, C. R. S. **Indústria Cultural, Informação e Capitalismo**. São Paulo: Hucitec, 2000. v. 01. 282 p.

BECERRA, M. e MASTRINI, G. **Los dueños de la palabra**. Buenos Aires: Prometeo Libros, 2009. 238p.

BUSTAMANTE, E. Las industrias culturales, entre do siglos. In BUSTAMANTE, E. (coordinador). **Hacia un nuevo sistema mundial de comunicación**. Barcelona: Editorial Gedisa, 2003, p 19 a 38.

CALVET, R. F. **Rádio digital em Espanha**. Fundacion Alternativas, 11/06/2008, Disponível em [HTTP://WWW.ALMENDRON.COM/TRIBUNA/20217/RADIO-DIGITAL-EN-ESPANA-INCERTIDUMBRES-TECNOLOGICAS-Y-AMENAZAS-AL-PLURALISMO/](http://www.almendron.com/tribuna/20217/RADIO-DIGITAL-EN-ESPANA-INCERTIDUMBRES-TECNOLOGICAS-Y-AMENAZAS-AL-PLURALISMO/)

CAPARELLI, S. **Comunicação de massa sem massa**. 3ª ed. São Paulo: Summus, 1986. (Novas buscas em comunicação)

_____. **Ditaduras e indústrias culturais, no Brasil, na Argentina, no Chile e no Uruguai (1964 – 1984)**. Porto Alegre: Ed. Universidade / UFRGS, 1989.

MIGUEL DE BUSTOS, J. C. Los grupos de comunicación: la hora da convergência. In BUSTAMANTE, E. (coordinador). **Hacia un nuevo sistema mundial de comunicación**. Barcelona: Editorial Gedisa, 2003, p. 227 a 256.

_____. Estrategias de los grupos de comunicación em la era de la convergência. In BOLAÑO, C, MASTRINI, G. e SIERRA, F. (Eds). **Economía política, comunicación y conocimiento**.

MODESTO, C.F. **Papel social do rádio na era globalizada**. 01/09/2009. <http://www.observatoriodaimprensa.com.br/artigos.asp?cod=553DAC002> 2009.

THOMPSON, J.B. **Ideologia e cultura moderna**. 3ª Ed. Petrópolis – RJ: Vozes, 1995. 425p.

VIOLANTE, A. A. R. **Jornalismo radiofônico**. 2010. 38p. Graduação – Faculdades COC, Ribeirão Preto – SP. 2010.

Web Grafia

Disponível em: <http://www.cidadederibeiraopreto.com.br/noticia884-nativa-fm-em-ribeirao-preto-a-partir-de-agosto.html> acessado em abril de 2011.

Disponível em: http://www.grupoestado.com.br/midiakit/blocos/territorio_eldorado.html acessado em abril de 2011.

Disponível em: http://nativafm104-3.com.br/?modulo=ver_noticias&id_not=214836 acessado em abril de 2011.

Disponível em: <http://oifm.com.br/ribeirao/> acessado em abril de 2011.

Disponível em: <http://www.radioeldoradoribeirao.com.br/> acessado em abril de 2011.

Disponível em: <http://www.radiocmn.com.br/programacao.html> acessado em abril de 2011.

Disponível em: <http://www.radio.usp.br/redeusp.php?rede=rp> acessado em abril de 2011.