



Serviço Público Federal
Ministério da Educação
Fundação Universidade Federal de Mato Grosso do Sul



**UNIVERSIDADE FEDERAL DE MATO GROSSO DO SUL
FACULDADE DE ARTES, LETRAS E COMUNICAÇÃO
CURSO DE JORNALISMO**

**Retrato All News - registro do encerramento das transmissões da Rádio
CBN em Campo Grande (MS)**

Gerson Jorge Wassouf Filho

Campo Grande (MS)
Maio/ 2026

FACULDADE DE ARTES, LETRAS E COMUNICAÇÃO

Cidade Universitária, s/nº - Bairro Universitário
79070-900 - Campo Grande (MS)
Fone: (0xx67) 3345-7607 <http://www.ufms.br>
<http://www.jornalismo.ufms.br> / jorn.faalc@ufms.br



Serviço Público Federal
Ministério da Educação
Fundação Universidade Federal de Mato Grosso do Sul



Retrato All News - registro do encerramento das transmissões da Rádio CBN em Campo Grande (MS)

GERSON JORGE WASSOUF FILHO

Relatório apresentado como requisito parcial para aprovação na Componente Curricular Não Disciplinar (CCND) Trabalho de Conclusão de Curso (TCC) do Curso de Jornalismo da Faculdade de Artes, Letras e Comunicação (FAALC) Universidade Federal de Mato Grosso do Sul (UFMS).

FACULDADE DE ARTES, LETRAS E COMUNICAÇÃO

Cidade Universitária, s/nº - Bairro Universitário
79070-900 - Campo Grande (MS)
Fone: (0xx67) 3345-7607 <http://www.ufms.br>
<http://www.jornalismo.ufms.br> / jorn.faalc@ufms.br



Serviço Público Federal
Ministério da Educação
Fundação Universidade Federal de Mato Grosso do Sul



Orientador (a): Prof. Dra. Daniela Ota

Página reservada à colocação da ATA da banca de defesa

FACULDADE DE ARTES, LETRAS E COMUNICAÇÃO

Cidade Universitária, s/nº - Bairro Universitário
79070-900 - Campo Grande (MS)
Fone: (0xx67) 3345-7607 <http://www.ufms.br>
<http://www.jornalismo.ufms.br> / jorn.faalc@ufms.br



AGRADECIMENTOS

Agradeço, primeiramente, a Deus, por me guiar e fortalecer durante toda a trajetória acadêmica e aos meus pais Gerson e Fatinha e a minha irmã Raquel, pelo apoio e carinho durante todo o curso.

Aos meus orientadores e professores, pelo conhecimento compartilhado e pelas orientações fundamentais.

Aos colegas e amigos que incentivaram a conclusão deste trabalho, tornando possível a realização desta pesquisa e a todos os profissionais da rádio, que diariamente, contribuem para a disseminação da informação e cultura.



SUMÁRIO

Resumo	06
Introdução	07
1. Atividades desenvolvidas	09
1.1 Execução	09
1.2 Dificuldades encontradas	11
1.3 Objetivos alcançados	11
2. Suportes teóricos adotados	13
2.1 O surgimento dos podcasts	14
2.2 Seleção das fontes	23
2.3 Captação e gravação	23
2.4 Estrutura e minutagem	24



Serviço Público Federal
Ministério da Educação

Fundação Universidade Federal de Mato Grosso do Sul



Considerações finais	25
Referências	26
Apêndice A	28



RESUMO: O presente trabalho tem como objetivo registrar a última fase de implantação da Rádio CBN em Campo Grande, Mato Grosso do Sul, por meio da produção de um podcast jornalístico. A pesquisa parte da compreensão das transformações do rádio na contemporaneidade, especialmente diante do avanço das tecnologias digitais e do processo de multiplataformização, que ampliou as formas de produção, distribuição e consumo de conteúdo radiofônico. Para isso, foi realizada uma revisão teórica sobre rádio expandido, convergência midiática e podcast, com base em autores como Kischinhevsky (2016), Jenkins (2009) e Fidler (1997), além da análise do contexto local a partir da dissertação de Patrícia dos Santos Belarmino Galeano (2026); que contribuiu para a compreensão das três fases da emissora em Campo Grande. A metodologia adotada envolveu pesquisa bibliográfica, análise documental e produção de um produto experimental em áudio, com entrevistas realizadas com profissionais que atuaram na emissora, gestores e ouvintes. O podcast, com duração de 17 minutos e 1 segundo, apresenta uma narrativa jornalística que reconstrói a trajetória da CBN Campo Grande, destacando sua implantação, consolidação e encerramento em 2025. Como resultado, o trabalho evidencia que o rádio permanece relevante na era digital, ao se adaptar às novas plataformas e linguagens, e reforça o potencial do podcast como ferramenta de registro histórico e de produção jornalística contemporânea.

Palavras-chave: CBN Campo Grande; História; Grupo RCN; Rádio; Podcast.



INTRODUÇÃO

Uma pesquisa realizada pela Kantar IBOPE Media (2025) aponta que 28% dos brasileiros afirmam que a possibilidade de escutar rádio online modificou a forma de consumo do meio. Esse cenário contribuiu para um crescimento de 186% no consumo de rádio via internet entre 2019 e 2021.

Esses dados evidenciam a capacidade de adaptação do rádio às transformações tecnológicas e às novas dinâmicas de consumo midiático. Nesse contexto, o jornalismo também se reconfigura, buscando novas formas de distribuição de conteúdo e de aproximação com o público. Ainda de acordo com a pesquisa, os dispositivos mais utilizados para o consumo de rádio online são smartphones e tablets (57%), seguidos por desktops e notebooks (35%) e outros aparelhos (14%).

Em relação ao perfil dos ouvintes, observa-se uma maior proximidade com a tecnologia: 71% afirmam gostar de se manter atualizados sobre inovações tecnológicas, enquanto 59% consideram que as compras online facilitam o cotidiano. Esses dados indicam que, mesmo com as mudanças no ambiente midiático, o rádio permanece relevante, adaptando-se às novas demandas da audiência.

É nesse cenário de transformação que a Rádio CBN (Central Brasileira de Notícias) foi implantada, pela última vez em Campo Grande, em 2017, por meio de uma parceria entre o Grupo RCN de Comunicação e o Sistema Globo de Rádio, consolidando na capital sul-mato-grossense o modelo *all news*, caracterizado pela produção jornalística contínua ao longo de 24 horas.

De acordo com Gomes e Dos Santos (2017), a CBN representou um marco no radiojornalismo brasileiro ao introduzir no país o formato *all news*, inspirado no modelo norte-americano. A estrutura em rede nacional permitiu à emissora ampliar seu alcance e consolidar sua identidade como veículo voltado exclusivamente à informação.

Em Campo Grande, a emissora operou na frequência 93,7 FM e também esteve presente no ambiente digital, por meio de transmissões online, redes sociais e plataformas de vídeo, configurando-se como um exemplo de rádio inserido no processo de multiplataformização. Ao longo de sua trajetória, destacou-se como uma das principais referências de radiojornalismo *all news* no estado de Mato Grosso do Sul. Entretanto, estudos recentes apontam que a trajetória da emissora pode ser compreendida a partir de diferentes fases de desenvolvimento. Nesse sentido, a pesquisa de Patrícia dos Santos Belarmino



Galeano (2026), desenvolvida no âmbito do Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Universidade Federal de Mato Grosso do Sul, oferece importante contribuição ao sistematizar essas etapas e analisar as transformações estruturais, editoriais e mercadológicas da CBN Campo Grande. A autora identifica que, em sua fase final, a emissora passou por mudanças significativas que culminaram no encerramento de suas atividades em março de 2025.

Após o fim da parceria com a rede CBN, a emissora foi substituída pela rádio RC Massa FM, evidenciando uma mudança estratégica do Grupo RCN de Comunicação diante das dinâmicas do mercado regional e das demandas do público.

Diante desse contexto, o presente trabalho tem como objetivo analisar a última fase da CBN Campo Grande, com ênfase em seu processo de multiplataformização e nas transformações ocorridas em sua estrutura e funcionamento. Busca-se compreender de que forma a emissora articulava diferentes plataformas de produção e distribuição de conteúdo, bem como os fatores que contribuíram para o encerramento de suas atividades.

Como produto final, propõe-se a elaboração de um podcast, com caráter documental e narrativo, que registra a trajetória da emissora em sua fase final. O podcast tem como finalidade apresentar, de forma acessível e alinhada às novas linguagens da comunicação digital, os principais aspectos históricos, estruturais e jornalísticos da CBN Campo Grande, contribuindo para a preservação da memória do radiojornalismo no estado.



1 ATIVIDADES DESENVOLVIDAS

Inicialmente, foi realizada pesquisa sobre a história do rádio no Brasil, com o objetivo de compreender a evolução desse importante meio de comunicação e sua relevância social e cultural. Em seguida, foram analisadas as transformações ocorridas no rádio com o avanço da tecnologia, especialmente a utilização da internet e o processo de multiplataformização das emissoras.

Também foram desenvolvidas atividades de levantamento e organização de informações sobre a atuação da Rádio CBN em Campo Grande, destacando sua programação, funcionamento e importância para a comunicação local. Além disso, foi realizada análise das mudanças ocorridas no cenário radiofônico da cidade, incluindo a substituição da Rádio CBN pelo Grupo RCN de Comunicação, ocorrida em março de 2025, fato que marcou uma nova fase na comunicação local.

As informações coletadas foram analisadas, organizadas e registradas de forma sistemática, contribuindo para a construção deste relatório e para a compreensão das transformações ocorridas no sistema de comunicação radiofônica.

1.1 Execução

A execução das atividades ocorreu por meio de pesquisas bibliográficas, consultas a fontes de informação digitais, materiais disponíveis em livros, artigos, além da análise de conteúdos relacionados ao funcionamento das emissoras de rádio. Foram realizadas leituras sobre a história do rádio no Brasil, sua evolução tecnológica e as transformações ocorridas com o avanço da internet e do processo de multiplataformização das emissoras.

Também foram desenvolvidas atividades de levantamento e análise de informações sobre a implantação e funcionamento da Rádio CBN em Campo Grande, bem como sua atuação no cenário da comunicação local.

Durante a essa execução foi realizada investigação sobre as mudanças ocorridas no sistema de radiodifusão da cidade, destacando-se a substituição da Rádio CBN pela Rede de Comunicação RCN, ocorrida em março de 2025, fato que representou um importante contexto da comunicação regional.

As atividades foram desenvolvidas de forma gradual, permitindo a construção do conhecimento e a elaboração do presente relatório. O Podcast tem a duração de 17 minutos e 1 segundo. As fontes são entrevistas realizadas com pessoas centrais da Emissora, como o



Diretor Executivo, Jornalista e chefe da Redação, Jornalista parte da equipe há 5anos e um ouvinte.

A produção do podcast proposto neste trabalho foi desenvolvida ao longo de um período de 30 dias, contemplando as etapas de planejamento, definição de fontes, captação de entrevistas, gravação de offs (narração), edição e finalização do material. O processo seguiu uma lógica de produção jornalística multiplataforma, alinhada às transformações do rádio contemporâneo e às práticas de narrativa sonora digital. (Vide Apêndice).

Inicialmente, foi realizada a definição do recorte temático, com foco na última fase da Rádio CBN Campo Grande e seu processo de encerramento, conforme discutido na pesquisa de Patrícia dos Santos Belarmino Galeano. A partir desse referencial, foram selecionadas fontes que pudessem contribuir com diferentes perspectivas sobre o objeto de estudo, incluindo gestão, produção jornalística e recepção do público.

1.1.1 Seleção das fontes

Ao todo, foram utilizadas quatro fontes principais, escolhidas com base em critérios de relevância, diversidade de pontos de vista e proximidade com o objeto pesquisado:

- Estêvão Congro – Diretor-executivo do Grupo RCN de Comunicação, responsável por decisões estratégicas, incluindo o encerramento da parceria com a CBN; Entrevista realizada em 29/04/2026;
- Christiane Reis – Chefe de redação à época, contribuindo com a visão editorial com o término da emissora; Entrevista realizada em 16/05/2026;
- Isabelly Melo – Jornalista que atuou na emissora desde o estágio, trazendo a perspectiva interna da redação; Entrevista realizada em 13/05/2026; e
- Vagner Virme – Ouvinte assíduo da rádio, representando a recepção do público e o impacto do encerramento da emissora. Entrevista realizada em 06/05/2026.

Além dessas fontes, a construção narrativa do podcast também foi fundamentada em dados e análises presentes na dissertação de Galeano (2025), que contribuiu especialmente para a compreensão das fases da emissora e do contexto de sua descontinuidade. A pesquisadora se negou a gravar áudio e a participar do podcast. Desta forma, foram utilizados os dados de pesquisa da dissertação, porém a participação da mesma não foi possível.



1.1.2 Captação e gravação

A captação de áudio foi realizada integralmente por meio de dispositivos móveis (smartphones), estratégia que se alinha às práticas contemporâneas de produção jornalística digital, marcadas pela mobilidade e pela flexibilidade técnica.

Parte das entrevistas foi gravada de forma síncrona, por meio de chamadas de áudio, enquanto outros trechos foram obtidos de forma assíncrona, via aplicativo de mensagens (WhatsApp), recurso amplamente utilizado no jornalismo atual para coleta de depoimentos.

Os offs (narração do podcast) foram roteirizados previamente e gravados em ambiente controlado, com o objetivo de garantir clareza sonora e padronização do conteúdo narrativo. A edição foi realizada com foco na construção de uma narrativa fluida, intercalando trechos de entrevistas, narração, trilhas sonoras e elementos de ambientação.

1.1.3 Estrutura e minutagem

O podcast finalizado apresentou duração total entre 17 minutos e 1 segundo, estruturado de forma a conduzir o ouvinte por uma narrativa progressiva, combinando contextualização histórica, relatos de bastidores e análise crítica.

A organização do conteúdo seguiu uma lógica de storytelling jornalístico, buscando não apenas informar, mas também envolver o ouvinte por meio de uma construção narrativa dinâmica e imersiva.

1.2 Dificuldades encontradas

Durante o desenvolvimento do presente relatório, algumas dificuldades foram encontradas, principalmente relacionadas à obtenção de informações detalhadas sobre o processo de implantação da emissora e a necessidade de buscar dados atualizados sobre as mudanças ocorridas no sistema de comunicação. Mudanças essas que ocorreram com a substituição da CBN pela Central de Comunicação RCN, ocorrida em março de 2025, por se tratar de um fato recente, ainda com poucas informações sistematizadas disponíveis para consulta.

Também foi necessário selecionar e organizar as informações detalhadas de forma clara e objetiva, considerando a diversidade de conteúdos disponíveis sobre o tema.



As entrevistas foram reduzidas pois algumas fontes se negaram a participar, como foi o caso da jornalista e pesquisadora Patrícia dos Santos Belarmino Galeano. Ela indicou que todos os dados estavam na dissertação e que não poderia fazer as gravações em áudio.

1.3 Objetivos alcançados

Os objetivos propostos foram alcançados de forma satisfatória, uma vez que foi possível registrar informações relevantes sobre a última implantação da Rádio CBN em Campo Grande, destacando sua importância para a comunicação local e regional. O trabalho possibilitou compreender a evolução do rádio, as transformações ocorridas com o avanço da tecnologia e o processo de adaptação das emissoras ao ambiente digital.

Além disso, foi possível identificar e registrar as mudanças ocorridas no cenário da comunicação da cidade, especialmente a substituição da Rádio CBN pela Rede de Comunicação RCN, fato que marcou uma nova etapa no sistema de radiodifusão local.

O desenvolvimento deste relatório contribuiu para ampliar o conhecimento sobre o funcionamento das emissoras de rádio e sobre as transformações ocorridas na comunicação contemporânea.



2 SUPORTES TEÓRICOS ADOTADOS

O presente relatório fundamenta-se em diferentes aportes teóricos que permitem compreender as transformações do rádio no contexto da convergência digital, bem como analisar o caso específico da CBN Campo Grande a partir de uma perspectiva histórica e estrutural.

Primeiramente dissertarei sobre a História do rádio no Brasil, bem como sobre outros estudos relacionados ao rádio. Após colocarei as atividades desenvolvidas. Pode ficar um pouco extenso esse parágrafo, mas penso que seja de suma importância essa rememoração da trajetória do rádio no Brasil.

Os primeiros momentos do rádio no Brasil foram entre 1922 e 1923. Em 7 de setembro de 1922 foi realizada a primeira experiência radiofônica na Exposição Internacional do Rio de Janeiro, que comemorava o centenário da independência do Brasil e foi marcada por transformações tecnológicas, sociais e culturais que o consolidaram como um dos principais meios de comunicação de massa¹. Por meio de 80 receptores, o público pode ouvir o discurso do presidente Epitácio Pessoa além de trechos da Ópera O Guarany, de Carlos Gomes, que estava sendo executada no Teatro Municipal (Ferrareto, 2013).

Para o autor, ao contrário do que aconteceu a partir de 1930, o rádio chegava ao Brasil em um primeiro momento, sem interesses predominantemente políticos e econômicos. As emissões tinham pretensões educativas, culturais e puramente informativas.

Na ocasião, a população pôde ouvir o discurso do então presidente Epitácio Pessoa por meio de alto-falantes instalados em pontos estratégicos da cidade. Esse evento marcou simbolicamente o início da radiodifusão brasileira (Lopes, 2010). Pouco tempo depois, em **1923**, foi fundada a **Rádio Sociedade do Rio de Janeiro**, idealizada por Edgar Roquette-Pinto e Henrique Morize. Com caráter inicialmente educativo e cultural, a emissora não possuía fins lucrativos e era sustentada por contribuições dos associados. Roquette-Pinto defendia que o rádio deveria servir como instrumento de educação e integração nacional, disseminando conhecimento e cultura em um país ainda marcado por altas taxas de analfabetismo e profundas desigualdades regionais (Ortriwano, 1985).

A partir da década de 1930, o rádio ganhou maior popularidade e passou a ser explorado também de maneira comercial, com a inserção das primeiras propagandas

¹ A primeira transmissão de rádio foi realizada em 1919, em Recife. A data é reconhecida pela Associação Brasileira de Pesquisadores em História da Mídia (Alcar). Maiores detalhes, cf. <https://revistaseletronicas.pucrs.br/revistafamecos/article/view/40142/27006>.



radiofônicas em 1932. Esse processo alterou profundamente o perfil da programação e possibilitou o surgimento das grandes emissoras nacionais. Nesse período, o governo de Getúlio Vargas percebeu o potencial do meio e utilizou o rádio como ferramenta política, transformando-o em um instrumento de integração e propaganda oficial. Paralelamente, consolidou-se a chamada **era de ouro do rádio brasileiro**, marcada pelo surgimento das radionovelas, programas de auditório, transmissões esportivas e humorísticos, que conquistaram milhões de ouvintes em todo o país (Zuculoto, 2012).

Com a chegada da televisão, a partir da década de 1950, o rádio perdeu parte de seu protagonismo no entretenimento. Entretanto, longe de desaparecer, o meio soube se reinventar. As emissoras passaram a investir em conteúdos segmentados, como notícias, jornalismo e música, explorando sua característica principal: a instantaneidade. O rádio tornou-se cada vez mais presente no cotidiano dos brasileiros, acompanhando-os em diferentes contextos, especialmente no trabalho e no trânsito (Meditsch, 2001). Entre as décadas de 1970 e 1990, o desenvolvimento tecnológico trouxe novos rumos para o rádio.

A popularização da **frequência modulada (FM)** melhorou significativamente a qualidade sonora, favorecendo principalmente as rádios musicais, enquanto as emissoras em **amplitude modulada (AM)** se consolidaram como espaços voltados ao jornalismo, ao esporte e à prestação de serviços. Nesse período, o rádio reafirmou sua relevância social, mantendo-se como um dos meios de maior alcance no território nacional (Lopes, 2010).

2.1 O surgimento dos podcasts

A partir da década de 1990, com o avanço da internet e das tecnologias digitais, o rádio passou a experimentar uma nova fase de expansão e reconfiguração. O surgimento das **rádios online** e, posteriormente, dos **podcasts**, abriu caminho para novas formas de produção e distribuição de conteúdo. Além disso, as emissoras tradicionais passaram a utilizar **redes sociais, aplicativos e sites** como estratégias de aproximação com os ouvintes, transformando-se em plataformas multimídia. Esse processo, conhecido como **plataformização do rádio**, evidencia a adaptação do meio às exigências da cultura digital e ao consumo multiplataforma (Jenkins, 2009; Zuculoto, 2012).

Assim, observa-se que a história do rádio no Brasil reflete um movimento contínuo de adaptação e inovação. Da função educativa e cultural dos anos 1920 à consolidação como entretenimento de massa nas décadas seguintes, e, mais recentemente, à



expansão digital, o rádio mantém sua relevância ao reinventar-se diante de cada transformação tecnológica. Nesse contexto, o rádio contemporâneo vem expandindo suas fronteiras para além das ondas sonoras, assumindo características próprias de um meio multiplataforma.

A trajetória da CBN em Campo Grande pode ser compreendida a partir de três fases distintas, marcadas por mudanças de gestão, estratégias de mercado e transformações no próprio ecossistema do radiojornalismo. Essa periodização permite observar como um modelo consolidado nacionalmente — o *all news* — enfrentou desafios específicos no contexto regional sul-mato-grossense.

A primeira fase tem início em 1995, quando a então Rádio Difusora Pantanal passou a integrar a rede CBN, adotando inicialmente o nome CBN Morena. Posteriormente, a emissora foi rebatizada como CBN Pantanal, em referência ao bioma característico da região. Nesse período, a programação ainda mesclava conteúdos jornalísticos e musicais, o que indicava uma adaptação inicial ao formato *all news*. Com o tempo, houve investimentos significativos em estrutura e equipe, incluindo unidades móveis e ampliação do quadro de funcionários, o que levou a emissora a um momento de destaque local (Ota, 2001). Ainda assim, dificuldades econômicas comprometeram a sustentabilidade do projeto, levando ao encerramento das atividades em 2005 (Lima; Ota, 2018).

A segunda fase corresponde ao período em que parte da emissora passou a ser administrada pela empresária Rosa Pedrossian, embora haja escassez de registros precisos sobre datas e detalhes dessa transição. Mesmo com investimentos e crescimento operacional, essa etapa também não conseguiu garantir a continuidade do modelo *all news* na capital, reforçando a percepção de fragilidade econômica desse formato no mercado local.

Já a terceira fase representa a experiência mais recente e estruturada da CBN em Campo Grande, iniciada em 1º de dezembro de 2017. Diferentemente das anteriores, essa etapa foi conduzida pelo Grupo RCN de Comunicação, sediado em Três Lagoas, o que trouxe uma lógica de expansão regional e integração midiática. A emissora passou a operar em frequência modulada (FM), acompanhando o processo nacional de migração do AM para o FM, regulamentado pelo Decreto nº 8.139/2013. Esse movimento foi interpretado como uma oportunidade de reposicionamento do rádio, tanto em termos tecnológicos quanto de mercado (Del Bianco, *apud* Galeano, 2025).

A decisão de implantar uma emissora *all news* em Campo Grande partiu da identificação de uma lacuna no mercado local. Segundo Rosário Congro Neto (2021, *apud*



Galeano, 2025), a proposta buscava atender à demanda por uma rádio exclusivamente jornalística, com foco em prestação de serviço e informação contínua. “Nós fizemos uma opção em plantar uma rádio só de notícias em Campo Grande porque verificamos que o mercado carecia uma emissora [...] 100% noticiosa” (Congro Neto, 2021). A autora sustenta, ainda, que a iniciativa também tinha caráter estratégico, permitindo ao grupo expandir sua atuação para a capital do estado.

Do ponto de vista operacional, a implantação da emissora exigiu a construção de uma estrutura praticamente do zero, incluindo infraestrutura técnica e formação de equipe. Um dos principais desafios foi a constituição de um corpo profissional alinhado às exigências do radiojornalismo contemporâneo, especialmente no contexto de convergência midiática. Nesse cenário, consolidou-se a figura do jornalista multimídia, responsável por múltiplas funções, como apuração, produção, edição e distribuição de conteúdo em diferentes plataformas (Lopez, 2010).

A rotina produtiva da CBN Campo Grande refletia esse modelo convergente. Os profissionais atuavam simultaneamente no rádio, no site, em vídeos e, em alguns casos, em produtos impressos do grupo. Conforme observado por Salaverría, Avilés e Masip (2008, *apud* Galeano, 2025), esse tipo de convergência busca ampliar a circulação de conteúdos e atingir audiências em múltiplos canais, embora frequentemente resulte em sobrecarga de trabalho. Relatos de profissionais indicam que essa dinâmica impactava diretamente a profundidade da apuração jornalística, limitando, em alguns casos, a produção de conteúdos mais elaborados.

No que se refere ao conteúdo, a programação local ocupava cerca de 20% da grade total, sendo o restante preenchido por transmissões da rede nacional. O principal produto local era o radiojornal “CBN Campo Grande”, com aproximadamente duas horas e meia de duração diária. A linha editorial priorizava temas como política, economia e agronegócio, além de conteúdos de prestação de serviço. A valorização da informação de proximidade foi um dos pilares da emissora, alinhando-se ao entendimento de que o rádio local se fortalece pela conexão direta com o cotidiano da audiência (Peruzzo, 2003; Comassetto, 2007).

Nesse sentido, a produção jornalística buscava estabelecer vínculos com a realidade regional, priorizando pautas que impactassem diretamente a vida da população. A proximidade, enquanto valor-notícia, foi determinante na definição dos conteúdos, reforçando



a identidade local da emissora e sua relevância junto ao público (Fernandes, 2014, *apud* Galeano, 2025).

Apesar dos avanços estruturais e editoriais, a terceira fase da CBN em Campo Grande também enfrentou desafios significativos. Entre eles, destacam-se as dificuldades de sustentabilidade econômica, a limitação do mercado publicitário local para um modelo exclusivamente jornalístico e as tensões relacionadas à linha editorial da programação nacional. Esses fatores contribuíram para o encerramento das atividades da emissora em 8 de março de 2025, após sete anos de operação.

O fim da CBN Campo Grande evidencia as complexidades de implementação e manutenção do modelo *all news* em contextos regionais. Ainda que consolidado em nível nacional, o formato enfrenta limitações quando inserido em mercados locais com características econômicas, políticas e culturais específicas. Assim, a experiência da emissora na capital sul-mato-grossense não apenas registra uma tentativa de consolidação do radiojornalismo contínuo, mas também revela os desafios estruturais que permeiam o setor.

O rádio, desde sua consolidação como meio de comunicação de massa, atravessa sucessivas transformações tecnológicas que redefinem suas formas de produção, circulação e consumo. No século XXI, com a consolidação da internet, esse processo se intensifica e desloca o rádio de uma lógica centrada exclusivamente nas ondas hertzianas para um ambiente digital convergente e dinâmico.

De acordo com Kischinhevsky (2016), a digitalização iniciada a partir da década de 1990 promoveu mudanças profundas no ecossistema radiofônico, impactando desde a produção até a recepção dos conteúdos. O rádio passa, então, a ocupar múltiplos espaços, incluindo sites, redes sociais, aplicativos móveis e plataformas de streaming, configurando-se como um meio expandido.

O rádio é hoje um meio de comunicação expandido, que extrapola a transmissão de ondas hertzianas [...] tem novos companheiros que permitem não apenas a escuta em múltiplos ambientes e temporalidades, mas também a produção, a edição e a veiculação de áudios com agilidade crescente e muitas vezes sem fronteiras (Kischinhevsky, 2016, p. 7).

Essa transformação está diretamente relacionada ao conceito de convergência midiática, desenvolvido por Jenkins (2009), segundo o qual os conteúdos circulam por diferentes plataformas, adaptando-se às linguagens e dinâmicas específicas de cada uma. Nesse cenário, o rádio não desaparece, mas se reinventa, em consonância com a noção de



midiamorfose proposta por Fidler (1997), que compreende os meios como estruturas em constante transformação.

Inicialmente, a presença do rádio na internet ocorreu por meio da simples reprodução da programação tradicional em formato de streaming (Prata, 2009). No entanto, com o avanço das tecnologias digitais, essa lógica evoluiu para um modelo mais complexo, conhecido como rádio expandido, caracterizado pela integração de múltiplas linguagens, como áudio, texto, imagem e vídeo (Kischinhevsky, 2016).

É nesse contexto que se insere o conceito de multiplataformização do rádio. Trata-se de um processo em que o conteúdo radiofônico deixa de estar restrito a um único canal de transmissão e passa a circular simultaneamente em diferentes plataformas, ampliando seu alcance e potencial de interação. Além disso, a multiplataformização responde a uma mudança significativa no comportamento da audiência, que deixa de ser passiva e assume um papel ativo na produção e circulação de conteúdos, reforçando a cultura participativa (Jenkins, 2009).

Na prática, a multiplataformização envolve a adaptação de um mesmo conteúdo para diferentes formatos e suportes. Isso implica mudanças estruturais nas rotinas produtivas das emissoras, que passam a operar de forma integrada, articulando texto, áudio e vídeo em um fluxo contínuo de informação. Assim, o rádio contemporâneo assume características híbridas, consolidando-se como um agente central no ecossistema da comunicação digital (Kischinhevsky, 2016).

A análise da CBN Campo Grande permite observar, de forma concreta, como o processo de multiplataformização se materializa no contexto regional. A emissora, vinculada ao Grupo RCN de Comunicação, adotava uma estratégia integrada de distribuição de conteúdo, articulando diferentes plataformas de forma complementar.

No eixo central dessa estrutura estava a transmissão ao vivo pelo dial FM, que permanecia como o núcleo da produção jornalística. Era nesse ambiente que se desenvolviam os principais conteúdos, como radiojornais, entrevistas, boletins e comentários da rede nacional. Contudo, diferentemente do modelo tradicional, esse conteúdo não se encerrava na transmissão sonora.

A partir da programação exibida no rádio, iniciava-se um processo de reconfiguração do conteúdo para o ambiente digital. As pautas abordadas no radiojornal eram convertidas em textos jornalísticos e publicadas no portal de notícias do grupo. Entrevistas realizadas ao vivo eram transformadas em matérias escritas, enquanto trechos de debates e



comentários ganhavam novas versões em formato multimídia, frequentemente acompanhadas por áudios e vídeos incorporados às reportagens.

Paralelamente, a emissora utilizava as redes sociais como espaço de ampliação e interação. Parte da programação era transmitida ao vivo em plataformas digitais, permitindo que o público não apenas ouvisse, mas também assistisse ao conteúdo. Essa estratégia aparece, inclusive, na própria estrutura do último Jornal CBN Campo Grande, quando o apresentador informa que a programação estava disponível “ao vivo, com imagens” na internet, evidenciando a integração entre rádio e vídeo.

Nessas transmissões, o público podia interagir em tempo real, enviando comentários e perguntas, muitas vezes incorporados à dinâmica do programa. Esse aspecto reforça a lógica da cultura participativa, na qual o ouvinte assume papel ativo na construção do conteúdo jornalístico (Jenkins, 2009).

Outro elemento fundamental da multiplataformização na emissora era a disponibilização de conteúdos sob demanda. Entrevistas, quadros e debates eram recortados e publicados posteriormente em ambientes digitais, permitindo que o público acessasse o material fora do horário original de exibição. Esse modelo dialoga diretamente com as novas formas de consumo midiático, marcadas pela flexibilidade e pela personalização da experiência.

Além disso, a interação com o público era estimulada por meio de aplicativos de mensagens, especialmente o WhatsApp, e pelas próprias redes sociais. As contribuições dos ouvintes frequentemente eram incorporadas à programação ao vivo, criando um fluxo comunicacional bidirecional, em contraste com o modelo tradicional unidirecional do rádio.

Dessa forma, o conteúdo produzido pela CBN Campo Grande circulava simultaneamente em quatro ambientes principais: o dial FM, como plataforma central de transmissão ao vivo; o portal de notícias, responsável pela consolidação e aprofundamento das informações; as redes sociais, utilizadas para transmissão, divulgação e interação; e o ambiente digital/streaming, que permitia o acesso remoto e sob demanda.

Essa estrutura evidencia que a emissora operava dentro de uma lógica de jornalismo multiplataforma, na qual o rádio deixava de ser apenas um meio sonoro para se tornar um produtor de conteúdo integrado.

Ao relacionar esse modelo com o contexto do encerramento da CBN Campo Grande, observa-se que, embora a emissora tenha incorporado práticas contemporâneas de multiplataformização, sua sustentabilidade esteve condicionada a fatores econômicos,



editoriais e mercadológicos. A dependência de conteúdo nacional, a limitação da produção local e as dificuldades de monetização em um ambiente altamente segmentado revelam os desafios enfrentados por rádios *all news* em mercados regionais.

Assim, a experiência da CBN Campo Grande ilustra, de maneira concreta, tanto o potencial quanto as limitações da multiplataformização do rádio. Se, por um lado, o modelo amplia o alcance, diversifica formatos e fortalece a interação com o público, por outro, exige estruturas produtivas complexas e sustentação econômica compatível, elementos que se mostraram decisivos para o desfecho da emissora.

O podcast consolidou-se, nas últimas duas décadas, como um dos principais formatos de distribuição de conteúdo em áudio no ambiente digital, integrando o ecossistema da comunicação contemporânea e ampliando as possibilidades do rádio expandido. Trata-se de um modelo que combina elementos da tradição radiofônica com as dinâmicas da internet, especialmente no que se refere ao consumo sob demanda, à segmentação de audiência e à flexibilidade de produção e distribuição.

O surgimento do podcast está diretamente relacionado ao desenvolvimento de tecnologias digitais no início dos anos 2000, especialmente à criação do RSS (Really Simple Syndication), sistema que permitiu a distribuição automatizada de conteúdos na internet. A partir dessa tecnologia, tornou-se possível a assinatura de arquivos de áudio, que eram automaticamente atualizados e disponibilizados aos usuários (Primo, 2005).

O termo “podcast” foi utilizado pela primeira vez em 2004 pelo jornalista britânico Ben Hammersley, em um artigo publicado no jornal *The Guardian*, ao sugerir possíveis nomes para esse novo formato de distribuição de áudio digital. A palavra resulta da junção de “iPod”, dispositivo portátil da Apple, com “broadcasting”, que remete à transmissão tradicional (Hammersley, 2004).

No mesmo período, iniciativas práticas contribuíram para a popularização do formato, com destaque para Adam Curry, ex-apresentador da MTV, que desenvolveu mecanismos para integrar a distribuição de áudios ao *iTunes*, facilitando o acesso e a disseminação dos programas (Berry, 2016).

No Brasil, o podcast também surgiu precocemente, com experiências como o programa *Digital Minds*, lançado em 2004, e posteriormente com a consolidação de produções independentes, como o *Nerdcast*, criado em 2006. Essas iniciativas contribuíram para a formação de uma cultura de consumo de áudio digital no país (Luiz; Assis, 2010).



Entretanto, foi a partir de 2014 que o podcast alcançou maior visibilidade global, com o sucesso do programa Serial, que popularizou o formato narrativo documental e atraiu milhões de ouvintes. Esse fenômeno marcou o início de uma nova fase de expansão, impulsionada também pela entrada de plataformas de streaming, como Spotify, que passaram a investir na produção e distribuição de conteúdos exclusivos (Bonini, 2015).

Entre as principais características do podcast, destaca-se o modelo de consumo sob demanda (on demand), que permite ao ouvinte escolher o que ouvir, quando e onde desejar. Diferentemente do rádio tradicional, cuja programação segue uma grade fixa, o podcast oferece autonomia ao usuário, que pode pausar, retomar e selecionar conteúdos conforme seus interesses (Kischinhevsky, 2016).

Outro aspecto relevante é a portabilidade. Os podcasts podem ser acessados em diferentes dispositivos, como smartphones, computadores e tablets, o que facilita o consumo em situações cotidianas, como deslocamentos, atividades domésticas ou práticas esportivas. Essa característica reforça a presença do áudio como um meio compatível com rotinas multitarefa.

A segmentação temática também constitui um elemento central. Ao contrário das emissoras tradicionais, que precisam atender a públicos mais amplos, os podcasts permitem a produção de conteúdo altamente especializados, voltados para nichos específicos. Essa diversidade amplia o alcance do meio e favorece a formação de comunidades de interesse (Primo, 2005).

No que se refere à linguagem, observa-se uma tendência à informalidade e à construção de uma relação mais próxima entre produtor e audiência. A comunicação costuma ser mais direta e conversacional, criando uma sensação de intimidade que diferencia o podcast de outros formatos midiáticos.

Além disso, a lógica de distribuição via RSS permanece como uma das bases estruturais do podcast, permitindo que os usuários se inscrevam em programas e recebam automaticamente novos episódios. Esse mecanismo garante a continuidade da audiência e fortalece o vínculo entre produtores e ouvintes.

Dentro desse cenário, o podcast jornalístico emerge como uma vertente específica, caracterizada pela aplicação dos princípios do jornalismo ao formato sob demanda. Diferentemente de conteúdos opinativos ou de entretenimento, esse tipo de podcast fundamenta-se na apuração rigorosa dos fatos, na verificação das informações e no compromisso com a relevância pública (López García; Silva, 2019).



Uma de suas principais características é a profundidade analítica. Enquanto o rádio tradicional frequentemente trabalha com boletins rápidos e atualizações em tempo real, o podcast jornalístico permite abordagens mais extensas e contextualizadas, explorando os temas de maneira detalhada. Esse modelo, muitas vezes denominado *deep dive*, possibilita maior compreensão dos acontecimentos por parte do público.

Outro elemento distintivo é o uso de narrativas sonoras elaboradas. O podcast jornalístico frequentemente incorpora técnicas de *storytelling*, combinando locução, entrevistas, trilhas sonoras e efeitos para construir uma narrativa envolvente. Esse recurso é especialmente comum em produções investigativas e documentais, como exemplificado pelo já citado *Serial* (Bonini, 2015).

A especialização temática também se destaca. Muitos podcasts jornalísticos concentram-se em áreas específicas, como política, economia, tecnologia ou segurança pública, o que contribui para a qualificação do debate público e para a formação de audiências segmentadas.

Além disso, a periodicidade e a contextualização são aspectos relevantes. Programas podem ter frequência diária, semanal ou seriada, mas, em geral, buscam oferecer ao ouvinte não apenas a notícia, mas também sua interpretação e seus desdobramentos. No Brasil, exemplos como *O Assunto* evidenciam essa proposta, ao apresentar análises aprofundadas de temas contemporâneos.

A inserção do podcast no ecossistema midiático está diretamente relacionada ao processo de multiplataformização do rádio. Conforme discutido anteriormente, as emissoras passaram a distribuir seus conteúdos em diferentes plataformas, e o podcast tornou-se um dos principais formatos para viabilizar o consumo sob demanda.

Elaboramos uma atividade prática produzindo um podcast com o objetivo de apresentar informações sobre o processo de multiplataformização da rádio CBN em Campo Grande e a substituição da emissora pelo Grupo RCN de Comunicação.

Durante a produção do podcast, foram abordados aspectos relacionados às mudanças na programação, na gestão e na forma de comunicação com o público, destacando a importância da adaptação das rádios às novas tecnologias e plataformas digitais.

O podcast foi elaborado com linguagem acessível e informativa, visando demonstrar, de forma clara, as transformações ocorridas no cenário radiofônico local. (podcast colocado nos Anexos deste Relatório)



No caso da CBN Campo Grande, esse processo manifestava-se por meio da fragmentação e redistribuição de conteúdos originalmente transmitidos no rádio. Entrevistas, debates e quadros jornalísticos eram recortados e disponibilizados posteriormente em ambientes digitais, permitindo que o público acessasse o material fora do horário da programação ao vivo.

Essa prática evidencia a transição do rádio de um modelo linear para um modelo sob demanda, no qual o conteúdo deixa de estar vinculado exclusivamente ao tempo de transmissão e passa a circular de forma contínua no ambiente digital. Assim, o podcast não apenas complementa o rádio tradicional, mas também redefine suas dinâmicas de produção e consumo, consolidando-se como um elemento central no rádio expandido contemporâneo.

Durante a elaboração deste Relatório, foram desenvolvidas atividades relacionadas ao estudo e registro da última implantação da emissora Rádio CBN em Campo Grande, Mato Grosso do Sul.

No campo específico do rádio, contribuições de Luiz Artur Ferraretto (2014), reforçam a compreensão da evolução histórica do meio e sua capacidade de adaptação às mudanças tecnológicas, evidenciando a transição do modelo exclusivamente hertziano para um ambiente digital integrado, que inclui transmissões online, redes sociais e conteúdos sob demanda.

Além disso, os estudos de Prata (2009) contribuem para a compreensão da inserção do rádio na internet, inicialmente por meio da reprodução da programação via streaming e, posteriormente, com a produção de conteúdos específicos para o ambiente digital.

No que diz respeito ao podcast, a fundamentação teórica inclui autores como Berry (2016), que analisa o formato como uma extensão do rádio sob demanda e discute as especificidades do consumo de áudio digital e sua relação com a cultura participativa.

Destaca-se também a contribuição da pesquisa de Patrícia dos Santos Belarmino Galeano, fundamental para a contextualização histórica da CBN Campo Grande. Seu estudo permitiu identificar e compreender as três fases de desenvolvimento da emissora, oferecendo subsídios importantes para a análise, especialmente no que se refere à terceira fase, marcada por transformações estruturais, mudanças estratégicas e pelo avanço do processo de multiplataformização.

A partir dessa contribuição, foi possível não apenas situar a emissora em um recorte temporal mais preciso, mas também compreender as mudanças em sua dinâmica de



funcionamento, incluindo aspectos editoriais, operacionais e de mercado. Dessa forma, a pesquisa de Galeano atua como um eixo estruturante para a análise do objeto empírico deste relatório.

Assim, os suportes teóricos adotados articulam conceitos clássicos e contemporâneos da comunicação, permitindo uma análise abrangente das transformações do rádio e, de maneira específica, da experiência da CBN Campo Grande no contexto da convergência digital.



3 CONSIDERAÇÕES FINAIS

A realização deste trabalho permitiu compreender que o rádio permanece como um meio de comunicação relevante, mesmo diante das transformações provocadas pelo avanço das tecnologias digitais. Ao longo de sua trajetória, o meio demonstrou significativa capacidade de adaptação, incorporando novas linguagens, formatos e plataformas de distribuição de conteúdo.

O processo de multiplataformização evidencia que o rádio deixou de atuar exclusivamente por meio das transmissões tradicionais e passou a integrar um ecossistema digital mais amplo, que envolve portais de notícias, redes sociais, transmissões online e conteúdos sob demanda, como os podcasts. Essa reconfiguração amplia o alcance da informação e possibilita diferentes formas de consumo, atendendo a um público cada vez mais fragmentado e participativo.

A análise da CBN Campo Grande, à luz dos referenciais teóricos adotados e da contextualização histórica baseada nas três fases da emissora, permitiu identificar como essas transformações se materializam na prática. Observou-se que a emissora operava dentro de uma lógica multiplataforma, articulando produção jornalística para diferentes suportes e ampliando sua presença para além do rádio tradicional. Ao mesmo tempo, o encerramento de suas atividades evidencia que fatores econômicos, editoriais e estratégicos também influenciam diretamente a sustentabilidade de projetos radiofônicos, especialmente no contexto regional.

Por fim, a produção do podcast como produto deste trabalho reforça, na prática, as discussões teóricas apresentadas, ao utilizar uma linguagem contemporânea e alinhada às dinâmicas do consumo digital. Dessa forma, o estudo contribui para a reflexão sobre as transformações do rádio na atualidade, destacando sua capacidade de reinvenção e sua permanência como um meio relevante no cenário da convergência midiática.

Este relatório foi muito importante para minha aprendizagem e contribui para o meu crescimento acadêmico e profissional.



REFERÊNCIAS

- BERRY, Richard. Will the iPod kill the radio star? Profiling podcasting as radio. *Convergence*, v. 12, n. 2, 2016. *Convereng*, v. 12, n. 2, 2016. Disponível em: [hrrps://journals.sagepub.com/doi/abs/10.1177/1254858656066522](https://journals.sagepub.com/doi/abs/10.1177/1254858656066522). Acesso em: 20 maio 2026.
- BONINI, Tiziano. *The “Second Age” of Podcasting: reframing podcasting as a new digital mass medium. Quaderns del CAC*, 2015.
- CASTNEWS. *O RSS e o primeiro feed de podcast*. Disponível em: <https://www.castnews.com.br/o-rss-e-o-primeiro-feed-de-podcast/>. Acesso em: 22 mar. 2026.
- COMASSETTO, Leandro Ramires. *Papers regionais sul 2007. Resumos*. Disponível em: <http://www.intercom.org.br/papers/regionais/sul2010/resumos/R20-0880-1.pdf>. Acesso em 19 jun. 2026.
- FERRARETO, Luiz Artur. De 1919 a 1923, os primeiros momentos do rádio no Brasil. *Revista Brasileira de História da Mídia (RBHM)*, 2013. Disponível em: <http://www.unicentro.br/rbhm/ed05/dossie/01.pdf>. Acesso em: 26 jun. 2022.
- FIDLER, Roger. *Mediamorphosis: Understanding New Media*. Thousand Oaks: Pine Forge Press, 1997.
- GALEANO, Patrícia dos Santos Belarmino. *A trajetória da CBN Campo Grande: implantação, consolidação e encerramento da emissora no contexto regional. 2025*. Dissertação (Mestrado em Comunicação) – Universidade Federal de Mato Grosso do Sul, Campo Grande, 2025.
- GOMES, Adriano Lopes; DOS SANTOS, Emanuel Leonardo. *O radiojornalismo em tempos de internet*. EDUFRN, 2017.
- HAMMERSLEY, Ben. Audible revolution. *The Guardian*, 2004. Disponível em: <https://www.theguardian.com/media/2004/feb/12/broadcasting.digitalmedia>. Acesso em: 22 mar. 2026.
- JENKINS, H. *Cultura da convergência*. 2. ed. São Paulo: Aleph, 2009.
- KANTAR. *Noticias/item/radio-segue-ouvido-por-79-da-populacao-no-brasil-em-13-mercados-monitorados-pela-kantar-ibope-media*. Disponível em: <https://www.sindiradio.org.br/noticias/item/radio-segue-ouvido-por-79-da-populacao-no-brasil-em-13-mercados-monitorados-pela-kantar-ibope-media.html>. Acesso em: 16 jun 2026.
- KISCHINHEVSKY, Marcelo. *Rádio e mídias sociais: mediações e interações radiofônicas em plataformas digitais*. Rio de Janeiro: Mauad X, 2016.
- LOPES, Maria Immacolata Vassallo de. *Rádio e modernidade no Brasil*. São Paulo: Summus, 2010.
- LOPEZ, D. C. O rádio e a relação com o ouvinte no cenário de convergência: uma proposta de classificação dos tipos de interatividade. *Revista FAMECOS*, v. 22, n. 3, p. 164-181, 15 jul. 2015. Disponível em:



<https://revistaseletronicas.pucrs.br/ojs/index.php/revistafamecos/article/view/20523>. Acesso em: 29/05/2022.

LÓPEZ GARCÍA, José; SILVA, Marcos. *Jornalismo em transformação na era digital*. 2019.

LUIZ, Lúcio; ASSIS, Pablo. *O podcast no Brasil e no mundo: um caminho para a distribuição de mídias digitais*. 2010. Disponível em: <https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/10374470.pdf>. Acesso em: 22 mar. 2026.

MEDITSCH, Eduardo. *O rádio na era da informação: teoria e técnica do novo radiojornalismo*. Florianópolis: Insular, 2001.

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

PERUZZO, Cicilia Maria Krohling. *Papers nacionais 2003*. Disponível em: http://www.intercom.org.br/papers_nacionais_2003.pdf. Colóquio_peruzzo.pdf. Acesso em: 19 jun. 2026.

Pesquisa “Rádio online: O som do novo” - Kantar IBOPE Media disponível em: <https://www.kantaribopemedia.com/radio-online-esta-ganhando-cada-vez-mais-espaco-entre-os-brasileiros/>. Acesso em: 29 maio 2022..

PODCAST. In: *Wikipédia*. Disponível em: <https://en.wikipedia.org/wiki/Podcast>. Acesso em: 22 mar. 2026.

PRATA, N. *Rádio e convergência: uma abordagem sobre as emissoras brasileiras*. São Paulo: Annablume, 2009.

_____. *Webradio: novos gêneros, novas formas de interação*. Florianópolis: Insular, 2009.

PRIMO, Alex. *Interação mediada por computador*. Porto Alegre: Sulina, 2005.

ZUCULOTO, Valci Regina Mousquer. *História do rádio no Brasil*. Florianópolis: Insular, 2012.



APÊNDICE A – OFFS PODCAST

OFFS PODCAST

Uma rádio que informava. Que acompanhava o dia a dia da cidade. Que conectava vozes, histórias e acontecimentos.

Assim foi a terceira e última tentativa de implantação da Rádio CBN em Campo Grande, que durou 8 anos e, de repente... saiu do ar.

Você ouve agora o podcast “Retrato *All News*” e o meu nome é Gerson Wassouf.

Com uma proposta de jornalismo 24 horas, a Rádio CBN Campo Grande trouxe para Mato Grosso do Sul o modelo *all news*, baseado na informação contínua, em análise e na prestação de serviço.

Mas, em março de 2025, essa história chegou ao fim.

Sem despedidas no ar. Sem aviso prévio aos ouvintes.

A rádio possuía 3 horas diárias de jornalismo local por meio do Jornal CBN Campo Grande na parte da manhã, das 8h às 11h, de segunda à sexta-feira. Já no fim de semana, especificamente no sábado, as três horas diárias de programação eram preenchidas por três programas de notícias: CBN Agro, das 8h às 9h; CBN Motors, das 9h às 10h; e CBN Festas e Eventos fechando a programação do período matutino, das 10h às 11h. No domingo, não havia produção local. E ao longo de todos os dias da semana, boletins informativos, de até um minuto e meio de duração e produzidos pela equipe, iam ao ar durante os intervalos levando notícias locais e regionais para os ouvintes.

Já a formação da equipe jornalística da rádio sempre foi muito variável e sofreu muitas alterações ao longo dos anos. Mas a base que se manteve por mais tempo contava com três a quatro jornalistas e dois estagiários, além da chefe de redação e dos três profissionais da técnica de som que revezavam o trabalho em diferentes horários.

Neste episódio, você vai ouvir como foi a última fase da CBN em Campo Grande, os bastidores do encerramento e o impacto dessa mudança para profissionais e ouvintes.

[1:30 – 4:00] Contextualização

A história da CBN começa na década de 1990, quando o rádio brasileiro passa a apostar em um modelo inspirado no jornalismo internacional: o *all news*.

Uma programação totalmente voltada para a notícia. Sem música. Sem entretenimento tradicional. Apenas informação, análise e serviço ao longo de toda a grade de programação.

Segundo o portal da CBN, a emissora foi criada com a proposta de ser a primeira rede brasileira dedicada exclusivamente ao jornalismo 24 horas por dia, consolidando o formato “*all news*” no país.



Em Campo Grande, esse modelo chegou pela terceira vez em 2017, por meio de uma parceria entre o Grupo RCN de Comunicação e o Sistema Globo de Rádio. A proposta era clara: oferecer um produto jornalístico diferenciado no estado. E durante anos, a CBN Campo Grande se consolidou como a principal referência em radiojornalismo no Mato Grosso do Sul.

O diretor-executivo do Grupo RCN, Estêvão Congro, explica o motivo de trazer novamente a CBN para a capital sul-mato-grossense.

[ENTRA SONORA – Estêvão Congro 1]

[4:00 – 7:00] Funcionamento da rádio

A rotina da emissora seguia o ritmo intenso do jornalismo ao vivo.

Boletins, entradas ao vivo, entrevistas, comentários e coberturas em tempo real faziam parte do dia a dia da redação.

Mas a rádio não estava apenas no dial.

Com o avanço das tecnologias digitais, a CBN Campo Grande também se expandiu para outras plataformas.

Os programas eram transmitidos ao vivo pelo YouTube e redes sociais. As reportagens viravam matérias no portal de notícias. E os conteúdos eram compartilhados em diferentes formatos, até mesmo em jornal impresso.

Era o rádio deixando de ser apenas áudio... E se tornando um produto multiplataforma.

A jornalista Isabelly Melo fez parte da equipe de redação da CBN Campo Grande desde o início como estagiária, foi contratada posteriormente e se manteve por mais de cinco anos na emissora. Ela como como era a produção jornalística para diferentes formatos.

[ENTRA SONORA – Isabelly Melo]

[7:00 – 11:00] As fases da CBN CG

De acordo com os estudos acadêmicos sobre a emissora, da pesquisa de mestrado realizada no Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Universidade Federal de Mato Grosso do Sul, de Patrícia dos Santos Belarmino Galeano, a trajetória da CBN Campo Grande pode ser dividida em três fases.

A primeira fase teve início em 1995, quando a Rádio Difusora Pantanal, a mais antiga do Estado e fundada em 1939, aderiu à rede CBN e incorporou ao seu nome fantasia CBN Morena. Essa fase foi marcada pela implantação da rádio, com estruturação da equipe e adaptação ao modelo *all news*. Na época, a CBN Morena pertencia ao mesmo grupo que a TV Morena, afiliada da Rede Globo no estado, o grupo midiático RMT (Rede Matogrossense de Televisão) - hoje RMC, Rede Matogrossense de Comunicação, pertencente à família Zahran.



Já a segunda fase, segundo as pesquisas de Patricia, se iniciou logo após quando o Grupo Zahran negociou 50% da emissora com a empresária Rosa Pedrossian, filha do ex-governador Pedro Pedrossian. A data exata de início da segunda fase e até o mesmo o ano em que a transação ocorreu não foram confirmadas ao longo desta pesquisa de Patricia.

Neste período, a rádio teve o seu auge, chegando a contar com três unidades móveis que cobriam os principais acontecimentos da cidade, além de ter cerca de 50 funcionários.

Mas, apesar dos investimentos e do diferencial de ser a única rádio com foco na notícia, a história da CBN Pantanal chegou ao fim em 2005 e um dos motivos teria sido a falta de viabilidade econômica do negócio.

E já a terceira fase também é caracterizada por desafios.

Entre eles, não só as questões econômicas, mas também mudanças no cenário político e dificuldades na relação com o mercado publicitário.

Segundo a pesquisadora, esse conjunto de fatores contribuiu para o enfraquecimento da emissora ao longo dos últimos anos.

A título de informações complementares, essa pesquisadora foi convidada para participar do podcast produzido por esse acadêmico, contudo, ainda que tenha havido constantes tentativas de contatá-la em tempo hábil, não houve êxito até a conclusão do presente trabalho. Posteriormente manifestou não ter interesse em participar.

[11:00 – 15:00] Crise e encerramento

A decisão de encerrar a CBN Campo Grande não aconteceu de forma repentina.

Segundo o diretor-executivo do Grupo RCN, Estêvão Congro, o processo começou a ser discutido entre 2023 e 2024.

Entre os principais fatores estavam as dificuldades comerciais e o cenário econômico.

Além disso, a programação nacional da emissora também passou a gerar insatisfação entre ouvintes e anunciantes.

A percepção era de um conteúdo excessivamente político e repetitivo, em um ambiente já marcado pela polarização.

[ENTRA SONORA – Estêvão Congro]

A soma desses elementos levou à decisão final: encerrar a parceria com a rede CBN e buscar um novo posicionamento no mercado.

[15:00 – 18:00] Bastidores

O que mais chama atenção nesse processo é a forma como ele aconteceu.

O último Jornal CBN Campo Grande foi ao ar no dia 7 de março de 2025.



Durante o programa, nenhuma menção foi feita ao encerramento da emissora.

Nenhum aviso. Nenhuma despedida.

No dia seguinte, a programação seguiu normalmente.

E apenas no domingo, por meio das redes sociais, foi publicado o comunicado oficial informando o fim da rádio.

A chefe de redação na época, a jornalista Chris Reis, conta como a produção jornalística continuou após a transição de bandeira na rádio, com a chegada da Massa FM.

[ENTRA SONORA – Chris Reis]

Mas, para muitos profissionais e ouvintes, o encerramento silencioso da CBN Campo Grande marcou ainda mais esse momento.

[18:00 – 21:00] Impacto no público

A repercussão nas redes sociais mostrou que a CBN Campo Grande tinha um público fiel.

Ouvintes lamentaram o fim da emissora. Criticaram a decisão. E buscaram alternativas para continuar acompanhando a programação da rede em outras cidades.

Para quem acompanhava diariamente, como o ouvinte Vagner Virme, a mudança representou uma ruptura.

Mais do que o fim de uma rádio, foi o fim de um hábito.

De uma rotina de informação.

[ENTRA SONORA – Vagner Virme OUVINTE]

[21:00 – 23:30] Reflexão final

O caso da CBN Campo Grande revela muito sobre o momento atual do rádio.

Um meio que continua relevante, mas que precisa se adaptar constantemente.

A multiplataformização ampliou o alcance do conteúdo. Mas também trouxe novos desafios.

Entre eles, a sustentabilidade econômica, a relação com o público e as transformações no consumo de informação.

O rádio não acabou.

Mas está, o tempo todo, se reinventando.



[23:30 – 25:00] Encerramento

A CBN Campo Grande saiu do ar.

Mas deixou um legado.

De jornalismo, de inovação... e de uma tentativa marcante de consolidar o modelo all news no Mato Grosso do Sul.

Este episódio registrou a última fase da emissora na capital sul-mato-grossense, marcada por transformações, desafios e pelo encerramento das atividades em 2025.

Um recorte da história do rádio local... em um momento de transição. O Grupo RCN continua ativo em Campo Grande com a bandeira da Massa FM no mesmo dial 93,7. Possível após uma parceria com o apresentador Carlos Roberto Massa, conhecido como Ratinho. Mas, a Rede Massa em Campo Grande já é uma outra história...

Este podcast foi produzido por Gerson Jorge Wassouf Filho, como Trabalho de Conclusão de Curso em Jornalismo pela Universidade Federal de Mato Grosso do Sul, sob orientação da professora doutora Daniela Ota.

Obrigado por ouvir.

Entrevistados:

- 1- Estevão Congro – Diretor Executivo do Grupo CBN
- 2- Cristiane Reis – Jornalista e Chefe de Redação da CBN, Campo Grande, na época
- 3- Isabelly Melo – Jornalista que fez parte da equipe da CBN em Campo Grande, por mais de 5 anos.
- 4- Wagner Virme – ouvinte da CBN, Campo Grande, na época.