

**UNIVERSIDADE ANHEMBI MORUMBI  
RICARDO PENNA SILVEIRA SENISE**

**A MUDIATIZAÇÃO DOS PROCESSOS RADIOFÔNICOS  
NA RÁDIO SULAMÉRICA TRÂNSITO**

**SÃO PAULO  
2010**

**RICARDO PENNA SILVEIRA SENISE**

**A MUDIATIZAÇÃO DOS PROCESSOS RADIOFÔNICOS  
NA RÁDIO SULAMÉRICA TRÂNSITO**

Dissertação de Mestrado apresentada à Banca Examinadora, como exigência parcial para a obtenção do título de Mestre do Programa de Mestrado em Comunicação, área de concentração em Comunicação Contemporânea da Universidade Anhembi Morumbi, sob a orientação do Prof. Dr. Gelson Santana Penha.

**SÃO PAULO  
2010**

S48m Senise, Ricardo Penna Silveira  
A mediação dos processos radiofônicos na rádio Sulamérica  
trânsito / Ricardo Penna Silveira Senise. – 2010  
70f.: il.; 30 cm.

Orientador: Gelson Santana Penha  
Dissertação (Mestrado em Comunicação) - Universidade  
Anhembi Morumbi, São Paulo, 2010.  
Bibliografia: f. 54-58.

1. Comunicação. 2. Rádio. 3. Mediação. 4. Ouvinte  
participante. 5. Rede. 6. Sulamerica trânsito. I. Título.

CDD 302.2

**RICARDO PENNA SILVEIRA SENISE**

**A MUDIATIZAÇÃO DOS PROCESSOS RADIOFÔNICOS  
NA RÁDIO SULAMÉRICA TRÂNSITO**

Dissertação de Mestrado apresentado à Banca Examinadora, como exigência parcial para a obtenção do título de Mestre do Programa de Mestrado em Comunicação, área de concentração em Comunicação Contemporânea da Universidade Anhembi Morumbi, sob a orientação do Prof. Dr. Gelson Santana Penha.

Aprovado em ----/-----/-----

---

Prof. Dr. Gelson Santana Penha

---

Profa. Dra. Laura Loguercio Cánepa

---

Prof. Dr. Luis Mauro Sá Martino

## **AGRADECIMENTOS**

Este trabalho não poderia ter sido realizado sem o inestimável apoio de Anna Maria e Renata. Obrigado por tudo.

## RESUMO

Partindo da convergência entre rádio e público-alvo, esta dissertação procura investigar alguns elementos que fazem com que a rádio SulAmérica Trânsito, de São Paulo, se configure enquanto uma emissora diferenciada. Entre os elementos observados, estão as estratégias que modelam as relações da emissora com o ouvinte e como estas relações se apresentam como reflexo da midiáticação do trânsito na cidade de São Paulo. No âmbito comercial, a rádio SulAmérica Trânsito foi a primeira rádio customizada do Brasil, e ainda hoje é a que mais aproxima sua marca do público-alvo, através de uma programação baseada em jornalismo de prestação de serviços. Dessa forma, observa-se que o desenho comunicacional da rádio se organiza pela intensa e necessária participação dos ouvintes na programação diária, eles complementam e orientam o trabalho da emissora e permitem à rádio, juntamente com seus repórteres, traçar um retrato amplo da situação do trânsito na cidade em tempo real. Esta posição até então inédita de destaque dos ouvintes em uma emissora de rádio é discutida à luz da teoria de redes. Do ponto de vista da estrutura clássica da teoria da informação, uma emissora de rádio tradicionalmente é um nó forte em meio a nós fracos, que são os ouvintes; mas os ouvintes da SulAmérica Trânsito são nós quase tão fortes quanto a própria emissora. Como consequência, as notícias geradas provocam modificações nas vias de trânsito abordadas. O resultado direto é a transformação da cidade de São Paulo em um território midiaticado no qual os mapas de informação emergem como efeito.

Palavras-chave: Rádio. Midiáticação. Ouvinte participante. Rede. SulAmérica Trânsito.

## ABSTRACT

Starting from the convergence between radio and audience, this paper investigates some elements that make radio SulAmérica Trânsito, from São Paulo, a unique radio station. Among the elements observed are the strategies that shape the relationship of the radio with its listeners and how these relationships are shown as a reflection of the media coverage of the transit in São Paulo. In the commercial, scope radio SulAmérica Trânsito was the first custom radio in Brazil, and it's still the one that better hit its brand's target audience through a journalism-based programming service. Thus, it is observed that the design of the radio is organized by the intense participation of listeners, as it complements and guides the work of the station and allow the radio, along with its reporters, to draw a picture of the situation of city traffic in real time. This position of prominence hitherto unheard of listeners in a radio station is discussed in light of networks theory. From the standpoint of the structure of classical information theory, a radio node is a traditionally strong node among weak nodes, who are the listeners, but SulAmérica Trânsito listeners are nodes almost as strong as the network itself. As a result, the news generated make changes in transit routes addressed. The direct result is the transformation of the city of São Paulo in a mediatized territory in which information maps emerge as an effect.

Key-words: Radio. Mediatization. Active listener. Networks. Traffic SulAmérica.

## LISTA DE FIGURAS

Figura 1: Comunidade “Eu odeio a Rádio SulAmérica ” no Orkut. ....	26
Figura 2: Comunidade “Rádio SulAmérica Trânsito 92,1” . ....	26
Figura 3: Comunidade “Rádio SulAmérica Trânsito 92,1” . ....	27
Figura 4: Perfil da SulAmérica Trânsito no Twitter. ....	29
Figura 5: Opções de caminhos propostos pelo ouvinte.....	46
Figura 6: Opções de caminhos sugeridos pela emissora.....	47
Figura 7: Mapa da CET. ....	48
Figura 8: Mapa do Google Maps.....	48
Figura 9: Caminho original proposto pelo motorista x caminho percorrido.....	51



## SUMÁRIO

<b>INTRODUÇÃO</b> .....	<b>10</b>
<b>CAPÍTULO 1: UMA POSSÍVEL HISTÓRIA DO RADIOJORNALISMO NO BRASIL</b> .....	<b>13</b>
1.1 Surgimento do rádio no Brasil .....	13
1.2 Radiojornalismo no Brasil .....	15
1.3 Modos de publicidade em rádio .....	18
<b>CAPÍTULO 2: A RÁDIO NO TRÂNSITO E O TRÂNSITO NA RÁDIO</b> .....	<b>23</b>
2.1 A rádio SulAmérica Trânsito .....	23
2.2 Como o trânsito chega à rádio .....	29
2.3 Repórteres nas ruas.....	35
<b>CAPÍTULO 3: AS REDES DA RÁDIO SULAMÉRICA TRÂNSITO</b> .....	<b>38</b>
3.1 Rádio como parte da rede.....	38
3.2 Trânsito: uma rede híbrida .....	42
3.3 Mapas e territórios da rádio .....	44
<b>CONCLUSÃO</b> .....	<b>52</b>
<b>BIBLIOGRAFIA</b> .....	<b>55</b>
<b>ANEXO A - Entrevista</b> .....	<b>60</b>
<b>ANEXO B - Áudios</b> .....	<b>70</b>

## INTRODUÇÃO

Uma das características mais evidentes da cidade de São Paulo é seu trânsito, com centenas de quilômetros de congestionamento todos os dias. A média de lentidão no início do período noturno, por volta das 19 horas, normalmente é mais de 100 quilômetros. Em determinadas ocasiões, como vésperas de feriados ou dias de chuva intensa, os congestionamentos ultrapassam os 200 quilômetros de extensão. O recorde foi registrado em junho de 2009, uma véspera de feriado com chuva: 293 quilômetros de engarrafamento.

A área territorial de São Paulo é 1.522 km<sup>2</sup>, onde vivem cerca de 11 milhões de pessoas. Na cidade existem mais de 17 mil quilômetros de vias, com 60 mil cruzamentos. Destes, cerca de 6 mil têm semáforos. Por todos estes caminhos circulam cerca de 6,5 milhões de veículos registrados no município, além de carros e caminhões de outros lugares.

O transporte público conta com cerca de 10 mil ônibus, 33 mil táxis e 60 quilômetros de Metrô, além de 260 quilômetros linhas de trem da CPTM que ligam a Capital a outras 21 cidades. São números grandiosos, que pressupõem problemas também grandiosos. Esta oferta de transporte público não é suficiente, por isso muitas pessoas optam por circular em carros particulares. O número de carros pelas ruas é excessivo, gerando os congestionamentos.

Para informar aos ouvintes quais vias estão com problemas e quais as opções mais interessantes, algumas rádios transmitem boletins dirigidos aos motoristas, sobre o trânsito. Estes boletins são inseridos durante a programação, em meio às músicas ou às notícias que caracterizam cada emissora. No entanto, existe na cidade de São Paulo uma rádio que tem como tema principal o trânsito, durante toda a programação. A rádio SulAmérica Trânsito se destaca entre as rádios paulistanas por causa de sua programação monotemática: como o próprio nome indica, fala somente sobre o trânsito na cidade. O fato de esta rádio ser monotemática, e ainda por cima voltada para o

trânsito do município, me causou uma enorme curiosidade quando foi inaugurada, em fevereiro de 2007. Seria possível preencher toda a programação somente com informações de trânsito? Mais que isso, seria possível ouvir esta rádio? Trânsito não é um assunto agradável, como uma rádio que ficava somente nesse tema poderia ser palatável?

Para minha surpresa, a SulAmérica Trânsito logo se mostrou uma opção viável para ser ouvida no carro. As informações eram passadas de maneira descontraída, toda a cidade estava contemplada na programação. E a participação dos ouvintes não é somente ilustrativa, , mas nitidamente ajuda a direcionar os trabalhos da equipe. Outro aspecto que me chamou a atenção foi o fato de o nome da rádio não estar primariamente associado a uma empresa de comunicação, mas a uma companhia de seguros, que estava oferecendo um serviço gratuito e extremamente útil tanto para clientes como também aqueles em potencial, numa interessante e original estratégia de marketing.

Nunca antes um anunciante havia associado sua marca a uma emissora de rádio. Programas com nomes de produtos já existiam no Brasil desde os tempos da Rádio Nacional, bem como quadros patrocinados, mas a customização, estratégia normalmente usada em revistas, apareceu pela primeira vez na SulAmérica Trânsito, sendo logo adotada por outras emissoras.

A maneira como ela transmite as informações carrega toda a influência do radiojornalismo brasileiro, principalmente aquele focado em prestação de serviços. Estes dois aspectos, o comercial e o jornalístico, tratados no capítulo 1.

O funcionamento da emissora, sua organização operacional e as estratégias utilizadas para trazer a informação da qual o ouvinte necessita naquele momento serão discutidos no capítulo 2. A SulAmérica Trânsito utiliza vários canais para viabilizar a relação ouvinte-emissora, desde ligações via telefone celular até mensagens de texto, além de e-mail e publicações em redes sociais como o Twitter, por exemplo.. Ao mesmo tempo, repórteres circulam pela cidade conferindo os locais tradicionalmente problemáticos e verificando quais caminhos podem servir de alternativa para o motorista.

As relações oriundas do contato da rádio com seus repórteres e ouvintes serão discutidas no capítulo 3. É possível verificar este acoplamento à luz das teorias de rede de autores como os físicos Albert-László Barabási e Fritjof Capra. A SulAmérica Trânsito subverte o paradigma que coloca o rádio como o centro de uma rede na qual os ouvintes são secundários ou meros receptores. O ponto de partida está em descentralizar as fontes de informações e admitir os ouvintes como parte ativa na rede de relações comunicativas. O que faz dele ao mesmo tempo um produtor de conteúdo informativo e um consumidor destes conteúdos. Isso altera os processos que modelam a relação emissor-receptor, tornando-os ambíguos. Desse modo, se produz uma espécie de acoplagem entre as informações produzidas pela equipe da rádio e as levantadas pelos ouvintes, esse jogo entre receptor-informante e informante-receptor acaba provocando modificações nos locais retratados.

Ao tomar como base os conceitos da geógrafa Doreen Massey, esta pesquisa resulta de um olhar sobre a cidade, vista como um território que se configura em rede através de ruas, de avenidas, de alamedas, de pontes etc. E, a partir desta configuração, se deixa cartografar em mapas que apresentamos percursos construídos pelos ouvintes e repórteres em suas intervenções diárias.

A rádio SulAmérica Trânsito tornou-se essencial para quem vive de carro particular ou transporte público na cidade de São Paulo. Mas, sem sombra de dúvida, o que a faz uma rádio diferenciada é o fato de ter midiaticado o trânsito do município em todas as suas dimensões e consequências.

## **1. UMA POSSÍVEL HISTÓRIA DO RADIOJORNALISMO NO BRASIL**

A rádio SulAmérica Trânsito pode ser classificada como uma emissora jornalística, pois tem características comuns a emissoras paulistanas como a Bandeirantes e a Jovem Pan, apesar de tratar apenas sobre um assunto em sua programação: o trânsito na cidade de São Paulo. Além disso, seu sistema de patrocínio é inovador, pois foi a primeira rádio personalizada do País.

### **1.1. Surgimento do rádio no Brasil**

A origem do rádio está diretamente ligada aos telégrafos sem fio e ao telefone, ambos desenvolvidos no final do século XIX. O telégrafo permitiu o envio de sinais eletromagnéticos à distância, enquanto o telefone permitiu a transmissão de sons por uma corrente elétrica. Na passagem do século XIX para o século XX vários pesquisadores chegaram a soluções para transmitir a voz através de sinais eletromagnéticos, como o padre brasileiro Roberto Landell de Moura, mas os créditos para a invenção do rádio acabaram ficando para o italiano Guglielmo Marconi, radicado em Londres.

Marconi, proprietário de empresas que operavam telégrafos sem fio entre a Europa e os Estados Unidos, não se entusiasmou com o rádio num primeiro momento. A nova tecnologia parecia-lhe uma brincadeira, sem um possível apelo comercial. As primeiras emissoras regulares começaram a operar somente na década de 10 do século XX. O sucesso de público veio apenas na década de 20, mas foi bem grande: em 1922 foram vendidos 100 mil aparelhos de rádio nos Estados Unidos; em 1923 foram mais de 500 mil. Conseqüentemente surgiram várias estações – nesta época foram concedidas mais de 300 licenças. Em 1925 já havia 5,5 milhões de aparelhos de rádio nos Estados Unidos. Na Europa o desenvolvimento do rádio foi mais lento, e a consolidação veio somente na década de 30 (Briggs, 2006: 163).

No Brasil as primeiras transmissões experimentais foram feitas por Landell de Moura em 1892, em Campinas e em São Paulo. Oficialmente,

porém, a primeira transmissão de rádio ocorreu somente no dia 7 de setembro de 1922 no Rio de Janeiro, como parte das comemorações do Centenário da Independência. Neste dia, um equipamento importado dos Estados Unidos foi montado no morro do Corcovado para transmitir um discurso do presidente Epitácio Pessoa. Alguns aparelhos receptores foram instalados pela cidade para demonstrar a novidade, mas logo após as comemorações o sistema foi desativado (Saroldi, 2005: 16).

Somente em abril 1923 foi criada a primeira emissora regular no país, a Rádio Sociedade do Rio de Janeiro<sup>1</sup>. O modelo de rádio clube criado pela Rádio Sociedade logo foi copiado por emissoras de outras cidades: os ouvintes pagavam uma mensalidade para custear as transmissões, e muitos deles participavam das transmissões em suas horas vagas. A estrutura era tão rudimentar e os ouvintes tão poucos que as rádios se revezavam para não irradiar suas programações ao mesmo tempo.

Nesta época o rádio era restrito às classes sociais mais abastadas, principalmente por conta do preço dos aparelhos receptores, até então importados. A programação também não tinha um perfil popular: era comum a transmissão de discos de ópera, recitais de poesia e palestras culturais. Ou seja, durante a década de 20 a cultura popular não tinha acesso ao rádio (Ortriwano, 1985: 14).

Esta situação começou a mudar com a chegada dos anunciantes ao rádio em 1931, quando o governo federal regulamentou a veiculação de publicidade na programação – antes disso o máximo que havia eram permutas. A rádio Record de São Paulo, recém-inaugurada, foi a primeira a investir neste modelo de financiamento, que é utilizado até hoje.

Para atrair os anunciantes, as rádios precisavam aumentar o número de ouvintes, e para isso precisavam tornar a programação mais popular. Assim, o perfil da programação mudou bastante: o que era "erudito", "educativo" e "cultural" transformou-se em "popular", voltado ao lazer e à diversão (Ortriwano, 1985: 15).

---

<sup>1</sup> Alguns autores, como Ricardo Ramos, registram a existência de outras emissoras nesta época em São Paulo, no Rio de Janeiro e em Recife (Silva, 1999: 24).

Nesta época a programação das emissoras era variada, e a audiência aumentava à medida que os aparelhos de rádio ficavam mais baratos. A publicidade permitiu que as emissoras pagassem cachês para os artistas que se apresentassem, e logo elas passaram a contratá-los, para formar elencos exclusivos (Jung, 2004: 26).

Em 1936 foi criada a rádio Nacional, emissora que se tornaria símbolo da chamada Era de Ouro do rádio no Brasil. A Nacional pertencia inicialmente ao jornal *A Noite*, e em 1940 foi estatizada pelo governo federal. Porém, ao invés de se tornar uma rádio oficial, a Nacional continuou sendo administrada como uma emissora “comum”. Em pouco tempo foi formado um elenco de qualidade, com os melhores músicos, atores e roteiristas, e conquistou a liderança de audiência. As transmissões eram feitas em AM para o Rio de Janeiro e em ondas curtas para todo o território nacional e para o exterior, o que contribuiu para criar o mito em torno da emissora (Saroldi, 2005: 98).

Em setembro de 1950 foi inaugurada em São Paulo a primeira emissora de televisão do Brasil, mas o veículo só se popularizou na década seguinte. O investimento publicitário no rádio foi ultrapassado pelo investimento em TV em meados dos anos 60 (Silva, 1999: 33). A TV fez com que o rádio perdesse audiência e anunciantes, e as emissoras tiveram que procurar novos rumos para sua programação, procurando atender a nichos de público, sendo que a maioria se voltou para a veiculação de músicas e, num segundo momento, à veiculação de programação religiosa (Jung 2004: 60). Em São Paulo, a rádio Bandeirantes ampliou o espaço dedicado ao noticiário no final da década de 50, com boletins informativos a cada 15 minutos. No final dos anos 60 foi a vez da Jovem Pan focar no jornalismo. Tempos depois a Eldorado seguiu o mesmo caminho (Faria, 2002: 13; Jung, 2004: 41).

## **1.2. Radiojornalismo no Brasil**

Edgard Roquette-Pinto, um dos fundadores da Rádio Sociedade do Rio de Janeiro, foi o criador do primeiro jornal transmitido por rádio no Brasil.

Roquette-Pinto lia ao microfone as principais notícias publicadas nos jornais cariocas. O programa começava quando ele acabava de ler os jornais e a duração variava de acordo com o número de notícias interessantes. A leitura de jornais e revistas no ar hoje em dia é chamado de “gillete-press”, e alguns autores defendem que isso não pode ser chamado de “radiojornalismo”, pois “o jornalismo no rádio deixou de ser pura e simples transposição da metodologia que se usava nos jornais” (Barbeiro, 2003: 14).

O primeiro radiojornal no Brasil que utilizava uma maneira diferenciada para a redação das notícias foi o *Repórter Esso*, um boletim de notícias que estreou na rádio Nacional em 1941 e tinha um manual da Produção próprio, com instruções rígidas sobre a montagem do programa e a distribuição dos assuntos nos cinco minutos de duração do programa (Saroldi, 2005: 78). Em 1942 a rádio Tupi fez algumas mudanças em seu *Jornal Falado Tupi* e criou um radiojornal que cobria os assuntos com mais profundidade e os dividia em blocos temáticos. Milton Jung afirma que “qualquer semelhança com os programas jornalísticos de rádio dos tempos atuais não é mera coincidência” e deixa a dúvida: “aquela turma do passado era, realmente, muito boa (...) ou seríamos nós, profissionais de hoje, de pouca criatividade, mesmo?” (Jung, 2004: 35).

Por mais inovadores que fossem, estes radiojornais faziam parte da grade de programação das rádios juntamente com os programas humorísticos, de variedades, concursos de calouros e radionovelas. A novidade implantada pela Jovem Pan nos final dos anos 60 foi a dedicação total à notícia. Os programas de variedades perderam espaço para programas noticiosos, e caso ocorresse algum fato jornalístico relevante este fato teria prioridade na transmissão, podendo inclusive tirar outros programas do ar. Em casos extremos a programação podia até ser cancelada para a cobertura do acontecimento. Nesta época foi adotado um modelo de patrocínio usado até hoje em São Paulo: cada meia hora da programação é “oferecida” por um anunciante diferente, o que não impede a veiculação de outros anúncios nos intervalos comerciais.



Um bom exemplo da importância deste tipo de trabalho foi a cobertura feita pelas emissoras de rádio no incêndio do edifício Andraus<sup>2</sup>, em 1972, quando as informações apuradas e transmitidas pelas emissoras chegaram até a orientar os trabalhos realizados pelos bombeiros e pela polícia no resgate às vítimas, além de orientar quem estava preso nos congestionamentos que se formaram no centro da cidade. Neste dia a rádio Jovem Pan foi a primeira emissora a conseguir autorização do Ministério das Comunicações para suspender a transmissão de *A Voz do Brasil*, noticiário governamental veiculado obrigatoriamente às 19 horas, por causa do “inestimável serviço que estava prestando” (Porchat, 2004: 17).

A transmissão do incêndio do Andrauss é um ótimo exemplo de uma característica essencial nas rádios jornalísticas: o grande uso das transmissões ao vivo. O rádio é a mídia mais adequada para este tipo de transmissão por vários motivos. Primeiro, porque é o veículo que apresenta menor *delay* (atraso) entre a geração do sinal pela emissora e a recepção deste sinal pelo ouvinte. Segundo, porque é muito fácil gerar conteúdo para o rádio: qualquer telefone pode se conectar ao estúdio e permitir a participação de um convidado ou correspondente de maneira natural, ágil e barata. Assim, o rádio é o veículo que melhor lida com o chamado tempo presente (Machado, 2005: 138-140), a transmissão direta de acontecimentos no mesmo momento em que eles ocorrem.

Além da Jovem Pan, em São Paulo as rádios Bandeirantes e Eldorado seguem modelo semelhante de jornalismo e prestação de serviços. A CBN e a BandNews FM também são emissoras jornalísticas presentes na cidade, mas têm uma estrutura diferente em sua programação.

A CBN (Central Brasileira de Notícias), criada em 1991 pelas Organizações Globo, segue modelo semelhante às rádios americanas de *all news*, ou seja, emissoras que transmitem apenas notícias. Em 2005 o Grupo Bandeirantes de Rádio inaugurou a BandNews FM, com este mesmo conceito *all news*. Atualmente as duas emissoras operam em parceria com emissoras

---

<sup>2</sup> O edifício Andraus, no centro de São Paulo, sofreu um grande incêndio no dia 24 de fevereiro de 1972. Dezesseis pessoas morreram, 320 ficaram feridas e quase 500 pessoas conseguiram fugir para a cobertura e foram resgatadas por helicópteros (Memória Globo, sem data).

sediadas em outras cidades, alternando momentos de programação local com programação em rede.

### 1.3. Modos de publicidade em rádio

Após autorização governamental para as emissoras de rádio veicularem mensagens publicitárias em 1931, o rádio logo se mostrou um sucesso. Na década de 40 o rádio era o meio de divulgação comercial mais importante do País – na época, mais de 60% das residências em São Paulo possuíam receptores de rádio (Silva, 1999:31).

A força do rádio para os anunciantes pode ser verificada através de nomes de programas transmitidos pela Rádio Nacional: *Calendário Kolynos*, *Dicionário Toddy*, *A voz da RCA Victor*, *Versos e melodias Gessy*, *Momentos musicais Ford*, *Rádio espetáculos Detefon*, *Boite Tonelux*, *Bom dia da Vemag* e *Cocktail esportivo Cinzano*, além, é claro, do *Repórter Esso* (Saroldi, 2005: 208-216). Outras emissoras também usavam desta estratégia, existente até os dias de hoje.

Kety Betés Rodríguez (2008), classifica os formatos de publicidade em rádio desta maneira:

1. spot – sempre gravado, com duração de 15 a 60 segundos, é o formato mais comum. Tem baixo nível de integração na programação.
2. flash – uma espécie de spot condensado, com duração de até 12 segundos.
3. jingle – tem a mesma duração do spot, mas a mensagem publicitária é passada através de uma música, original ou paródia.
4. comunicado – comercial apresentado pelo locutor como se fosse uma notícia. Não tem duração padronizada.
5. menção – o locutor fala o nome do anunciante no decorrer da programação, se possível contextualizando o comercial com o assunto do momento.
6. prescrição – formato próximo à menção, mas além de citar o nome do anunciante o locutor também dá dicas de como utilizar o produto ou serviço apresentado.
7. patrocínio – o anunciante associa sua marca a um programa ou a uma seção de programa. A veiculação pode ser ao vivo ou gravada.

8. microespaço ou microprograma – este termo se refere a diversos tipos de inserção comercial durante a programação:
- reportagem publicitária – utiliza o mesmo formato de uma reportagem comum, mas focando positivamente algum aspecto do anunciante, com declarações de executivos da empresa.
  - concurso – distribuição de prêmios para ouvintes, é uma ação publicitária com caráter de entretenimento.
  - entrevista – representante da marca é entrevistado, com perguntas pré-definidas.
  - consultório – ouvintes pedem informações para o representante da marca sobre seu produto ou serviço.
  - espaços promocionais – incentivo de compra a curto prazo com brinde ou desconto no preço.
  - formativo – anunciante oferece ao ouvinte uma informação útil.
  - informativo – anunciante associa seu produto a algum dado de interesse social.
  - *bartering* – espaço publicitário estruturado como um programa. (RODRÍGUEZ, 2008: 367)

Na programação da SulAmérica Trânsito podemos encontrar vários destes tipos de formatos publicitários. A autora analisada não incluiu em sua classificação o principal formato de patrocínio usado na emissora, a associação do anunciante ao nome da rádio. Esta estratégia pode ser encaixada em vários formatos propostos. O mais óbvio é o patrocínio, no caso, o patrocínio de toda a programação. Outro formato poderia ser menção, pois toda vez que a rádio é identificada, a marca SulAmérica é citada.

Outra possibilidade é o microespaço ou microprograma – termo inadequado, pois, se trata de um macro-espaço. Ou ainda comunicado, que também é inadequado, pois as notícias veiculadas falam sobre o trânsito, não sobre produtos ou serviços oferecidos pela seguradora SulAmérica.

No entanto, analisando com mais afinco o uso dos formatos patrocínio e menção, vê-se que eles também não expressam com exatidão a associação do anunciante com a emissora. No mercado publicitário o termo utilizado para se referir a estas rádios é “rádio customizada”. Para confirmar isso, podemos analisar as outras emissoras com nomes de anunciantes existentes no Brasil.

A primeira rádio neste sentido foi a Oi FM de Belo Horizonte, parceria da empresa Oi de telefonia com o Grupo Bel inaugurada em 2005. Nos anos seguintes a Oi se associou a emissoras de rádio em outras nove cidades,

incluindo São Paulo, sempre com a programação capitaneada pelo Grupo Bel. A programação da Oi FM é eminentemente musical, com estilos variados e programas de curta duração voltados para o público jovem.

Outra emissora customizada em São Paulo é a Mitsubishi FM, parceria da montadora automobilística com o Grupo Bandeirantes de Rádio. O público-alvo são os proprietários de veículos Mitsubishi e futuros clientes, apresentados como “admiradores do estilo de vida 4x4”, que inclui a prática de esportes como rally, surf, vela e escalada. É interessante destacar que alguns programas têm nomes de veículos da empresa: *Pajero full in the morning*, *Pajero sport specials* e *L200 hits*, uma espécie de patrocínio interno em uma rádio customizada.

No Rio de Janeiro a seguradora SulAmérica também tem uma rádio customizada, a SulAmérica Paradiso, que tem um perfil diferente da emissora paulistana. Como o trânsito carioca não é tão problemático, a SulAmérica Paradiso alterna a prestação de serviços com música. Esta rádio não foi montada especialmente para a customização, conforme ocorreu com as outras emissoras citadas, pois a Paradiso FM já existia havia oito anos quando fechou a parceria com a seguradora em 2009.

A customização de produtos midiáticos não é novidade no meio publicitário, mas normalmente ocorre com revistas. Esta é uma estratégia que atende bem à necessidade de as empresas tornarem suas marcas símbolos familiares junto ao público (Kellner, 2006: 125). As empresas têm que estar em quaisquer lugares onde possam atrair a visão do potencial consumidor, como anúncios, espaços do cotidiano, eventos esportivos, shows de TV, merchandising em filmes. E, neste caso, uma rádio.

A experiência adquirida na customização de outros produtos não pode, porém, ser simplesmente adaptada para o rádio, pois ele é um veículo diferenciado, com características bastante específicas em termos técnicos e de linguagem. "Nem nós nem nosso cliente sabemos fazer rádio; por isso, deixamos esse trabalho para o grupo Bandeirantes", afirma Daniel Chalfon, diretor de mídia da MPM (agência responsável pelo desenvolvimento desse

projeto para a SulAmérica), justificando a parceria que deu origem à SulAmérica Trânsito<sup>3</sup>.

Para Renata de Souza Ramos, diretora de marketing da Mitsubishi, o "rádio é um meio muito dinâmico, permite estabelecer um relacionamento sutil com o público". No caso da SulAmérica Paradiso, da Mitsubishi e da Oi FM esse relacionamento vem por conta do entretenimento, de músicas e dicas com as quais o público-alvo se identifica. Já a programação da SulAmérica Trânsito quase não tem música, se limitando apenas a prestação de serviço.

As rádios customizadas veiculam publicidade como qualquer outra emissora. A única restrição, obviamente, fica por conta de anunciantes que sejam concorrentes da marca associada à emissora. Outras seguradoras não podem anunciar nas rádios da SulAmérica, outras operadoras de telefonia não anunciam na Oi e a única montadora presente na Mitsubishi é ela própria.

Os formatos publicitários oferecidos pelas emissoras customizadas ao mercado se encaixam nos modelos propostos por Rodríguez (op. cit.). No caso da SulAmérica Trânsito podemos encontrar spots, jingles, comunicados, menções e microespaços.

Já o conceito de público-alvo é diferente no caso destas rádios. O público-alvo não é o ouvinte, mas sim o possível consumidor da marca que financia a emissora. "O produto das rádios não é mais a música, nem o anúncio. É o ouvinte", diz Jácomo Sanzone, diretor da Metropolitana FM<sup>4</sup>.

A rádio customizada, portanto, é mais que um mega-patrocínio. Não basta apenas associar a marca a uma rádio nova ou pré-existente, mas adequar a programação da rádio às necessidades do ouvinte. Neste sentido a SulAmérica Trânsito é a rádio customizada que leva este conceito mais longe, pois não se preocupa em tocar as músicas que o público-alvo (da marca) goste e dar dicas de entretenimento associadas a produtos da empresa. A SulAmérica Trânsito auxilia os ouvintes em seu dia-a-dia, enquanto estão em seus carros, e com isso reforça a marca de seguros que pode proteger estes

---

<sup>3</sup> Santomauro, sem data.

<sup>4</sup> Valor Online. "Companhias alugam rádios e fixam marcas". <<http://www.valoronline.com.br/?impresso/empresas/95/5005522/companhias-alugam-radios-e-fixam-marcas>>. Acesso em 17 mar. 2010.

carros. Enquanto o seguro protege apenas seus clientes, a rádio auxilia os clientes e os não-clientes, reforçando a marca e possivelmente criando novos clientes.

Esta estratégia segue o exemplo de marcas como Coca-Cola e Harley Davidson, cujo valor está muito mais ligado ao reconhecimento da marca junto ao público que aos produtos comercializados. A fixação da marca de seguros SulAmérica era problemática. Ela era apenas a quinta seguradora mais lembrada pelo público, pois o consumidor muitas vezes associava a empresa a seu concorrente. Um ano e meio após a criação da rádio este quadro se alterou, e a empresa passou a ser a segunda mais lembrada<sup>5</sup>.

Outro ponto que mostra o sucesso nesta ação de fixação da marca é o surgimento de fãs, conforme demonstrado no item anterior. Estes fãs não são necessariamente clientes da seguradora SulAmérica, mas ao promoverem festas e divulgarem a rádio estão também divulgando a marca, da mesma maneira que os fãs de Coca-Cola e Harley Davidson.

---

<sup>5</sup> Pryzant, 2009. <<http://memoriaglobo.globo.com/Memoriaglobo/0,27723,GYN0-5273-250492,00.html>>. Acesso em 05 mar. 2010.

## **2. A RÁDIO NO TRÂNSITO E O TRÂNSITO NA RÁDIO**

A relação da rádio SulAmérica com o trânsito é uma via de mão dupla. Ao mesmo tempo em que o trânsito é a matéria-prima da emissora, ela existe justamente para modificá-lo. Esta relação não é predatória, até porque a possibilidade de o trânsito deixar de existir é nula, então a cada dia a necessidade de a rádio estar atuando se renova. As informações chegam à emissora através dos ouvintes, cuja participação é extremamente importante, porém casual, e repórteres, que cumprem roteiros pré-definidos para flagrar os problemas previstos. Analisando as informações enviadas é possível traçar um mapa dinâmico sobre a movimentação viária na cidade.

### **2.1. A rádio SulAmérica Trânsito**

A rádio SulAmérica Trânsito foi inaugurada em 12 de fevereiro de 2007, a emissora é resultado de uma parceria entre o Grupo Bandeirantes de Rádio e a seguradora SulAmérica, e tem como principal característica o fato de ter toda a programação voltada para boletins sobre o trânsito na cidade de São Paulo.

A montagem da rádio foi parte de uma ação da SulAmérica para aumentar sua participação no mercado de seguros automobilísticos em São Paulo. Ao invés de criar uma campanha convencional, a agência de publicidade MPM propôs o lançamento de uma emissora voltada à prestação de serviços na área de interesse da empresa, para falar diretamente com quem compra seguros de carro.

O Grupo Bandeirantes de Rádio foi procurado para viabilizar a rádio e para isso arrendou a frequência 92,1 MHz, outorgada à Rádio Metropolitana Paulista Ltda. em Mogi das Cruzes<sup>6</sup>. O investimento inicial para a criação da

---

<sup>6</sup> Ministério das Comunicações - Sistema de Acompanhamento de Outorga <<http://sistema.mc.gov.br/OutorgaWeb/consulta/pesquisar-entidade.action>> Acesso em 02 dez. 2009 17:05

rádio SulAmérica Trânsito foi cerca de R\$ 30 milhões e o contrato inicial previa uma parceria de 3 anos renováveis – que já foram ampliados.

O editor-chefe da emissora, Ronald Gimenez afirmou em entrevista<sup>7</sup> para este trabalho que a equipe inicial não possuía exemplos de emissoras semelhantes para se inspirar. Relata ter conhecimento de emissoras de trânsito no Japão e nos Estados Unidos, mas não chegou a acompanhar a programação destas emissoras.

A equipe da SulAmérica Trânsito é formada por cerca de 20 profissionais, entre locutores, produtores e repórteres de rua. São nove repórteres ao todo, que circulam pelos pontos mais problemáticos de São Paulo e sobrevoam a cidade de helicóptero. Todos os repórteres inicialmente eram mulheres, e isso não é coincidência. Gimenez (2009) afirma que esta decisão foi uma estratégia para tornar os boletins de trânsito mais leves e também para quebrar o paradigma de que as mulheres não têm uma boa relação com a direção.

A área de cobertura das repórteres reflete as áreas com trânsito normalmente mais problemático. Uma delas sempre cobre a Marginal Tietê. Outra percorre os principais corredores da Zona Leste, como a Radial Leste e a avenida Celso Garcia. Outra repórter privilegia o corredor Norte-Sul – avenidas Santos Dumont, Tiradentes, Prestes Maia, 23 de Maio, Rubem Berta, Moreira Guimarães, Washington Luís e Interlagos – e outra faz a cobertura da Zona Oeste como um todo, incluindo a Marginal Tietê. A repórter que fica no helicóptero percorre a cidade inteira. A participação de cada profissional é coordenada pelo produtor que fica no estúdio juntamente com o locutor, com uma média de cinco entradas por hora por repórter.

O produtor no estúdio também é o principal responsável pela triagem das mensagens enviadas pelos ouvintes. Atualmente são três canais de contato: por e-mail, mensagens de texto pelo telefone celular e o chamado portal de voz, um telefone onde os ouvintes podem gravar suas mensagens. A SulAmérica não trabalha com a participação de ouvintes ao vivo.

---

<sup>7</sup> Entrevista realizada em 19/11/2009. Vide anexo A.



Naturalmente é impossível ler ou exibir todas as mensagens. O critério de seleção procura encontrar mensagens que sintetizem as informações daquele momento. Vários ouvintes entram em contato com a SulAmérica para relatar a mesma ocorrência, portanto somente um deles vai ao ar. As mensagens de texto e os e-mails são lidos pelo locutor, enquanto as mensagens do portal de voz são reproduzidas conforme gravação, com a própria voz do ouvinte.

Segundo Gimenez (2009), os ouvintes que não são selecionados não costumam se sentir desprestigiados, pois a informação que eles queriam divulgar sempre é transmitida. Alguns deles acabam se tornando figuras conhecidas pela emissora e por outros ouvintes devido à assiduidade com que enviam informações, como o Chello Fotógrafo, que sempre envia informações no final da tarde.

Os ouvintes incorporaram a Rádio no seu dia a dia, e isso pode ser confirmado em sites de redes sociais. No Orkut existem 22 comunidades sobre a rádio. Algumas, como “Eu odeio a Rádio SulAmérica”<sup>8</sup>, “A SulAmérica já salvou meu dia”<sup>9</sup> e “A Sul America Transito ajuda”<sup>10</sup>, tem um número irrisório de membros – zero, um e dois, respectivamente. Já as duas principais comunidades no Orkut têm o mesmo nome, “Rádio SulAmérica Trânsito 92,1”. Uma tem 607<sup>11</sup> membros, a outra tem 3.106<sup>12</sup> participantes – dados de março de 2010. No Facebook não foi encontrada nenhuma comunidade sobre a SulAmérica Trânsito.

---

<sup>8</sup> <http://www.orkut.com.br/Main#Community?cmm=61187337>

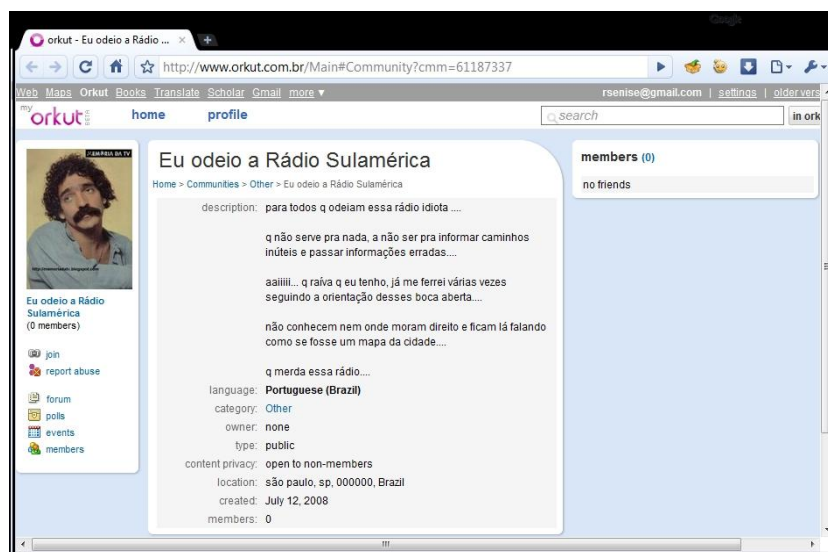
<sup>9</sup> <http://www.orkut.com.br/Main#Community?cmm=94364706>

<sup>10</sup> <http://www.orkut.com.br/Main#Community?cmm=56152604>

<sup>11</sup> <http://www.orkut.com.br/Main#Community?cmm=27842037>

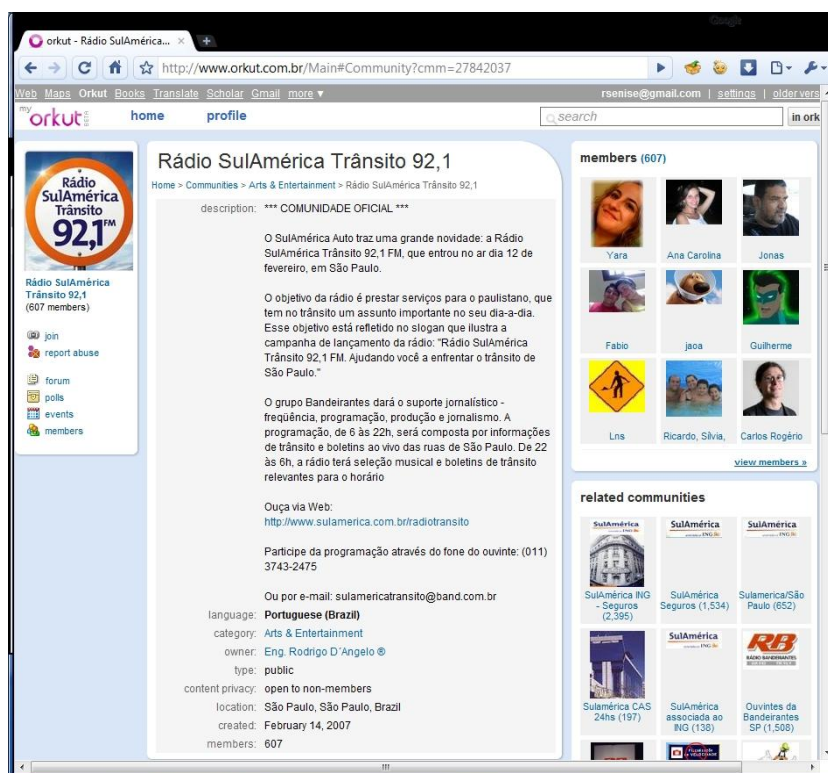
<sup>12</sup> <http://www.orkut.com.br/Main#Community?cmm=27772287>

**FIGURA 1: COMUNIDADE “EU ODEIO A RÁDIO SULAMÉRICA” NO ORKUT.**



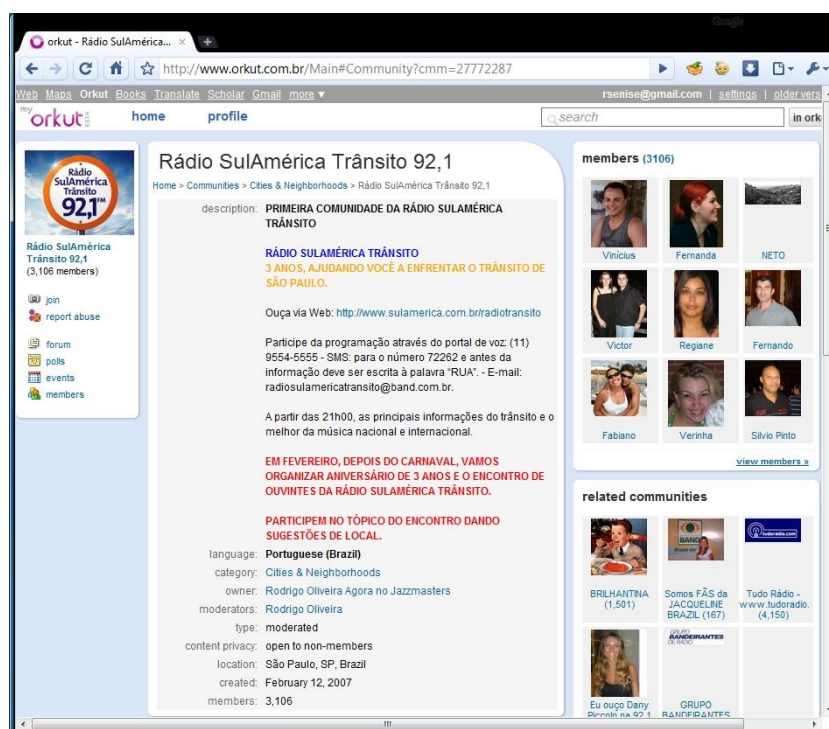
FONTE: PritnScreen da Comunidade do Orkut “Eu odeio a Rádio Sulamerica”

**FIGURA 2: COMUNIDADE “RÁDIO SULAMÉRICA TRÂNSITO 92,1”.**



FONTE: PritnScreen da Comunidade do Orkut “Rádio Sulamérica Trânsito 92,1”

FIGURA 3: COMUNIDADE “RÁDIO SULAMÉRICA TRÂNSITO 92,1”.



FONTE: PrintScreen da Comunidade do Orkut “Rádio Sulamérica Trânsito 92,1”

É possível classificar os ouvintes em dois grupos: os “ouvintes fontes”<sup>13</sup> e os “ouvintes pauteiros”<sup>14</sup>. Os “ouvintes fontes” entram em contato com a emissora para informar sobre a situação de trânsito no local onde se encontram. Isso, naturalmente, acaba ampliando a cobertura da emissora a um nível impossível de ser atingido somente com repórteres e produtores. Afinal, cada motorista em São Paulo que tenha um telefone celular é um informante em potencial.

Já “os ouvintes pauteiros” entram em contato com a SulAmérica Trânsito para pedir informações sobre o trânsito. Alguns apenas perguntam se determinada via está congestionada, enquanto outros perguntam qual a melhor maneira de se chegar do ponto A ao ponto B. Se há informações disponíveis

<sup>13</sup> Fontes são pessoas ou instituições que fornecem informações para o jornalista elaborar sua reportagem (Lage, 2008: 66-67).

<sup>14</sup> Pauta é o planejamento de uma cobertura jornalística. Pauteiro é a pessoa responsável pela elaboração das pautas ou a pessoa que sugeriu determinado assunto (Lage, 2008: 34).

estas são transmitidas no momento, caso contrário os repórteres que estão na rua e os outros ouvintes são acionados.

Esta situação dá margem para que aconteçam casos interessantes. É comum uma dúvida ser respondida por alguém que acabou de passar pelo local e sabe exatamente como estava o trânsito por ali, de modo que a emissora acaba gerando um diálogo entre os ouvintes.

A programação da SulAmérica Trânsito segue um esquema de organização rígido, que se repete a cada hora. Nas horas cheias e nas meias horas são transmitidos boletins de notícias gerais. Nestes boletins entram as notícias mais recentes de política, economia, esportes e outros assuntos.

Nas horas cheias, após o boletim noticioso, meteorologistas informam sobre a previsão do tempo nas próximas horas. Esta previsão é importante para o trânsito, pois qualquer chuva pode complicar bastante a vida dos motoristas em São Paulo.

Aos 15 minutos e aos 45 minutos de cada hora são divulgadas as condições das principais rodovias que circundam a Capital: sistema Anhanguera/Bandeirantes, Via Dutra, Fernão Dias, Ayrton Senna, sistema Imigrantes/Anchieta, Régis Bittencourt, Raposo Tavares e Rodoanel Mário Covas. É claro que se houver algum problema de maior impacto nas rodovias este será informado imediatamente.

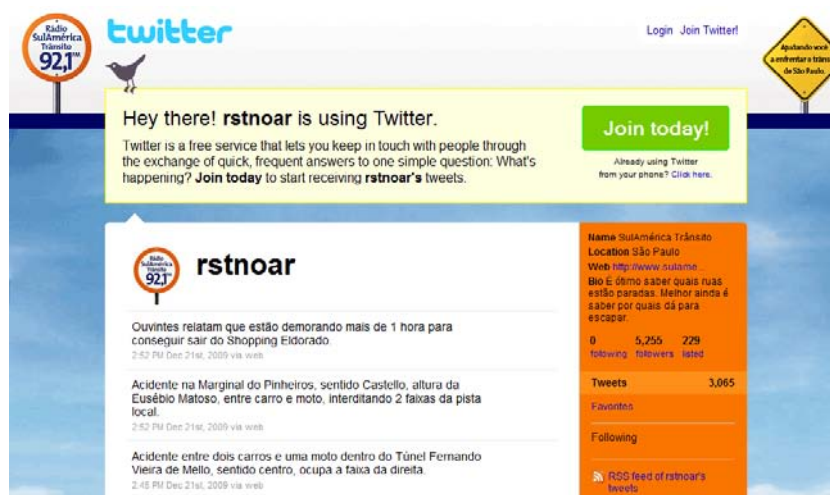
Após as estradas, são informadas as condições de trânsito nos principais corredores da cidade: as marginais dos rios Tietê e Pinheiros, corredor Norte-Sul, Radial Leste, avenidas Luis Inácio de Anhaia Melo, Salim Farah Maluf, Tancredo Neves e Juntas Provisórias, Nove de Julho, Paulista, Rebouças, avenida dos Bandeirantes e avenida do Estado.

O chamado “giro de repórteres”, momento em que todas as repórteres que estão circulando pela cidade falam como está o trânsito naqueles locais, acontecem nos minutos 5, 20, 35 e 50 de cada hora. Os intervalos comerciais acontecem nos minutos 10, 20, 30, 40 e 50. As participações dos ouvintes acontecem nas lacunas” entre os minutos acima.

O site da emissora - <http://www.sulamerica.com.br/radiotransito> - é apenas institucional, com informações sobre a emissora, anúncio dos seguros SulAmérica e um tocador com design semelhante a um rádio de carro onde se pode ouvir a programação da rádio em tempo real.

A presença da rádio na internet se dá por outra ferramenta: o Twitter. O perfil da SulAmérica - @rstnoar - é alimentado constantemente pelo locutor, que informa problemas como acidentes e vias interditadas que podem vir a atrapalhar o trânsito. Durante a semana são publicadas cerca de 30 mensagens por dia; aos finais de semana esse número cai para cerca de 10 mensagens.

**FIGURA 4: PERFIL DA SULAMÉRICA TRÂNSITO NO TWITTER.**



FONTE: PrintScreen do Perfil do Twitter “Sulamerica Trânsito no Twitter”

## 2.2. Como o trânsito chega à rádio

A principal característica da rádio SulAmérica Trânsito, além, é claro, da programação extremamente segmentada, é o fato de a participação dos ouvintes estar implícita em sua concepção, e o fato destes ouvintes funcionarem como orientadores para os jornalistas da emissora (os ouvintes-fontes e os ouvintes-pauteiros citados anteriormente). É possível traçar um paralelo entre esta função do ouvinte com o “agenciamento” citado por

Machado (2002: 2) a respeito da interação entre usuários e jogos ou programas de computador.

A participação do ouvinte na programação da rádio SulAmérica Trânsito pode ser considerada uma forma de agenciamento, pois a ação do ouvinte pode modificar o rumo da programação, diferentemente do boletim de trânsito de outras emissoras, onde o ouvinte é passivo. Mais ainda, a participação do ouvinte serve de agenciamento para alterar a “participação” de outros ouvintes da emissora no trânsito de São Paulo, trazendo para o contexto real um conceito inicialmente aplicado a um contexto virtual.

O contrário também é verdadeiro: o ouvinte que agencia outros ouvintes também é agenciado por eles. E todos estes ouvintes são agenciadores dos jornalistas da emissora. A partir desta constatação é possível traçar duas análises. A primeira é sobre a aplicação do conceito de *agenda setting* à radio e a seus ouvintes; a segunda é sobre uma possível classificação de seus ouvintes.

*Agenda setting*, conforme explicado por Barros Filho (2003: 171), é um tipo de efeito social da mídia que pode determinar como os assuntos serão discutidos pelo público de acordo com o destaque que estes assuntos receberem nos meios de comunicação. No Brasil atualmente é possível constatar este fenômeno, por exemplo, no programa Big Brother Brasil, veiculado pela Rede Globo de Televisão nos primeiros meses de cada ano desde 2002. O *agenda setting* faz com que o programa seja discutido em revistas, sites e até em outros canais de televisão e vire assunto obrigatório em rodas de bate-papo.

O mesmo também ocorre em finais de campeonato de futebol e finais de novela, quando acontece algum crime de maior impacto ou algum caso de corrupção é descoberto ou, ainda, quando uma pessoa famosa fica doente. Nestas ocasiões, o assunto em questão é quase obrigatório; quem não sabe nada a respeito acaba se sentindo desinformado.

Existem duas subdivisões no conceito de *agenda setting*: a agenda privada e a agenda pública. A pública engloba os exemplos citados acima. São

assuntos que podem ser discutidos com qualquer pessoa, em situações como filas e elevadores, e que também podem ser conversados com pessoas com as quais temos mais intimidade.

Já a agenda privada se refere aos assuntos discutidos em uma esfera mais íntima, entre indivíduos pertencentes ao mesmo círculo de relações como pais e filhos, colegas de trabalho e grupos de pessoas com interesses em comum. A agenda privada é independente da agenda pública, embora possa ser influenciada por ela.

Os assuntos tratados nestas duas esferas são independentes, mas podem se sobrepor. A agenda pública influencia bastante a agenda privada e o contrário pode acontecer: assuntos da esfera íntima de pessoas famosas, como brigas conjugais, às vezes são divulgados pela mídia e acabam migrando da agenda privada para a agenda pública.

A SulAmérica Trânsito é, enquanto emissora de rádio, um veículo de comunicação de massa. Porém sua programação é específica, de modo que seus ouvintes podem ser considerados um grupo de pessoas com interesse em comum: informações sobre o trânsito. Neste contexto, as informações veiculadas pela rádio se configuram como agenda pública ou agenda pessoal?

Ao comparar a SulAmérica Trânsito com uma rádio com programação mais abrangente e maior audiência, como as rádios Gazeta e Tupi de São Paulo, podemos dizer que sem dúvida trabalha no âmbito da agenda pessoal, pois os assuntos abordados não têm abrangência maior que seu universo de ouvintes, não despertam interesse em quem não precisa saber das condições do trânsito na cidade.

Porém, entre o universo de ouvintes da emissora, é possível considerar que as informações estão em um nível de agenda pública, pois a informação sobre a condição de trânsito em Interlagos é bastante distante da realidade de um ouvinte que esteja na Zona Norte, por exemplo. E neste âmbito, é possível especular como ocorre o fenômeno de *agenda setting* entre a SulAmérica e seus ouvintes.

Outra questão pertinente à *agenda setting* que merece ser considerada é até que ponto as informações transmitidas pela emissora, os pontos de congestionamento citados, fazem com que os ouvintes que estão nestes locais participem mais da programação, e até que ponto ocorre o contrário, ou seja, as informações enviadas por ouvintes de fora dos pontos de congestionamento fazem com que estes locais sejam incluídos na programação.

Esta é uma peculiaridade em relação ao *agenda setting* da rádio SulAmérica Trânsito. Ela determina os assuntos discutidos por seu público, mas os ouvintes também determinam os assuntos tratados pela emissora, indicando locais onde há problemas no trânsito que merecem ser divulgados para os outros ouvintes e checados pelos repórteres da rádio.

Isso permite classificar os ouvintes em três categorias diferentes: ouvintes passivos, ouvintes participantes e ouvintes ativos. Os ouvintes passivos são aqueles que efetivamente ouvem a programação das emissoras, sem entrar em contato com elas, sem fornecer nenhum *feedback*. Os ouvintes participantes interagem com as rádios: entram em contato através de cartas e e-mails, participam de promoções, votam em qual música deve ser executada e até escolhem quais músicas serão executadas durante determinado período, mas esta participação é sempre delimitada pelo espaço reservado a ele na programação da rádio. Mesmo no caso em que ele escolhe a música ou monta a programação, existem músicas pré determinadas que serão escolhidas por um ouvinte.

A diferença entre o ouvinte participante e o ouvinte ativo é que o primeiro participa em momentos e com ações pré-determinadas, enquanto o segundo pode participar – ou não – a qualquer momento. Naturalmente é difícil um momento em que não haja participação de ouvintes, mesmo durante a noite sempre existe uma mensagem de texto ou de voz para ser veiculada. O ouvinte ativo tem o poder de determinar os rumos da programação da emissora.



Isso se encaixa na descrição que Marie Marchand<sup>15</sup> faz sobre os novos papéis de emissores e receptores da mensagem, subvertendo a perspectiva clássica emissor-mensagem-receptor:

O emissor não emite mais no sentido que se entende habitualmente. Ele não propõe mais uma mensagem fechada, ao contrário, oferece um leque de possibilidades, que ele coloca no mesmo nível, conferindo a elas um mesmo valor e um mesmo estatuto. O receptor não está mais em posição de recepção clássica. A mensagem só toma todo o seu significado sob a sua intervenção. Ele se torna de certa maneira criador. Enfim, a mensagem que agora pode ser recomposta, reorganizada, modificada em permanência sob o impacto cruzado das intervenções do receptor e dos ditames do sistema, perde seu estatuto de mensagem 'emitida'. Assim, parece claramente que o esquema clássico da informação que se baseava numa ligação unilateral emissor-mensagem-receptor se acha mal colocado em situação de interatividade. Em outros termos, quando, dissimulado atrás do sistema, o emissor dá a vez ao receptor a fim de que este intervenha no conteúdo da mensagem para deformá-lo, deslocá-lo, nós nos encontramos em uma situação de comunicação nova que os conceitos clássicos não permitem mais descrever de maneira pertinente (MARCHAND, 1987: 9, *apud* SILVA, 2001: 109).

Estas categorias de ouvintes não são exclusivas da rádio SulAmérica Trânsito. Os ouvintes passivos, obviamente, existem em todas as emissoras, pois são inerentes à existência do meio rádio. Os ouvintes participantes existem em praticamente em todas elas e há bastante tempo: a plateia dos programas de auditório das décadas de 30 a 60, por exemplo, era formada por ouvintes participantes. Já os ouvintes-ativos são, possivelmente, uma exclusividade da rádio SulAmérica Trânsito nos tempos atuais.

Os “ouvintes-fontes” e os “ouvintes-pauteiros” citados no capítulo anterior são dois tipos de ouvintes ativos. A diferença entre eles é que o primeiro dá uma informação à rádio, enquanto o segundo pede que a rádio verifique o que está acontecendo.

Na segunda-feira dia 14 de dezembro de 2009 um ouvinte-pauteiro participou da programação às 17h45<sup>16</sup> informando que o trânsito da av. Roberto Marinho estava muito ruim. Segundo o ouvinte, identificado como

---

<sup>15</sup> Cf. MARCHAND, Marie. *Les paradis informationels: du Minitel aux services de communication du futur*. Paris: Masson, 1987.

<sup>16</sup> Arquivo de áudio. Disponível no anexo B, faixa 1.

William, o semáforo abria e fechava e ninguém saía do lugar. Cerca de dez minutos antes desta ligação, a repórter Raquel Richmann já havia informado que o trânsito na região estava ruim, mas o problema relatado pelo ouvinte parecia mais complicado. O locutor do horário, Ronald Gimenez, informou que não havia relato de acidente no local ou outra ocorrência para causar um problema tão grande, e pediu que a repórter voltasse lá para averiguar o que estava acontecendo. Às 18h06 Rachel Richmann reiterou o congestionamento no local, sem, entretanto, apontar possíveis causas para o problema além de excesso de veículos.

No domingo anterior, dia 13 de dezembro o taxista Araújo deixou uma mensagem de voz, transmitida às 18h12<sup>17</sup>, na qual informava sobre um acidente no quilômetro 18,5 da rodovia Raposo Tavares, sentido Cotia-São Paulo, em frente ao Carrefour, que começava a causar um congestionamento. Este é um exemplo de ouvinte-fonte, pois trouxe uma informação nova para a programação, e que possivelmente não seria divulgada de outra maneira, ou pelo menos não naquele momento inicial da ocorrência.

É possível diferenciar o ouvinte-fonte nos moldes da SulAmérica Trânsito, do chamado informante ocasional dos meios de comunicação de massa. Segundo Gisela Ortrivano, 1985, o informante ocasional é uma “fonte possível de informações que precisa ser muito bem avaliada”, pois:

muitas vezes (...) participam de um jogo de interesses sobre o qual não se tem muito controle”, como “indivíduos ou grupos que tentam utilizar os veículos de comunicação para atingir seus objetivos” (Ortrivano, 1985: 104).

A preocupação citada pela autora não se aplica à SulAmérica Trânsito, uma vez que o único interesse da emissora e de seus ouvintes é o trânsito de São Paulo; qualquer informação fora deste escopo pode ser facilmente descartada.

---

<sup>17</sup> Arquivo de áudio. Disponível no anexo B, faixa 2.

### 2.3. Repórteres nas ruas

As informações apuradas pela equipe da rádio SulAmérica Trânsito poderiam ser pesquisadas no site da CET e através de câmeras que o órgão mantém espalhadas pela cidade, mas esta não seria a maneira mais eficiente. O trabalho da rádio é jornalístico, e para um jornalista trazer a melhor história para seu público ele tem de estar no local dos fatos, conforme explica Nilson Lage:

Imaginemos um redator baseado em Londres, com acesso a todos os dados possíveis (...) sobre um conflito numa região da Turquia ou da Romênia. Em tese ele teria condições de produzir reportagens iguais ou melhores – já que dispõe de tranquilidade – do que um correspondente situado no lugar do conflito.

Isso não acontece, em geral. O emissário no local do conflito ordena melhor as informações, tem maior noção do que é ou não relevante, porque sente o *clima* de que acontece: está diante de pessoas reais, com representações variadas e peculiares dos acontecimentos, percebe como essas pessoas (...) reagem, o quanto estão envolvidas na luta e o que cada episódio significa no contexto (LAGE, 2008: 27).

O repórter preso em um congestionamento tem condições muito melhores para avaliar a evolução do trânsito naquela via do que um redator na sede da emissora. O repórter pode avaliar se a lentidão é causada por excesso de veículos ou por um semáforo que não permite o escoamento do trânsito, pode perceber o ânimo dos motoristas à sua volta, se eles parecem acostumados com a situação ou se aquele é um evento ocasional.

Ele também pode fazer uma descrição precisa do local. No caso de um acidente ou veículo parado na pista, por exemplo, a repórter pode informar quais faixas da via estão interditadas, preparando assim o ouvinte que for passar por ali para já se posicionar na faixa que estiver livre. No dia 17 de dezembro de 2009 houve uma ocorrência deste tipo na marginal Pinheiros, relatada pela repórter Raquel Richmann às 17h27:

*Para o motorista que segue na direção de Interlagos, desde a ponte Eusébio Matoso até a chegada à ponte Eng. Roberto Zuccolo pela pista expressa o trânsito é intenso e vem carregado, isso porque 10 metros antes da ponte Eng. Roberto*

*Zuccolo há um carro que bateu contra a mureta de proteção. Ele está com as duas rodas da frente em cima da mureta. Por pouco o carro não cai do lado do rio ultrapassando a mureta de proteção. A CET está no local para orientar o trânsito e a faixa da esquerda está interditada neste momento (transcrição de áudio, Rádio SulAmérica em 17/12/2009 às 17:27 )<sup>18</sup>.*

Além disso, um repórter também tem condições de verificar quais caminhos alternativos o motorista pode fazer para fugir do congestionamento em determinado local. Uma das vinhetas da emissora diz: “*as opções, as rotas alternativas para fugir do tráfico intenso: rádio SulAmérica Trânsito, 92,1*” (transcrição de áudio)<sup>19</sup>. Natália Marques, a bordo do helicóptero, apresentou alternativas à avenida dos Bandeirantes, que estava “terrível” na quarta-feira 16 de dezembro de 2009:

*Sobrevoando a avenida dos Bandeirantes, terrível o trânsito nos dois sentidos, não dá pra seguir. Uma possibilidade pro motorista escapar pode ser a Indianópolis, que no sentido do Ibirapuera tem trânsito fluindo bem, no sentido Jabaquara, na aproximação da avenida Jabaquara o trânsito está um pouco mais carregado mas ainda assim é melhor que a avenida dos Bandeirantes, e a Roberto Marinho, pelo menos do viaduto Santo Amaro até a região da \_\_\_\_\_, tem o trânsito bem intenso, principalmente em direção ao Jabaquara, mas não há congestionamento, vai melhor do que a avenida dos Bandeirantes agora (transcrição de áudio, Rádio SulAmérica em 16/12/2009)<sup>20</sup>.*

A movimentação dos repórteres da emissora pela cidade é planejada por setores. As regiões normalmente cobertas são as marginais dos rios Tietê e Pinheiros, a Zona Leste, com ênfase na Radial Leste, e a Zona Sul, principalmente a região da avenida dos Bandeirantes e 23 de Maio. Quando estas regiões estão tranquilas as repórteres fazem roteiros mais detalhados, incluindo ruas importantes para os bairros, mas que não causam impacto significativo no trânsito da cidade.

Nos horários de maior trânsito, às 8 horas e às 17 horas, um repórter sobrevoa a cidade de helicóptero, compartilhado entre as emissoras do Grupo

<sup>18</sup> Arquivo de áudio. Disponível no anexo B, faixa 3.

<sup>19</sup> Arquivo de áudio. Disponível no anexo B, faixa 4.

<sup>20</sup> Arquivo de áudio. Disponível no anexo B, faixa 5.

Bandeirantes de Rádio<sup>21</sup>. Os outros repórteres, que percorrem a cidade de carro, também participam da programação das outras emissoras, sendo identificados como “repórteres da Rádio Trânsito”.

As demais regiões da cidade têm suas condições de trânsito informadas à rádio pelos ouvintes. Alguns ouvintes relatam acidentes e ocorrências que prejudicam a fluidez, outros propõem caminhos alternativos. O locutor e a equipe no estúdio consolidam todas estas informações e fazem resumos das condições de trânsito na cidade, utilizando também informações da CET sobre as vias com problemas e a extensão dos congestionamentos em cada região na cidade.

---

<sup>21</sup> O Grupo Bandeirantes de Rádio é formado pelas rádios Bandeirantes, BandNews FM e SulAmérica Trânsito, que têm perfil jornalístico, e pelas rádios Nativa, Band FM e Mitsubishi, com perfil musical.

### **3. AS REDES DA RÁDIO SULAMÉRICA TRÂNSITO**

Neste capítulo será analisado como se forma a rede cujos nós são os locutores da SulAmérica Trânsito, os repórteres, ouvintes, CET e demais personagens que participam das transmissões. Demonstraremos como a cidade é uma rede e como a rádio pode mapear e influenciar esta rede, podendo modificar o comportamento de seus nós.

#### **3.1. Rádio como parte da rede**

O funcionamento da rádio SulAmérica Trânsito e a maneira como ela se relaciona com seus ouvintes pode ser estudado à vista da teoria de redes de Albert-László Barabási. Na introdução de seu livro “Linked (Conectado)”, Barabási afirma que “as redes estão em toda parte” (2009: 7) e cita como exemplos, desde um ataque ao site Yahoo.com até a expansão do Cristianismo há dois mil anos, passando pelo ataque de 11 de setembro de 2001.

Observando a programação da emissora e a maneira como ela se organiza, é possível identificar diversas configurações de rede simultaneamente. A primeira é a rede tradicional centralizada formada por uma emissora de rádio e seus ouvintes, na qual a própria rádio é o nó central e, os ouvintes, os nós secundários. Este é o modelo padrão de veículos de radiodifusão por via aérea, como rádios e televisão aberta, e a princípio é bastante eficiente para as necessidades dos veículos e do público.

Outra rede presente na SulAmérica Trânsito e bastante comum em emissoras de rádio jornalísticas é aquela formada por repórteres espalhados pela cidade que participam ao vivo da programação. Normalmente, em outras emissoras, a participação dos repórteres é, de certa forma, estática. Eles costumam ir ao local da notícia, passam as informações quando são solicitados pelo apresentador sobre apenas um assunto, enquanto colhem material para a edição de notícias que serão incluídas nos programas jornalísticos posteriores.

Na SulAmérica Trânsito a participação dos repórteres é dinâmica. O mesmo repórter entra no ar várias vezes em pouco tempo, a cada hora com a informação de um local diferente. Este movimento dinâmico, como veremos a seguir, é uma característica de todas as redes presentes na emissora. Os nós de todas elas estão em constante movimento, com exceção, naturalmente, do estúdio central.

No período das 17 horas às 18 horas do dia 14 de dezembro de 2009 havia quatro repórteres pela cidade: Barbara Tellini cobria a Marginal do rio Tietê, Raquel Richmann rodava a Zona Sul, Ana Paula Rodrigues estava na Zona Leste e no Centro e Natália Marques sobrevoava a cidade de helicóptero. Neste período aconteceram 19 participações de repórteres que estavam nas ruas.

Barbara foi ao ar três vezes. Na primeira informou como estava o trânsito na região do Cebolão (onde as marginais dos rios Tietê e Pinheiros se encontram) e da ponte da Freguesia do Ó. Depois, informou que o trânsito na região estava ruim em direção à Zona Leste e, mais tarde, que a Marginal (qual?) estava melhor no sentido da rodovia Castello Branco.

Na Zona Sul da cidade, Raquel Richmann privilegiou a avenida dos Bandeirantes, tema de três de suas cinco participações no horário. Em uma das entradas Raquel relatou as condições da avenida Roberto Marinho, que apresentava trânsito intenso desde a Ponte Estaiada até avenida Santo Amaro, e em outra ela ficou de conferir a informação passada pelo ouvinte William de que a Roberto Marinho estaria congestionada em sua outra extremidade, próxima à avenida Jabaquara.

Em sua primeira participação neste horário, Ana Paula Rodrigues informou as condições da Radial Leste no sentido bairro. Em sua segunda entrada, relatou sobre o trânsito para quem ia à Vila Prudente pela avenida Salim Farah Maluf. Depois, reportou como estavam as avenidas Luiz Ignácio de Anhaia Melo e Salim Farah Maluf, e em seguida foi para a região central conferir as condições da avenida Rangel Pestana e da avenida do Estado, importantes vias de acesso à Zona Leste.

Natália Marques sobrevoou a marginal do Tietê em sua primeira participação, saindo do aeroporto Campo de Marte, e seguiu para a marginal do Rio Pinheiros, tema de outras quatro intervenções. Em seguida informou como estavam as avenidas Rubem Berta e Ibirapuera e em seguida falou sobre a avenida 23 de Maio.

As outras redes formadas pela rádio são ao mesmo tempo sobrepostas e simultâneas, porém independentes. Não existiriam sem o intermédio da emissora, porém funcionam de forma autônoma. Os ouvintes formam uma rede entre si, que se interliga quando um deles envia uma mensagem de texto ou de voz para a rádio (e esta mensagem é divulgada). Os repórteres formam uma rede com os ouvintes – além da rede natural por conta de eles serem parte da rádio –, por exemplo, quando Raquel Richmann foi verificar as informações fornecidas pelo ouvinte William.

Segundo a teoria desenvolvida por Mark Granovetter no artigo “Strong and weak ties”, publicado em 1973, os vínculos mais úteis nem sempre são os mais fortes. Os vínculos “fortes” são aqueles que temos com amigos ou pessoas de convívio contínuo e próximo, enquanto os vínculos “fracos” são aqueles que temos com conhecidos, pessoas mais distantes de nosso círculo social. Quando estamos a procura de um emprego, segundo o estudo de Granovetter, é mais provável que os vínculos “fracos” sejam mais eficientes que os fortes para nos ajudar. Isso ocorre justamente pela proximidade com os vínculos fortes, pois eles compartilham a mesma rede de relacionamentos que a nossa. Enquanto isso, um conhecido nosso ou de um amigo pode ter um contato em sua própria rede de contatos que pode servir como “ponte” para a vaga pretendida (Barabási, 2003: 42-43).

Se uma pessoa precisa saber como está o trânsito para o local de trabalho, ela pode ligar para um colega que chega mais cedo e perguntar se a avenida próxima da empresa estava congestionada ou não quando ele chegou. Se a resposta for afirmativa, ou seja, se o colega pegou trânsito, é conveniente que a pessoa se apresse, pois provavelmente ela também vai enfrentar trânsito. Este é um exemplo de contato com um vínculo forte – dois colegas de trabalho.



A informação que a pessoa passou pode ser precisa, porém não é a mais completa possível, pois ela não tem condição de verificar se a rua paralela à avenida da empresa, que serve de caminho alternativo, também está congestionada ou se o caminho por ali está livre. Entretanto, este é o tipo de informação que pode ser conseguida com uma pessoa cujo vínculo seja fraco, como alguém que trabalhe em outra empresa na mesma rua. O problema é como entrar em contato com esta pessoa, como conseguir esta informação. É exatamente para preencher esta lacuna que serve a rádio SulAmérica Trânsito: para servir de ligação entre pessoas sem vínculos entre si.

Assim, cria-se esta rede formada pelos ouvintes, que são vínculos fracos entre si, mas têm em comum um vínculo forte em relação à rádio. O tipo de nó representado pela rádio é o chamado “conector”, um nó com grande número de ligações, que serve como ponto de conexão entre os ouvintes.

O número de intervalos entre um nó e outro na rede pode variar – um nó, cinco nós, dezenove nós –, mas este valor não interfere na qualidade da rede nem em sua validade, ou seja, para o ouvinte tanto faz a distância entre ele e outro ouvinte, desde que este outro ouvinte consiga lhe transmitir informações úteis. As informações que não nos servirem são simplesmente descartadas: em uma rede as pessoas não seguem todos os nós disponíveis indistintamente. Ao contrário, elas analisam os nós e fazem uma filtragem, seguindo apenas aqueles que lhes parecem mais convenientes (Barabási, 2003: 37).

Estas redes formadas por ouvintes e repórteres é quase sobreposta à rede que pode ser encontrada se considerarmos o trânsito de São Paulo e seus veículos. Neste modelo cada veículo é um nó; as ruas são as ligações entre eles e os congestionamentos são aglomerações de nós. Estas redes são semelhantes à medida em que a rádio consegue representar em sua programação os problemas existentes no trânsito. As redes formadas pelos ouvintes e repórteres acabam sendo parecidas com a rede formada pelos veículos.

Já o número de nós presentes nas redes de ouvintes e jornalistas em determinado local serve como parâmetro da existência de um

congestionamento naquele local. Se muitos ouvintes em uma mesma região enviarem mensagens à emissora, provavelmente o trânsito local está carregado.

A rádio SulAmérica Transito também está presente de forma “oficial” no Twitter, uma rede social dentro da internet na qual são publicadas mensagens com o tamanho máximo de 140 caracteres que podem ser lidas por qualquer pessoa que busque pelo seu perfil, @rstnoar. A SulAmérica Trânsito usa esta ferramenta apenas para informar sobre ocorrências como acidentes e vias em obras, que podem causar problemas ao trânsito naquela região. Na semana de 13 a 19 de dezembro de 2009 foram publicadas 194 mensagens, uma média de 27 por dia<sup>22</sup>.

Todas estas redes podem ser classificadas como redes randômicas, segundo a visão de redes de Barabási. E é virtualmente impossível calcular o número de membros de cada rede:

Redes randômicas requerem apenas um link por nó para formar um gigantesco aglomerado. E se, como geralmente ocorre nas redes reais, os nós tiverem muito mais links do que esse? No ponto crítico, quando a conectividade média gira em torno de um por nó, a separação entre nós poderia ser até maior. Entretanto, quando adicionamos mais links, a distância entre os nós subitamente decai. Considere uma rede na qual os nós tenham, em média,  $k$  links. Isso significa que, a partir de um nó típico, podemos atingir a quantidade  $k^2$  de outros nós com um único passo. Existem, porém,  $k^d$  de nós com dois links de distância e cerca de  $k^d$  nós exatamente  $d$  links distantes. Logo, se  $k$  é grande, mesmo para pequenos valores de  $d$ , o número de nós a que se pode chegar pode tornar-se muito grande. Com poucos passos, chega-se a todos os nós a ser encontrados, o que explica por que a separação média é tão pequena em muitas redes (BARABÁSI 2009: 31).

### 3.2. Trânsito: uma rede híbrida

Em uma abordagem complementar à teoria das redes de Barabási, Fritjof Capra explica que em redes biológicas os membros da rede são delimitados por barreiras físicas, como as membranas e a pele de animais. Em

<sup>22</sup> <http://twitter.com/rstnoar>. Acesso em 13.fev.2010 22h28.

redes sociais, eles são delimitados por fatores culturais, não materiais (2008: 26-27). O trânsito, entretanto, pode ser considerado um tipo híbrido de rede, pois é formado não apenas por barreiras físicas, mas também por fatores culturais.

As barreiras físicas do trânsito são evidentes: semáforos e excesso de veículos. Sempre que um semáforo fica vermelho ocorre um pequeno acúmulo de veículos naquela via, o que é natural e esperado que ocorra. Este bloqueio é necessário para liberar a rua para os veículos que vêm da via transversal, que podem seguir reto ou dobrar a esquina. Se tudo correr bem, assim que o sinal ficar verde o trânsito irá fluir.

Porém, se o número de veículos for muito grande naquele local, as coisas não funcionarão de maneira tão simples. Os carros não conseguirão passar pelo semáforo antes que ele se feche novamente, e a situação fica ainda pior se houver carros circulando naquela via a partir da rua transversal.

Considerando que cada veículo seja um nó de uma rede formada no trânsito, haverá ali um congestionamento de nós, numa rede formada e delimitada por barreiras físicas – o semáforo e os outros carros/membros da rede. Esta configuração é válida mesmo quando não há semáforos, mas o número de veículos é maior que o limite da via, como ocorre diariamente, por exemplo, nas marginais do rios Tietê e Pinheiros e na avenida 23 de Maio, supostas vias expressas de São Paulo.

Muitas vezes é impossível evitar o congestionamento: se a pessoa mora em uma rua movimentada, precisará enfrentá-lo sempre que chegar ou sair de casa. O mesmo vale se o local de trabalho é uma via com grande afluxo de veículos, ou em situações nas quais não há caminho alternativo, como as regiões iniciais da Zona Leste, nas imediações da Radial Leste.

Mas o trânsito é um tipo de rede híbrida, com características de redes biológicas e sociais. Isso pode ser verificado pelos fatores culturais que levam os motoristas aos congestionamentos. Se a viagem do ponto A ao ponto B puder ser feita de maneira equivalente – em termos de tempo e distância – por

mais de uma via, não há motivos que impeçam o motorista de procurar o caminho alternativo senão os culturais. Ele pode não conhecer outro caminho ou pode conhecer o caminho alternativo, mas mesmo assim optar pelo caminho tradicional, por não saber se seria vantajoso percorrer o trajeto alternativo.

A existência da rádio SulAmérica Trânsito vem para preencher esta lacuna cultural. Uma das frases de identificação da emissora resume bem o seu papel: “*é ótimo saber quais ruas estão paradas, melhor ainda saber por quais dá para escapar*” (transcrição de áudio, Rádio SulAmérica)<sup>23</sup>.

### **3.3. Mapas e territórios da rádio**

A descrição do trânsito na cidade e os caminhos sugeridos aos motoristas fazem com que a rádio SulAmérica Trânsito seja naturalmente associada a mapas. Através das informações transmitidas pela emissora é possível fazer um mapeamento do trânsito em São Paulo em determinado momento.

Este mapa não será, obviamente, um mapa definitivo sobre a cidade, mas sim um mapa que representa a situação em determinado momento de acordo com as informações levantadas pela rádio, até porque não existe um mapa definitivo, segundo a geógrafa Doreen Massey.

Massey explica que os mapas são representações e, ao mesmo tempo, são seletivos. Ele não compreende apenas o que já está lá, mas também o que acontece naquele local em determinado momento. (2008: 160). A representação em um mapa é estática, porém está em constante transformação.

O espaço representado em um mapa não é apenas uma superfície, mas “uma heterogeneidade de práticas e processos”<sup>24</sup>, um produto contínuo de

---

<sup>23</sup> Arquivo de áudio. Disponível no anexo B, faixa 6.

<sup>24</sup> Grifo da autora.

inter-conexões e não-conexões. Dessa forma, o espaço é sempre inacabado e aberto, em constante mutação.

Cada boletim informativo transmitido pela SulAmérica Trânsito é um retrato de um certo local da cidade em determinado momento. Quando este local é citado novamente, mesmo que após alguns poucos minutos, já está diferente, pois as relações traçadas entre os elementos presentes neste espaço são dinâmicas.

Estes boletins, além de registrar as mudanças ocorridas, também influenciam nessas mudanças, pois a partir deles os motoristas decidem se irão até aquele local ou se realizarão outro caminho – o que irá influenciar um outro espaço.

Uma pessoa que se desloca de um ponto A para um ponto B está ajudando a alterar o espaço - do ponto lugar (A) para outro (B). Esta pessoa não apenas viaja ou cruza este espaço, mas ajuda a modificá-lo (MASSEY, 2008: 175).

Os espaços em transformação são o grande tema tratado na rádio, são seu motivo de existência. As modificações ocorrerão de qualquer forma, mas a rádio acaba tendo o poder de influenciá-las e até de determiná-las, caso o ouvinte siga as dicas passadas pelos jornalistas.

A ouvinte Luciana, por exemplo, estava em Perdizes no dia 15 de dezembro de 2009 e queria ir para a avenida Ricardo Jaffet. Os caminhos que ela pensava em fazer eram pelo Elevado Costa e Silva, o Minhocão, ou pelas avenidas Pacaembu e Dr. Arnaldo. Como o Minhocão estava ruim naquele momento, por volta das 17h55, ela foi instruída a seguir pelo segundo caminho<sup>25</sup>.

Se ela aceitar esta sugestão ela irá causar modificações nas avenidas Pacaembu e Dr. Arnaldo, conforme explicado por Massey anteriormente. Porém, no caso de um ouvinte motorista que irá se deslocar de qualquer maneira, seja por um caminho, seja por outro, é possível observar que, ao

---

<sup>25</sup> Arquivo de áudio. Disponível no anexo B, faixa 7.

modificar o espaço no trajeto escolhido, ele terá deixado de modificar o outro espaço, naquele caminho que não o escolhido.

Se a ouvinte Luciana não passar pelo Minhocão, ela não irá piorar a situação no local, o que não deixa de ser uma influência naquele espaço – visto que alguma modificação em algum espaço ela irá causar, necessariamente, em sua jornada a Ricardo Jaffet.

**FIGURA 5: OPÇÕES DE CAMINHOS PROPOSTOS PELO OUVINTE.**



FONTE: Google Maps

Outra situação na qual a rádio causa, ou pelo menos sugere, modificação no espaço é quando o jornalista responde a um ouvinte que não sabia como chegar do ponto A ao ponto B. No dia 16 de dezembro de 2009 um ouvinte que não teve o nome divulgado precisava ir a São Bernardo, para fazer uma entrevista de emprego.

O local de origem do trajeto era Pirituba, e ele escreveu à rádio sem saber qual seria a melhor opção para chegar ao ABC. As duas rotas sugeridas pela emissora foram bastante parecidas: ambas passavam pela Marginal do

Rio Pinheiros. Na primeira o ouvinte seguiria pela avenida dos Bandeirantes, na segunda ele iria pela avenida Cupecê.<sup>26</sup>

**FIGURA 6: OPÇÕES DE CAMINHOS SUGERIDOS PELA EMISSORA.**



FONTE: Google Maps

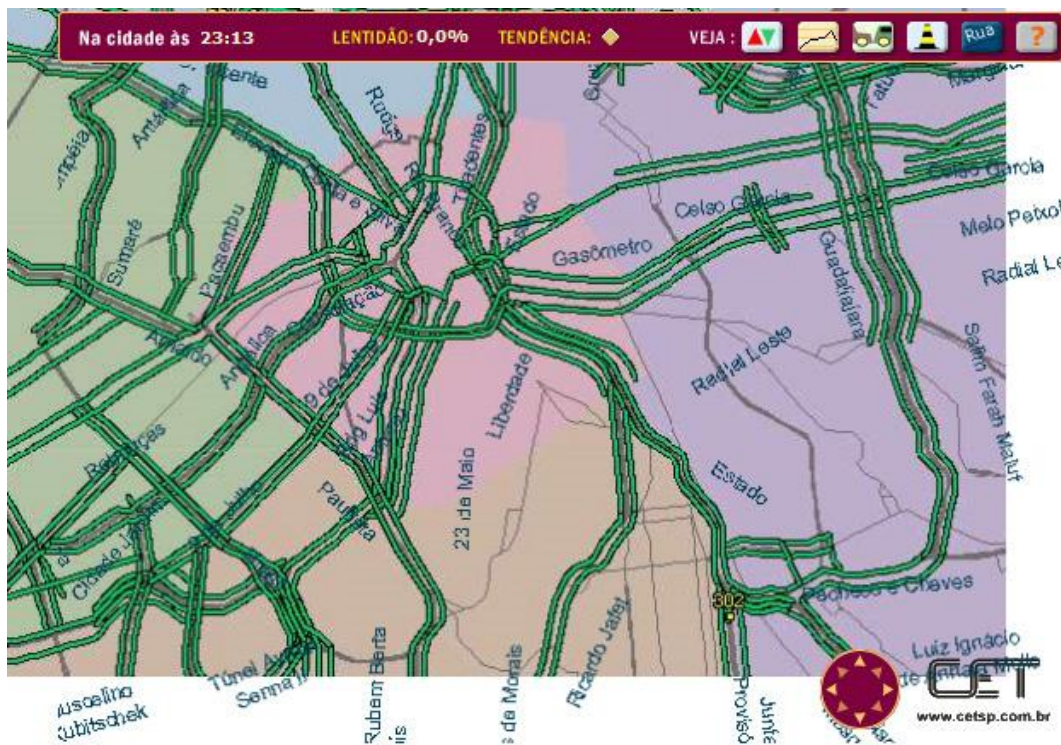
Além de propor estes caminhos, Ronald Gimenez, o locutor no horário, aproveitou para dar dicas de como se sair bem em uma entrevista de emprego, além de desejar boa sorte ao ouvinte.

É possível, naturalmente, fazer a pesquisa de rotas a partir de outras fontes, para saber qual caminho tem menos trânsito no momento. A CET, empresa municipal responsável pelo gerenciamento do tráfego na cidade, há muito anos tem mapas em seu site que indicam as condições de trânsito nas principais avenidas. O Google Maps implementou recentemente este serviço.

Existem, porém, alguns problemas nos mapas oficiais da CET. Primeiro, a legibilidade do mapa: as ruas não são tão nítidas como, por exemplo, os mapas disponíveis no Google Maps (figuras 7 e 8).

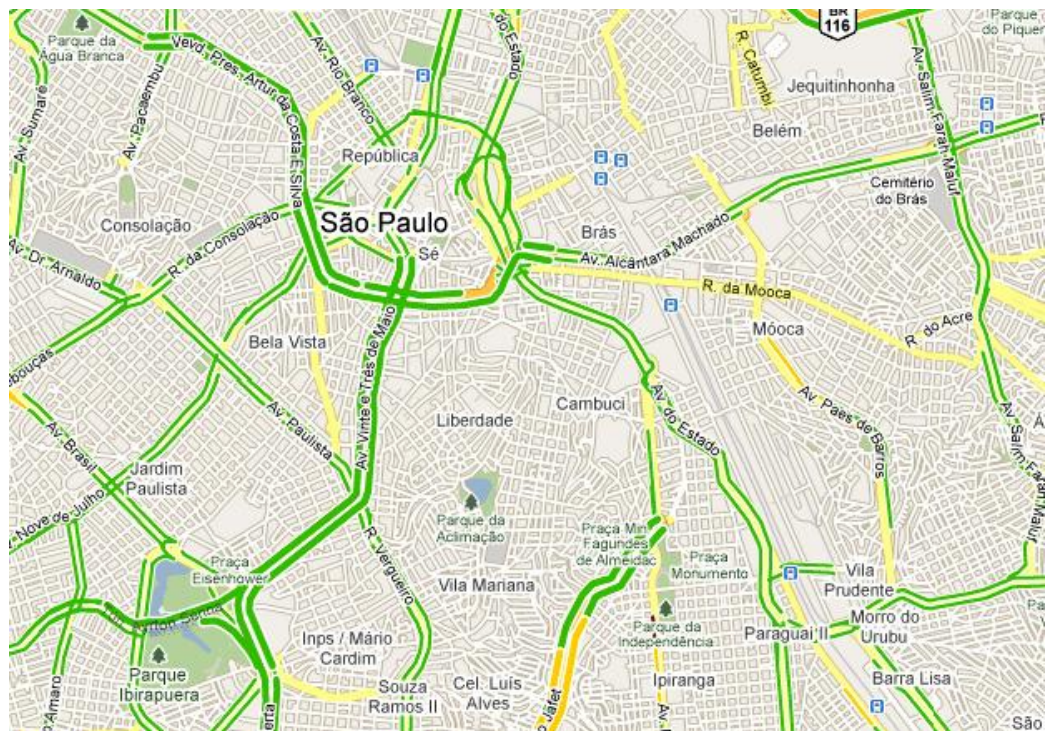
<sup>26</sup> Arquivo de áudio. Disponível no anexo B, faixa 8.

FIGURA 7: MAPA DA CET.



FONTE: site da Companhia de Engenharia de Tráfego – [www.cetsp.com.br](http://www.cetsp.com.br)

FIGURA 8: MAPA DO GOOGLE MAPS.



FONTE: Google Maps



Nos dois casos há um problema de ordem prática: o motorista não pode consultar os mapas enquanto está dirigindo (ou pelo menos não deveria fazê-lo!). Mas é possível pensar em como os ouvintes e repórteres da rádio se deslocam por estes mapas.

Se o mapa apresentar uma heterogeneidade de práticas e processos ele não será um todo interconectado, uma representação acabada e definitiva daquela representação, mas será um produto contínuo de interconexões e não-conexões. Será sempre acabado e aberto. "Trata-se do espaço como a esfera de uma simultaneidade dinâmica (e, portanto, sempre indeterminada) pela construção de novas relações. Está sempre sendo feito e sempre, portanto, em certo sentido, inacabado" (MASSEY, 2008: 160).

Estas conexões e interconexões são, neste caso, os ouvintes e repórteres da rádio. Todos estão conectados à emissora, e uns aos outros ao ouvirem suas participações na programação. Estas conexões não têm limites, pois "há sempre conexões ainda a fazer, justaposições ainda a florescer em interações, ou não, elos potenciais que podem jamais ser estabelecidos. Resultados imprevisíveis e histórias em curso" (Massey, 2008: 161).

Praticamente todas as informações transmitidas pela SulAmérica Trânsito podem ser representadas em mapas. Assim, é possível usar estes mapas como registros de histórias que aconteceram, ou que teriam acontecido. É possível traçar as trajetórias percorridas pelos ouvintes, ou especular quais trajetórias poderiam ter sido percorridas se eles tivessem optado por outros caminhos.

Uma pessoa que se desloca de um ponto A para um ponto B está ajudando a alterar o espaço - do ponto lugar (A) para outro (B). Esta pessoa não apenas viaja ou cruza este espaço, mas ajuda a modificá-lo. (...) Nunca se pode simplesmente 'voltar', ir para casa ou para qualquer outro lugar. Quando você chega 'lá', o lugar terá prosseguido assim como você terá mudado. E essa é, naturalmente, a questão. Pois abrir 'espaço' para esse tipo de imaginação significa pensar tempo e espaço como mutuamente imbricados e pensar em ambos como produto de inter-relações. Não se pode voltar no espaço-tempo (MASSEY, 2008: 175).

Estas trajetórias só fazem sentido para os ouvintes que estiverem na mesma região, não necessariamente indo do mesmo ponto A ao mesmo ponto B, mas em ruas, no caso, por onde o ouvinte ou repórter tenha passado.

Um bom exemplo disso ocorreu no dia 13 de dezembro de 2009, às 19h35:

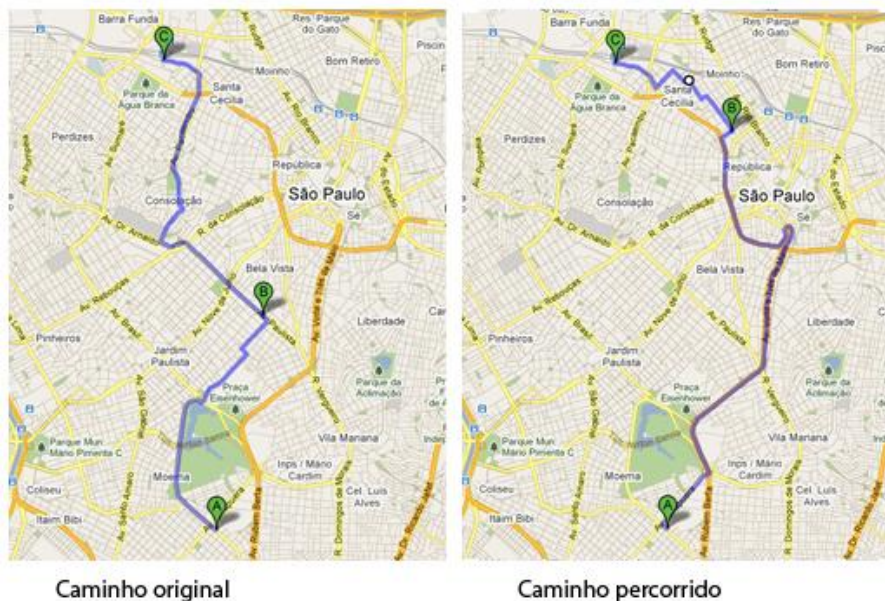
*Olá! Aqui é o Wilson quem está falando. Eu quero agradecer as observações acerca do trânsito na Domingos de Moraes, avenida Paulista e também na região do Parque do Ibirapuera. Há cerca de 40 minutos eu estava próximo à avenida Indianópolis e, tendo ouvido estas informações, eu acabei fazendo um outro caminho aqui para Perdizes. Acabei pegando a 23 de Maio, fui pelo Centro, peguei a São João, depois eu vi que a São João estava um pouco enroscada, entrei na Ana Cintra, Barão de Piracicaba e vim cortando por dentro da Barra Funda, passei no Memorial da América Latina. Não peguei nenhum trânsito e acabo de chegar tranquilo aqui em casa, em Perdizes (transcrição de áudio, Rádio SulAmérica, em 13/12/2009 às 19:35)<sup>27</sup>.*

A passagem de Wilson por todas estas vias modificou suas realidades. E ele modificou – ou deixou de modificar – também a realidade das imediações da avenida Paulista, pois não se dirigiu para este local. Suas duas opções de viagem podem ser representadas em mapas como estes:

---

<sup>27</sup> Arquivo de áudio. Disponível no anexo B, faixa 9.

**FIGURA 9: CAMINHO ORIGINAL PROPOSTO PELO MOTORISTA X CAMINHO PERCORRIDO.**



FONTE: Google Maps

O caminho “original” representa a trajetória que Wilson teria percorrido se não fosse ouvinte da rádio. Ele estava na avenida Indianópolis (ponto A) e iria pela avenida Paulista (ponto B). Existem várias maneiras de se fazer este trajeto, no mapa está indicada a avenida 23 de Maio. O último local citado por Wilson em seu depoimento foi o Memorial da América Latina (ponto C), para chegar lá o melhor caminho a partir da Paulista seria pela avenida Major Natanael, praça Charles Muller e avenida Pacaembu. O “caminho percorrido” mostra a trajetória descrita pelo ouvinte: avenida Indianópolis (ponto A), 23 de Maio, avenida São João, ruas da Barra Funda (ponto B) e Memorial da América Latina (ponto C).

## CONCLUSÃO

Os processos de mediação que possibilitam a criação da rádio SulAmérica Trânsito apresentam pelo menos três grandes efeitos: primeiro, a fusão entre publicidade e espaço das sociabilidades; segundo, a transformação dos territórios da experiência em mapas virtuais de informação; terceiro, o desaparecimento da dicotomia entre emissor e receptor.

Estes efeitos levam inicialmente à convergência da experiência material em processo virtual, possibilita pensar a mediação como forma operadora capaz de desvincular o conceito de urbano da ideia de cidade. A separação parte da constatação da cada vez menor densidade simbólica da experiência urbana. Isso fica claro ao se perceber que a experiência corporal vem perdendo materialidade na medida em que seus efeitos hoje possuem um crescente caráter virtual. Neste ponto podemos afirmar que a dicotomia entre território urbano e espaço da cidade fez com que o primeiro se virtualizasse e se transformasse em uma espécie de operador do segundo.

Dessa forma, a rádio SulAmérica Trânsito surge em função da dicotomia entre urbano e cidade. Na medida em que os processos urbanos se virtualizam e passam de territórios a mapas, os efeitos midiáticos tornam possíveis as operações virtuais sobre o espaço da cidade. Por isso, uma possível classificação de um projeto ou produto em relação à sua pertinência pode ser feita no sentido de o quanto ele permite suscitar reflexões a partir de suas estratégias. Neste sentido, a rádio SulAmérica Trânsito tornou comum uma cidade virtual a partir de seu elemento, em primeira instância, mais urbano, o trânsito.

Esta cidade virtual não é estática, está em constante mutação, reflexo dos movimentos gerados pelos elementos constituintes desta realidade. Através dos boletins transmitidos pela SulAmérica Trânsito é possível identificar a cada momento a situação do trânsito, e conseqüentemente do mapa virtual de São Paulo, além de visualizar as mudanças ocorridas a cada momento, em cada local.

Por isso, a conformação de um território urbano molda uma rede que na produção de informação dilui a diferença entre emissor e receptor. O que faz com que o caráter linear da notícia se transforme em multilinear quando ela, ao mesmo tempo, ocupa os dois polos, o de produção e de consumo. A estratégia de mediação do espaço de produção da informação faz com que as práticas sociais de seus efeitos torne virtual a própria noção de urbano ao transformá-la em uma rede de territórios. Esta rede expande em seu interior na medida em que deixa em segundo plano a experiência de espaço-tempo quando faz dela o próprio território a partir do qual os acontecimentos estão em “tempo real”.

O tempo real pertence a todas as partes que constituem a rede, por isso, a opção de tratar a emissora como parte das redes que se formam em torno dela e de seus ouvintes se deu em função do ineditismo desta relação. Normalmente rádios são apenas emissoras de informação, nós fortes de redes que têm como nós fracos os ouvintes.

Neste caso, porém, os ouvintes podem se tornar nós fortes, pois sua participação tem o mesmo potencial informativo que a participação de um jornalista da rádio. Ambos podem causar mudanças nos trajetos que irão ser percorridos pelo público da emissora, e cada trajeto irá causar modificações nas regiões por onde os veículos passarem; tudo isto de maneira ágil como só o rádio permite. Não há lado de fora nem lado de dentro na produção de informação, isso torna irrelevante a diferença entre informação e notícia.

Esta intensa participação dos ouvintes é facilitada pelas várias ferramentas de contato disponibilizadas pela rádio. Além do telefone celular, usado também pela reportagem da emissora, os ouvintes podem enviar informações por mensagens de texto, Twitter e e-mail, de acordo com sua conveniência.

Isso configura um novo capítulo no radiojornalismo. A presença do público é sempre marcante neste tipo de programação, especialmente no radiojornalismo de prestação de serviços consolidado em São Paulo nos anos 1970. Tradicionalmente, porém, a função exercida pelo público neste modelo é a sugestão de temas de reportagens para serem desenvolvidas pelas

emissoras, como problemas de abastecimento, relações comerciais e, claro, o trânsito.

Os ouvintes têm um papel tão importante na SulAmérica Trânsito que podemos considerar como um novo modelo de prestação de serviços. O público não é mais apenas um produtor de demandas a serem atendidas pelas rádios. Agora o próprio ouvinte consegue dar conta dos temas propostos por outros ouvintes.

O aspecto comercial da emissora, a customização da rádio em torno de uma única marca como estratégia para se aproximar de seus consumidores – e não dos ouvintes de uma rádio qualquer – se mostrou tão eficiente que foi adotado por outras empresas e utilizado pela própria SulAmérica também no Rio de Janeiro.

Falar de trânsito para ouvintes que estão no trânsito pode ser uma coisa óbvia, mas sem dúvida é pertinente. A informação chega a quem precisa dela no momento certo. Ao mesmo tempo, esta é a única característica da rádio com pouco potencial para ser replicado. Provavelmente não há espaço para outra emissora de rádio com perfil semelhante em São Paulo, e esta é a única cidade do País com trânsito suficiente para justificar a existência de uma emissora dedicada a este assunto.

Dessa forma, a rádio SulAmérica Trânsito apresenta um elemento novo para os processos de midiatização na medida em que pulveriza a diferença entre emissor e receptor. Isso permite dizer que os processos de virtualização da realidade determinam hoje os modos de socialização de uma cidade.

## BIBLIOGRAFIA

### Livros

BARABÁSI, Albert-László. *Linked: How Everything Is Connected to Everything Else*. New York: Plume, 2003.

*Linked (Conectado): a nova ciência dos networks*. São Paulo: Leopardo, 2009.

BARABÁSI, Albert-László & BONABEAU, Eric. “Redes sem escala”. In: *Scientific American Brasil*. Junho 2003, ed.13. Duetto Editorial, 2003, pp. 64-72.

BARBEIRO, Heródoto & LIMA, Paulo Rodolfo de. *Manual de radiojornalismo: produção, ética e internet*. Rio de Janeiro: Elsevier, 2003.

BARROS FILHO, Clóvis de. *Ética na Comunicação*. São Paulo: Summus, 2003.

CAPRA, Fritjof. “Vivendo Redes”. In: DUARTE, Fabio, QUANDT, Carlos & SOUZA, Queila (orgs.) - *O tempo das redes*. São Paulo: Perspectiva, 2008, pp. 17-29.

CÉSAR, Cyro. *Como falar no rádio: prática de locução AM e FM*. São Paulo: Summus, 2009.

*Rádio: a mídia da emoção*. São Paulo: Summus, 2005.

FARIA, Álvaro Alves de. *Jovem Pan: A voz do rádio*. São Paulo: RG Editores, 2002.

GUMBRECHT, Hans Ulrich. “O campo não-hermenêutico ou a materialidade da comunicação”. In: CASTRO ROCHA, João Cezar de. (Org). *Corpo e forma: ensaios para uma crítica não-hermenêutica*. Rio de Janeiro: EdUERJ, 1998, pp. 137-151.

JUNG, Milton. *Jornalismo de rádio*. São Paulo: Contexto, 2004.

KELLNER, Douglas. “Cultura da mídia e triunfo do espetáculo”. In: MORAES, Dênis de (Org). *Sociedade midiaticizada*. Rio de Janeiro: MAUAD, 2006, pp. 119-147.

LAGE, Nilson. *A reportagem: teoria e técnica de entrevista e pesquisa jornalística*. Rio de Janeiro: Record, 2008.

LUHMANN, Niklas. “Entretenimento”. In: *A realidade dos meios de comunicação*. São Paulo: Paulus, 2006, pp. 93-109.

MACHADO, Arlindo. *A televisão levada a sério*. São Paulo: Senac, 2005.

MASSEY, Dorren B. *Pelo espaço: uma nova política da espacialidade*. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 2008.

MENEZES, José Eugênio de Oliveira. *Rádio e cidade: vínculos sonoros*. São Paulo: Annablume, 2007.

MOREIRA, Sonia Virgínia; DEL BIANCO, Nélia R. (Orgs.) *Desafios do rádio no séc. XXI*. Intercom: Rio de Janeiro, 2001.

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

PARADA, Marcelo. *Rádio: 24 horas de jornalismo*. São Paulo: Panda, 2000.

PORCHAT, Maria Elisa. *Manual de radiojornalismo Jovem Pan*. São Paulo: Ática, 2004.

RODRÍGUEZ, Kety Betés. "Os formatos publicitários no rádio". In: MEDITSCH, Eduardo & ZUCOLOTO, Valci (orgs.). *Teorias do rádio: textos e contextos*. Florianópolis: Insular, Vol. II, 2008, pp. 365-37.

SAROLDI, Luiz Carlos; MOREIRA, Sonia Virgínia. *Rádio Nacional: o Brasil em sintonia*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2005.

SILVA, Júlia Lúcia de Oliveira Albano da. *Rádio: oralidade midiaticizada: o spot e os elementos da linguagem radiofônica*. São Paulo: Annablume, 1999.

VANDERBILT, Tom. *Traffic: why we drive the way we do (and what it says about us)*. New York: Alfred A. Knopf, 2008.

## Webgrafia

Big Brother Brasil. "Lançando um sucesso". Disponível em <<http://bbb.globo.com/BBB10/Sobre/0,,GEN1307-17413,00.html>>. Acesso em: 03 mar. 2010.

Cidade de São Paulo. Disponível em: <<http://www.cidadedesaopaulo.com/sp>>. Acesso em 14 mar. 2010.

Detran. "Frota de Veículos - Detran-SP". Disponível em: <<http://www.detran.sp.gov.br/frota/frota2010.asp>>. Acesso em 14 mar. 2010.

Estadão.com.br. "São Paulo tem recorde histórico de congestionamento". Disponível em <<http://www.estadao.com.br/noticias/cidades,sao-paulo-tem-recorde-historico-de-congestionamento,385598,0.htm>>. Acesso em 14 mar. 2010.

\_\_\_\_\_. "Em SP, 1 milhão de veículos não fazem inspeção". Disponível em <<http://www.estadao.com.br/noticias/geral,em-sp-1-milhao-de-veiculos-nao-fazem-inspecao,486300,0.htm>>. Acesso em 14 mar. 2010.



Küller , Aline Bellatti; Castellón, Lena. “Meio rádio se destaca durante o apagão”. *M&M Online*, nov. 2009. Disponível em <[http://www.mmonline.com.br/noticias.mm?url=Meio\\_radio\\_se\\_destaca\\_durant\\_e\\_o\\_apagao](http://www.mmonline.com.br/noticias.mm?url=Meio_radio_se_destaca_durant_e_o_apagao)>. Acesso em: 09 dez. 2009.

Memória Globo. “Incêndio do edifício Andraus”. Sem data. Disponível em <<http://memoriaglobo.globo.com/Memoriaglobo/0,27723,GYN0-5273-250492,00.html>>. Acesso em 17 mar. 2010.

PRYZANT, Luiz. “Branding é um atalho para a cabeça do consumidor”. 01.jun.2009. Disponível em <<http://memoriaglobo.globo.com/Memoriaglobo/0,27723,GYN0-5273-250492,00.html>>. Acesso em 05 mar. 2010.

“Rádio SulAmérica completa três anos”. *Metro São Paulo*, 12 fev. 2010. Disponível em <<http://www.metropoint.com/cgi-bin/WebObjects/Metro.woa/wa/selectEdition?countryName=Brazil&editionName=MetroSaoPaulo>>. Acesso em: 13 fev. 2010.

SANTOMAURO, Antonio Carlos. “Rádios customizadas”. Sem data. Disponível em: <<http://portaldacomunicacao.uol.com.br/textos.asp?codigo=20670>>. Acesso em: 05 mar. 2010.

“Signal fading on radio traffic reports”. *USATODAY.com*, Nov. 2009. Disponível em: <[http://www.usatoday.com/tech/news/2009-11-27-radio-traffic-reports\\_N.htm](http://www.usatoday.com/tech/news/2009-11-27-radio-traffic-reports_N.htm)>. Acesso em: 02 dez. 2009.

SKUJIS, Henrique. “CET: a verba aumenta e os problemas com o trânsito”. Disponível em: <<http://vejasp.abril.com.br/revista/edicao-2153/cet-verba-aumenta-os-problemas-com-transito-continuam>>. Acesso em 14 mar. 2010.

SPIGLIATTI, Solange. “Com chuva e alagamentos, SP atinge 152 km de lentidão”. Disponível em: <<http://www.estadao.com.br/noticias/geral,com-chuva-e-alagamentos-sp-atinge-152-km-de-lentidao,517661,0.htm>>. Acesso em 14 mar. 2010.

*SulAmérica Trânsito (rstnoar) on Twitter*. Disponível em <<http://twitter.com/rstnoar>>. Acesso em: 13 fev. 2010.

SULAMÉRICA. “Rádio SulAmérica Trânsito ganha Leão de Bronze em Cannes”. Press release. São Paulo, 2007. Disponível em: <<http://sulamerica.comunique-se.com.br/sulamerica/>>. Acesso em: 02 dez. 2009.

\_\_\_\_\_ “Rádio SulAmérica Trânsito ganha Prêmio Colunistas”. Press release. São Paulo, 2007. Disponível em: <<http://sulamerica.comunique-se.com.br/sulamerica/>>. Acesso em: 02 dez. 2009.

\_\_\_\_\_ “Rádio SulAmérica Trânsito recebe mais um prêmio internacional”. Press release. São Paulo, 2008. Disponível em: <<http://sulamerica.comunique-se.com.br/sulamerica/>>. Acesso em: 02 dez.

2009.

\_\_\_\_\_ “Rádio SulAmérica Trânsito completa um ano e revoluciona conceito de utilidade pública”. Press release. São Paulo, 2008. Disponível em: <<http://sulamerica.comunique-se.com.br/sulamerica/>>. Acesso em: 02 dez. 2009.

\_\_\_\_\_ “SulAmérica promove interatividade entre ouvintes da Rádio SulAmérica Trânsito, 92,1 FM”. Press release. São Paulo, 2009. Disponível em: <<http://sulamerica.comunique-se.com.br/sulamerica/>>. Acesso em: 02 dez. 2009.

\_\_\_\_\_ “Rio de Janeiro ganha Rádio SulAmérica Paradiso”. Press release. São Paulo, 2009. Disponível em: <<http://sulamerica.comunique-se.com.br/sulamerica/>>. Acesso em: 02 dez. 2009.

VALOR ONLINE. “Companhias alugam rádios e fixam marcas”. 26.jun.2008. Disponível em <<http://www.valoronline.com.br/?impresso/empresas/95/5005522/companhias-alugam-radios-e-fixam-marcas>>. Acesso em 17 mar. 2010.

## Artigos

FELINTO, Erick. “Materialidades da Comunicação’: Por um Novo Lugar da Matéria na Teoria da Comunicação”. Disponível em <<http://www.uff.br/mestcii/felinto1.htm>>. Acesso em: 01 mar. 2010.

MACHADO, Arlindo. “Regimes de Imersão e Modos de Agenciamento”. Trabalho apresentado no NP07 – Núcleo de Pesquisa Comunicação Audiovisual, XXV Congresso Anual em Ciência da Comunicação, Salvador/BA, 04 e 05/setembro/2002.

SALLOUM JR., Jamil. “A teoria das materialidades e a crítica à hermenêutica”. In: *Observatório da Imprensa*. Disponível em <<http://www.observatoriodaimprensa.com.br/artigos/da270520034.htm>>. Acesso em: 01 mar. 2010.

## Entrevista

GIMENEZ, Ronald. *Entrevistado pelo autor para este trabalho*. São Paulo, 19 de nov. 2009.

**Sites de emissoras de rádio**

BandNews FM. <http://bandnewsfm.com.br>.

CBN. Disponível em <<http://cbn.com.br>>.

Rádio Bandeirantes. Disponível em <<http://radiobandeirantes.com.br>>.

Rádio Jovem Pan. Disponível em <<http://jp.com.br>>.

Rádio SulAmérica Trânsito. Disponível em  
<<http://www.sulamerica.com.br/radiotransito>>.

Rádio Oi FM no ar. Disponível em < <http://www.oifm.com.br/institucional.php>>.

## **ANEXO A - Entrevista**

Entrevista com Ronald Gimenez, editor-chefe da rádio SulAmérica Trânsito, realizada na sede da emissora em 19 de novembro de 2009.

### **Como surgiu a ideia de criar uma rádio sobre trânsito?**

R: *A história era uma empresa, um seguro de automóvel que era da SulAmérica . SulAmérica precisava crescer em SP na venda de seguros de carros. Ela não ocupava uma posição interessante e precisava crescer. E levou para MPM, que é a agência da SulAmérica, essa necessidade de precisar crescer em SP. E a MPM, ao invés de criar uma nova campanha como outra qualquer, um filme de televisão, um spot de rádio, essas coisas, pensou na ideia: por que não criar algo que falasse diretamente com quem compra seguro de carro, que é o motorista? E aí surgiu e ideia de criar uma rádio que falasse de trânsito. Só precisava de um parceiro forte que pudesse trabalhar com a informação. Quem poderia fazer isso? Procurou um grupo de comunicação. Procurou o grupo Bandeirantes de rádio. E aí essa junção grupo Bandeirantes de rádio, MPM e SulAmérica fez com que surgisse a rádio SulAmérica trânsito em de 2007.*

### **Você tem ideia de quanto foi necessário investir para implantar a rádio?**

R: *Segundo o pessoal da SulAmérica o investimento foi algo em torno de R\$ 30 milhões para que a ideia surgisse para o projeto de três anos. Seriam três anos renováveis (de 2007 a 2010) e ele já foi renovado antes que o contrato vencesse. Então a rádio tem mais vários anos de vida, com a SulAmérica como parceira. Então em de termos de investimento é isso. Envolveu contratação de gente, montagem de uma equipe que tem algo em torno de 20 profissionais, o uso de uma frequência que é o 92,1 e por aí vai.*

**Mensalmente quanto custa a rádio?**

R: Não sei te dizer com precisão porque esses custos são variáveis. Mas é uma rádio que não tem custo elevado, é bem abaixo da média das rádios FM e com a participação da SulAmérica e do espaço comercial que não é vedado a comercialização (só é vedada a comercialização de outras seguradoras). É uma rádio superativária desde o princípio.

**E a SulAmérica banca todo o custo? Se não tivesse patrocínio daria para manter a rádio?**

R: O investimento que a SulAmérica faz seria suficiente para manter. O que a rádio fatura extra SulAmérica também é suficiente para manter. Então ela consegue sobreviver - e bem – com esses dois investimentos.

**No exterior tem alguma rádio nesse modelo que tenha servido como base?**

R: Existem outras duas rádios com esse modelo de rádio trânsito o tempo todo. Uma nos EUA e outra no Japão. Mas a referência para brasileira foi criada por nós mesmos. Honestamente eu só tenho essa referência de que existe, não que eu tenha ouvido essas outras emissoras. Mas pelo que eu sei essas emissoras não têm a mesma característica. Tudo que a SulAmérica tem hoje no ar foi criado internamente.

**Esse estilo informal que a rádio tem foi surgindo naturalmente ou foi algo planejado?**

R: Desde o princípio nós sabíamos que a rádio teria que parecer simpática ao ouvinte para não se tornar chata. Então era notório que num primeiro momento a rádio parecesse chata uma vez que você divulgaria uma informação de que existia uma rádio falando apenas de trânsito. Então imagina para um cara que já está preocupado com o trânsito receber a informação de que uma rádio vai falar daquilo que é um problema um dele. Precisamos criar um modelo que soasse simpático para as pessoas. Por isso a idéia de colocar só mulheres na rua, uma linguagem coloquial. Tudo isso possibilitou que a gente se

*aproximasse mais da informalidade, não deixando que a rádio ficasse tão quadrada.*

### **As repórteres então foram de propósito?**

*R: Foi intencional para quebrar o paradigma de que mulher não tem uma relação muito bem equacionada com direção, para mostrar que isso é perfeitamente possível.*

### **Quantas repórteres ficam por aí?**

*R: A gente tem na rua rodando o tempo todo oito repórteres, mais uma exclusiva para o helicóptero. Então a gente tem 9 circulando pela cidade.*

### **E elas ficam mesmo nas zonas sul, norte, leste e oeste?**

*R: Sim. É uma divisão que respeita a importância do trânsito em determinados momentos do dia. É mais ou menos norte, sul, leste e oeste, com ênfase na Marginal do Rio Tietê – tem repórter que fica focada só na região da Marginal Tietê. É mais ou menos norte, sul, leste e oeste, mas dependendo do momento do dia isso pode mudar.*

### **Como é estabelecido o itinerário do dia?**

*R: É um itinerário de importância, de fluxo. De manhã, por exemplo, o fluxo da zona leste é para o centro. Então a gente a gente precisa priorizar o fluxo para o centro. À tarde a radial leste para o bairro. Corredor norte-sul é intenso o tempo todo então elas têm que passar. Marginal Tietê, das 6h00 às 23h00 nós temos gente circulando o tempo todo, porque qualquer coisa pode acontecer a qualquer minuto. A Bandeirantes tem um fluxo para Marginal de manhã e para Imigrantes a tarde. Então tudo respeita a rotina da cidade.*

### **Vocês compartilham as repórteres com as outras emissoras?**

*R: Em alguns momentos do dia as repórteres também ajudam as outras emissoras. Oportunamente, quando há necessidade, elas participam.*

**E sobre a participação dos ouvintes, como é feita a triagem?**

R: *A gente tem muita participação através dos mecanismos que a gente tem que é o portal de voz, e-mail e SMS. A gente condensa isso. São milhares de informações mesmo, muita coisa não vai ao ar, mas a gente ouve todos os portais de voz – são milhares por dia, mas a gente ouve e junta informações. Então não necessariamente o portal de voz é usado apenas quando você ouve a voz do ouvinte no ar. Aquela informação que foi dada e não foi ao ar, ela foi usada de alguma forma para que a gente pudesse falar sobre alguma coisa. Porque, por exemplo, eu tenho às vezes dez gravações ao mesmo tempo sobre o mesmo problema. Então eu não preciso colocar as dez. Eu coloco uma e aquilo representa a palavra de vários. É mais ou menos assim que funciona. É um trabalho intenso dentro do estúdio e fora do estúdio para poder juntar esse emaranhado de coisas.*

**Tem muito trote, muita informação falsa?**

R: *Muitíssimo pouco, quase não existe. Se a gente fosse comparar com as outras emissoras, a quantidade de trotes é mínima perto da densidade de informações que a gente tem.*

**Percebo que a rádio mais do que ouvintes acaba tendo fãs mesmo.**

R: *É. As pessoas são muito ligadas a rádio e não permitem que outras pessoas usem esse mecanismo para fazer algum tipo de sacanagem. As pessoas são realmente muito próximas da rádio.*

**Como surgiram as festas de final de ano que os ouvintes fazem?**

R: *A gente teve ao longo de dois anos e pouco da rádio, três festas organizadas pelos ouvintes. Eles se unem através de Orkut, de outros sites de relacionamento, viraram amigos e se organizam com esses eventos. A rádio não teve nenhuma influência nesses eventos, mas levou todo o contingente da rádio para participar. Isso é uma coisa muito legal e que não tem precedentes no rádio.*

**Agora vocês estão utilizando muito o Twitter. Como esse canal é alimentado? São os próprios repórteres?**

R: *Não. São os âncoras que acrescentam. O Twitter não tem a função de falar de lentidão. Ele fundamentalmente fala de ocorrências na cidade. Então tudo que é ocorrência que pode trazer algum tipo de problema para o trânsito a gente coloca no Twitter. Qualquer caminhão quebrado, qualquer colisão, ônibus imobilizado. Tudo isso vai para o Twitter. Só que ele é um canal ativo só por parte da rádio. Nós não abrimos o Twitter para que as pessoas coloquem informação lá porque nós perderíamos nossa característica. Isso porque as pessoas que fazem parte do Twitter não comentam apenas sobre trânsito. Então nós teríamos uma gama enorme de informações que não tem absolutamente nada a ver com trânsito. Então a gente tentou deixar o Twitter para que as pessoas recebam informações da rádio e possam compartilhar entre elas mesmas.*

**Como é a relação da rádio com a CET?**

R: *É uma relação que tem momentos bons e outros nem tão bons assim. Com os profissionais da CET nenhum problema. Nós nos damos muito bem com eles. Mas com a cúpula da CET a gente tem alguns problemas porque não concordamos com alguns pontos de vista da CET e deixamos muito claro isso. E a cúpula da CET também não gosta de algumas coisas que a gente faz e isso também fica muito claro. A gente não poupa críticas e também não poupa elogios quando eles são merecidos.*

**Muitas vezes vocês desmentem a CET, não é?**

R: *Nós estamos na rua, não é? Então sabemos o que está acontecendo. E nem sempre tem gente na rua fazendo aquilo que eles dizem que fazem.*

**E vocês têm acesso às câmeras?**

R: *A gente tem acesso a algumas câmeras. Algumas delas são da própria CET e existem algumas outras que estão surgindo agora que são nossas. Mas isso ainda é algo muito embrionário e que ainda não faz a diferença. Não tenho dúvida de que quando alguém tiver um volume de câmeras representativo será*



*possível mapear a cidade de forma muito melhor. Mas isso hoje ainda é um pouco ínfimo perto da necessidade que a cidade tem.*

### **Os ouvintes não pedem para colocar mais informação no site?**

*R: Sim. É que para se fazer um site que fosse informativo, teríamos que montar uma outra estrutura, porque é um negócio de muita responsabilidade você montar um site. O Twitter já foi um crescimento. Mas um site precisa ser melhor do que tudo que está aí, porque o nível de exigência do nosso ouvinte vai ser muito maior. Ele já tem a disposição o site da CET que é muito falho. Não adianta a gente criar algo que vai ser inferior àquilo que está aí. Então é algo que depende da gente sedimentar a ideia da rádio cada vez conquistar mais espaço e crescer e aí sim oferecer melhores condições. Hoje a gente não tem essa condição.*

### **Qual é o perfil do público padrão?**

*R: Ela é uma rádio que tem como perfil um público mais masculino, pessoas que variam entre 25 e 40 anos e das classes A e B. Muito taxista. A pesquisa que fizemos mostra que 60% dos taxistas ouvem a rádio, ou seja, cerca de 35 mil. É gente pra caramba. Muitos caminhoneiros, muitos profissionais liberais que andam pela cidade, muita gente que trabalha com entrega. Esse é basicamente o perfil dos ouvintes da rádio. Além desses tem também todo mundo que está buscando economizar um minuto no trânsito.*

### **Às vezes um ouvinte pede dicas de como chegar do ponto A para o ponto B. Como vocês pesquisam o trajeto? Vocês geralmente são tão precisos.**

*R: É que a gente geralmente condensa informação. A gente vai montando nosso próprio mapeamento. No estúdio nós temos um mapa em que vamos pintando não só os caminhos principais, mas os atalhos também. E diferentemente de outros veículos que só pegam a informação da CET, a gente tem no ouvinte e na reportagem um diferencial. Então a gente consegue juntar informações e ter a absoluta convicção de que tal coisa está acontecendo e de que tal coisa não está acontecendo. Então isso faz com que a gente tenha a*

*possibilidade de ter uma boa veracidade naquilo que a gente está colocando como informação.*

**Agora a pouco um ouvinte até comentou: “vai pela Bandeirantes, mas vai pela faixa da esquerda porque na da direita tem um caminhão”.**

*R: Há algumas características em algumas vias. Marginal do Rio Pinheiros na raia olímpica da USP a parte do muro da USP anda mais rápido do que do lado esquerdo. Isso é histórico. Na parte do Jóquei ela anda mais do lado esquerdo que do lado direito. Então são algumas características que a gente aprende com o tempo. A Bandeirantes é uma. Nas duas faixas da direita há um paredão de caminhões que não permite que os carros andem. Então as faixas da esquerda naturalmente vão andar melhor.*

**Então é possível já antecipar os problemas que vão ocorrer?**

*R: É, antecipar diante da ordem lógica das coisas. Não da ordem prática, porque no dia-a-dia as coisas mudam. Acontece um acidente com um caminhão, uma via estava indo muito bem e tem um acidente que muda completamente. Então nessas sazonalidades é que precisamos estar muito atentos para não cometer nenhum equívoco.*

**Então descontando os acidentes o trânsito é previsível?**

*R: É. Tirando os acidentes há uma previsibilidade. Não só pelos momentos, mas pelos acontecimentos. A chuva, o sol, o feriado, a proximidade do fim de semana ou do fim do dia. Tudo isso tem uma lógica.*

**E pra feriado, véspera e depois do feriado vocês fazem um esquema de trabalho especial?**

*R: A gente junta todas as emissoras do grupo. A Bandnews, a Bandeirantes e a SulAmérica se unem para informar sobre as ruas e as estradas. Então a gente entra em cadeia com as emissoras do grupo para poder informar bem sobre o que está acontecendo nos principais caminhos que levam os motoristas à estrada e depois que eles estiverem na estrada o que eles vão encontrar por lá.*

**E nos finais de semana e a noite, vocês passam principalmente música. Fica alguém de plantão para intervir caso alguma coisa aconteça?**

R: *A rádio hoje fica operante das 5 horas da manhã até às 2 horas da manhã. Temos esse intervalo de 3 horas que a gente fica só com a música, mas com informações principalmente sobre interdições. É muito importante a gente informar sobre algumas interdições que acontecem de madrugada. As pessoas não têm esse costume de se informar antes, então de 15 em 15 minutos entram informações sobre tudo que está interditado na capital. É uma informação gravada e ao vivo das 5h da manhã às 2h da manhã.*

**E como é a recepção do público para parte musical? Porque esse também foi um ponto que me chamou a atenção porque era legal.**

R: *A idéia era fazer uma rádio qualificada, adulta e isso tem se mostrado muito legal. A gente tem um público muito fiel também em relação à programação musical.*

**Por que vocês não conseguem a liberação para a Voz do Brasil?**

R: *É uma coisa que vai além das nossas possibilidades de discussão. A Voz do Brasil é algo que foi retirada das rádios FM de São Paulo por conta de uma liminar na década de 80 para 90 e da qual essa frequência que fazemos uso (que é o 92,1) não tem essa liminar. Então é uma processo burocrático e que vai além da nossa capacidade. Fica mais num patamar jurídico e que é claro, continua sendo tentado para que a gente possa vir a ter esse privilégio também.*

**E o que estabelece o horário que vai ser transmitido?**

R: *É, de repente, o nível de congestionamento da cidade. A gente tem alguns parâmetros que fazem com que a gente decida se vale a pena derrubar ou não derrubar.*

**Então vocês têm autonomia nesse sentido?**

R: *É uma prerrogativa que temos, mas que fazemos questão de não abusar demais.*

**O pessoal que não vai para o ar fica reclamando?**

R: *Nem se o dia tivesse cem horas conseguiríamos colocar todo mundo. Só no dia do “Apagão” a gente teve seis mil minutos de gravações durante quatro horas. Então seis mil minutos significa cinco dias colocando só o Portal de Voz no ar, sem ninguém falar uma palavra. Então não adianta, porque não haveria essa possibilidade. Mas as pessoas precisam também se sentir representadas por aquilo. Se não entrou a gravação de A, B ou C, se a informação que ela queria dar foi ao ar, o papel está cumprido. Então é nisso que o ouvinte precisa ter atenção, e eu entendo que ele tem esse cuidado de perceber quando a informação foi para o ar. Eu não sinto que as pessoas vão para o ar querendo aparecer. Elas vão para o ar querendo informar. Por isso tem gente de toda natureza, de toda raça e classe social que participa e não se sente melindrado, pelo menos na nossa percepção, a ponto de deixar de ouvir a rádio por causa disso.*

**E os ouvintes mais constantes? Tinha uma época em que um tal de “Thiago fotógrafo” participava todo dia.**

R: *Tem muitos ouvintes que estão com a gente desde o primeiro dia, participam de fóruns de discussão, de sites de relacionamento e que sempre estão conosco. Essa é uma característica da rádio. Isso é muito legal. O ouvinte dessa rádio é muito fiel.*

**E o estúdio?**

R: *Bom, o estúdio é isso aqui. Não tem muito aparato. O Robson, que está no ar agora, controla três computadores. Um deles é onde ele pega as informações. Nesse momento ele está lendo as notícias do dia. Os outros dois computadores são redundantes – se um quebrar o outro está funcionando. Toda essa parte de trilhas sonoras e comercial também é operada por ele. Desse outro lado aqui o Caio fica na coordenação, ou seja, é ele quem coloca os repórteres no ar, que pega o Portal de Voz para soltar e já salva na máquina em que o Robson está, é ele quem fala de estradas. Muitas vezes é ele quem*

*pega as informações sobre as estradas. É uma junção. Os dois são complementares, por isso é fundamental que eles tenham entrosamento num nível tal que eles possam nunca deixar o ouvinte sem informação.*

### **Quem faz a triagem? O Caio também?**

*R: Depende do horário. Dependendo do horário tem mais gente aqui fora e nesse caso a triagem é feita por eles também. Mas é importante que quem esteja no ar faça o Portal de Voz, porque ele está ouvindo o que está acontecendo. Aí é fundamental que essa pessoa tenha bastante atenção. Ouviu que tem um determinado problema, ele vai buscar o Portal de Voz que fale daquele problema.*

### **E Google Maps, vocês usam?**

*R: A gente usa muito Google Maps para buscar caminho. Só informação de trânsito do Google Maps que não é tão lícita assim. Ainda é uma parte muito frágil. E é legal que eles também usam muita informação da gente.*

### **E como é o espelho da rádio?**

*R: O espelho de uma hora da rádio é muito parecido. A gente tem sempre nos mesmos horários as mesmas coisas. Então tem abertura de hora, o tempo, Giro de Repórter, sempre a cada dez minutos temos intervalos comerciais. Os Giros de Repórter sempre acontecem na abertura da hora, no minuto cinco, depois no vinte, no minuto trinta e cinco, no minuto cinqüenta. Estradas, sempre nos minutos quinze e quarenta e cinco. Principais corredores de São Paulo, sempre depois das estradas. Participação dos ouvintes, sempre em todos os buracos que surgem. Ou seja, para colocar SMS, Portal de Voz e e-mail. E por aí vai.*

**ANEXO B - Áudios**

Faixas 1 a 7: gravações da rádio SulAmérica Trânsito citados no texto.

Faixa 10: íntegra da entrevista com Ronald Gimenez (vide anexo A).