

Revista Latina de Comunicación Social

La Laguna (Tenerife) - enero de 1998 - número 1

D.L.: TF - 135 - 98 / ISSN: 1138 - 5820

COMUNICACIÓN AUDIOVISUAL

El renacimiento de la radio en Brasil

(1.919 palabras)

Lic. Claudia Irene de Quadros

(Curitiba, Brasil)

Doctoranda en Ciencias de la Información

Universidad de La Laguna

cquadros@ull.es

Final del siglo XX. Los medios de comunicación intentan desarrollarse para llegar a la gente con una cara moderna, como exige esta era. Aunque la Red sea una de las grandes revoluciones del siglo, un antiguo medio de comunicación renace con mucha fuerza. Las cadenas de radio, principalmente las que transmiten 24 horas de noticias, ganan cada vez más credibilidad.

Mientras el periodismo es desarrollado en la nueva radio que también está en las páginas Web, antiguos problemas continúan preocupando a propietarios de emisoras y oyentes de todo el mundo.

Radio Comunitaria

Uno de los problemas está en la legalización de las emisoras hechas para la comunidad. En muchos países aumenta el número de radios que trabajan para la comunidad de un barrio o de una asociación. En Brasil, por ejemplo, hay más de mil emisoras no legalizadas, conocidas como piratas. Estas radios transmiten sin la autorización del gobierno brasileño y, muchas veces, utilizan la misma frecuencia de radios legalizadas, perjudicando sus programaciones.

Según el vicepresidente de la Asociación Brasileña de Radios, Oscar Riconez, estas emisoras son una vergüenza para el radioperiodismo. Cree que las informaciones divulgadas por una radio pirata pueden comprometer la credibilidad de los periodistas que trabajan en otras radios. Generalmente, las radios piratas no son organizadas por profesionales que tienen noción de ética o de reglas periodísticas.

A veces también pueden poner en riesgo la vida de la población. Una radio pirata, cuenta Oscar Riconez, puede provocar accidentes aéreos. "En Sao Paulo, un aeropuerto fue cerrado porque una radio pirata estaba interfiriendo en el sistema de navegación aérea."

Según el vicepresidente de Sistema Globo de Radio (Globo Network - la mayor cadena de radio brasileña), José Roberto Marinho, la radio comunitaria puede mejorar la calidad de vida de los ciudadanos con informaciones locales. Pero es importante crear un reglamento para su funcionamiento, porque estas radios no pueden interferir en las radios profesionales. Él defiende que es necesario hacer una ley o reglas para imponer límites.

Sin embargo, estas ideas no son compartidas por las personas que hacen la radio para la comunidad. Estas personas creen que la libre comunicación es un derecho de todos. Además, en Brasil, las cadenas de radio están en las manos de políticos o de la iglesia católica y evangélica. La iglesia católica, por

ejemplo, posee casi 200 emisoras. ¿Será que las radios piratas no son una forma de ejercer la democracia, en un país que ofrece más oportunidades para las personas que detienen el poder? Ésta, sin duda, es una cuestión que debe ser analizada con la renovación de la radio en Brasil y otros países del mundo.

Brasil 24 horas

La cadena más grande de radio brasileña es la CBN (Central Brasileña de Noticias). Son 34 emisoras en todo Brasil que forman parte del Sistema Globo de Radio. Creada en 1991, la radio CBN ganó credibilidad por la buena cobertura que hizo de las manifestaciones que antecedieron al *impeachment* del presidente del gobierno Fernando Collor de Mello.

Uno de los propietarios de la cadena brasileña CBN, José Roberto Marinho, es también vicepresidente del Sistema Globo de Radio. Hijo del mayor empresario del sector de las comunicaciones, empezó a trabajar en el periódico "O Globo", de su padre, cuando tenía 17 años. Sin embargo, su gran pasión siempre fue la radio.

Como su padre también tenía una cadena de radio, José Roberto Marinho pidió trabajar en el medio que le gustaba. La Radio Globo, que era poco rentable, en poco tiempo empezó a obtener ganancias y mucha audiencia.

La CBN nació de una necesidad de hablar para un público distinto. La radio 24 horas de noticias está basada en programas de dos radios norteamericanas: CBS (Columbia Broadcasting System) y ABC (American Broadcasting Company).

Según el vicepresidente del Sistema Globo de Radio, la CBS, en Nueva York, gana más oyentes hablando sobre problemas de su ciudad y la ABC haciendo programas segmentados. Cree que en esta nueva era es necesario preparar periodistas especializados, que conozcan bien sobre lo que escriben.

Ahora, el Sistema Globo de Radio está haciendo un proyecto para una programación deportiva. Será una radio 24 horas con noticias sobre fútbol y otros deportes. Hoy, la mayoría de las cadenas hacen una inversión en los departamentos deportivos, porque el deporte es uno de los mejores productos para la venta de espacios publicitarios.

La radio CBN está hecha para un público de categorías A y B, pero también es oída por la gente de las categorías C y D. Pertenecen a las categorías A y B personas con mejor educación (niveles universitario y secundario) y también que ganan más dinero. Las categorías C y D están formadas por personas de menor poder económico y con poca información cultural.

Con un público definido, la radio CBN tiene una ventaja sobre las demás emisoras en lo que se refiere a la venta de espacio publicitario. Hoy, en Brasil las radios tienen solamente el seis por ciento de las inversiones empresariales en publicidad, porque los publicistas creen que utilizar las cadenas de televisión es mucho más rentable. Con la programación hecha para un público concreto, la radio CBN gana la competencia comercial y también puede mostrar un camino para los empresarios de la comunicación: es necesario hacer una radio cada vez más dirigida a conquistar oyentes y anunciantes.

La programación de la radio CBN es igual de lunes a viernes. Aunque la programación sea hecha con el mismo formato durante sábados y domingos, generalmente, hay varias repeticiones de materiales ya emitidos entre semana.

Basado en entrevistas y reportajes, el estilo de la radio CBN gana cada vez más oyentes y credibilidad. La lectura de los periódicos, según José Roberto Marinho, está prohibida en la radio CBN. El *headline* (lectura de periódicos) es común en otras emisoras, porque hay pocos periodistas para poner la información en el aire. En Sao Paulo, donde está la principal redacción de la radio CBN, hay 50 periodistas buscando nuevas noticias. En otras ciudades brasileñas, cada radio asociada a la red CBN posee 15 periodistas y más técnicos.

Aunque su cuadro profesional sea grande, el equipo es demasiado pequeño para hacer 24 horas de noticias sin repeticiones. Muchos reportajes salen al aire dos o cuatro veces sin modificaciones. Los dirigentes argumentan que nadie escucha una radio sólo noticias 24 horas al día, incluso presentan al respecto algunas encuestas de la audiencia. Algunos datos apuntan que las personas escuchan cerca de cuatro horas de radio al día.

De las seis hasta a las nueve de la mañana se emite el principal noticiario de la red CBN. Herodoto Barbeiro, periodista responsable por el programa, hace entrevistas, presenta hechos actuales y también un resumen de las principales noticias nacionales e internacionales para todo Brasil.

La programación local empieza a las nueve de la mañana. Cada emisora de la cadena Globo presenta un programa que habla sobre los problemas y noticias de la ciudad donde está ubicada. A veces, la audiencia de un programa local es mayor que la de un programa nacional. Un hecho, sin duda, curioso, porque en la historia de la radio brasileña la audiencia siempre fue mayor a las ocho de la mañana, cuando las personas están preparándose para ir al trabajo. Tal vez la gran audiencia esté relacionada con la programación dirigida. Hay más oyentes en este horario, porque los periodistas hablan sobre cosas que son más cercanas para estas personas.

Después del medio día, la programación vuelve con noticias nacionales. Este diario es comandado por Chico Pinheiro, un periodista que también es muy respetado en la televisión brasileña. La secuencia es igual por la tarde. Sin embargo, las personas que trabajan en la redacción de la radio son otras.

CBN Curitiba

En Curitiba, sur del Brasil, hay varias radios que presentan alguna forma de noticia, pero todas son transmitidas en AM (onda media). Sólo la radio CBN es todo noticias y transmite en FM (frecuencia modulada). Su sonido es mejor, principalmente porque la radio trabaja con equipos digitales. Tampoco hay sensacionalismo como en las demás radios, que explotan noticias policiales para ganar audiencia.

El gran éxito de la radio CBN Curitiba son los debates hechos las mañanas del sábado. La producción de la emisora reúne autoridades para hacer tertulias sobre determinados asuntos, como sida, educación y política.

La radio CBN es una de las pocas emisoras brasileñas que presenta profesionales licenciados en periodismo en su equipo de trabajo. Las demás emisoras, generalmente, producen una radio con personas sin experiencia y sin conocimientos de reglas del periodismo.

Radio en Europa

Según Tereza Moutinho, presidenta del observatorio de la prensa de Lisboa, las radios de Portugal también están ganando más credibilidad. Es común en Portugal que haya profesionales de la televisión que deseen trabajar en radios, porque en este medio hay entrevistas con más profundidad.

El profesor de la Universidad Autónoma de Barcelona Armando Balsebre dice que la mayoría de los profesionales que trabajan en radios españolas no tienen fuentes propias. Incluso, muchas radios rellenan su programación utilizando la lectura de periódicos.

Según Armando Balsebre, las radios saben que gran parte de la población es solitaria, por esto buscan hacer papeles de compañeros. Muchas radios españolas siguen ahora un modelo italiano de la década de los setenta, cuando las radios hacían una programación local para conquistar más audiencia. En España, las noticias son más comentadas, se valoran poco los reportajes y la programación está basada en estrellas de la radio. Sin embargo, cree que en el futuro habrá asuntos más polémicos en el aire.

Todas las radios europeas están preparándose para seguir adelante, llegar con una nueva cara al siglo XXI. Para eso, están haciendo muchas inversiones en equipos de transmisión. La cadena SER, de España, se convirtió en la primera empresa española de radiodifusión que realizó una retransmisión en sistema digital a finales de noviembre de 1996. De acuerdo con Augusto Delkáder, director general de la SER, la retransmisión digital es un hito en la historia de la radiodifusión española, que alterará sus contenidos.

En las escuelas de periodismo de casi todo el mundo también se puede ver el reflejo de los cambios de las radios. Muchos estudiantes creen que este medio ofrece una gran oportunidad para ejercer la profesión y ganar experiencia. Sumando las inversiones tecnológicas y el interés de los alumnos, la radio renace con una nueva fuerza.

Bibliografía

BARBEIRO, Herodoto, 1995, O Radiojornalismo renovado, en Jornalismo eletrônico ao vivo, Sao Paulo, Editora Vozes.

LEWIS, Peter M., 1994, La radio en Europa: cambios, políticas y tendencias, en Comunicación Social / Tendencias, Madrid, Fundesco.

BALSEBRE, Armando, 1993, La credibilidad de la radio informativa. Feedback, Universidad Autónoma de Barcelona.

----- La SER realizó ayer la primera transmisión de la radioespañola en sistema digital, 30 noviembre de 1996, El País, pág. 26.

BALSEBRE, Armando, 29 de mayo de 1996, Euroradio, o desafío transaccional, en I Seminario Internacional de Radio Periodismo, Sao Paulo.

MARINHO, José Roberto, 28 de mayo de 1996, Sistema Globo de Radio, en el I Seminario Internacional de Radio Periodismo, Sao Paulo.

[* Trabajo presentado en la I Semana Internacional de la Comunicación;
Universidad de Cartagena de Indias, Colombia, febrero de 1997]

[\[Regreso a la portadilla de la sección de hemeroteca\]](#)

[\[LATINA - 1ª - enero 98\]](#) [\[LATINA - 2ª - febrero 98\]](#)

[\[Volver a la página principal\]](#)
