

IV CONGRESSO IBERO-AMERICANO DE HUMANIDADES, CIÊNCIAS E EDUCAÇÃO:

Desafios Contemporâneos das
Sociedades Ibero-Americanas

De 23 a 27 de agosto de 2021

EVENTO ONLINE

ANAIIS DO EVENTO

Realização



PROACAD
Pró-Reitoria
Acadêmica

Apoiadores



Comissão Organizadora

Profª Dra. Giani Rabelo	Presidenta da Comissão Universidade do Extremo Sul Catarinense - UNESC
Prof. Dr. Ismael Gonçalves Alves	Vice-presidente da Comissão Universidade do Extremo Sul Catarinense - UNESC
Prof. Me. Marcelo Feldhaus	Diretor de Ensino de Graduação Representante da Pró-Reitoria Acadêmica Universidade do Extremo Sul Catarinense - UNESC
Profª. Dra. Birgit Harter-Marques	Programa de Pós-Graduação em Ciências Ambientais - PPGCA Universidade do Extremo Sul Catarinense - UNESC
Prof. Dr. Carlos Renato Carola	Programa de Pós-Graduação em Educação - PPGE Universidade do Extremo Sul Catarinense - UNESC
Profª. Dra. Aurélia Regina de Souza Honorato	Coordenadora do Curso de Artes Visuais Representante dos cursos de Licenciatura Universidade do Extremo Sul Catarinense - UNESC
Prof. Me. Bruno Dandolini Colombo	Curso de Educação Física Representante dos cursos de Licenciatura Universidade do Extremo Sul Catarinense - UNESC
Profª. Dra. Cibebe Beirith Figueiredo Freitas	Coordenadora Adjunta do curso de Letras Representante dos cursos de Licenciatura Universidade do Extremo Sul Catarinense - UNESC
Prof. Dr. Jeferson Luis Azeredo	Comissão de Divulgação Universidade do Extremo Sul Catarinense - UNESC
Lucene Cândido Magnus	Representante discente do curso de Pós-Graduação em Desenvolvimento Socioeconômico Universidade do Extremo Sul Catarinense - UNESC
Vanessa Marcos Medeiros	Representante do Conselho Editorial Universidade do Extremo Sul Catarinense - UNESC
Rafaela Ribeiro Pereira	Representante da Diretoria de Ensino de Graduação Universidade do Extremo Sul Catarinense - UNESC

Comissão Científica

Profª Dra. Giani Rabelo	Presidenta da Comissão Universidade do Extremo Sul Catarinense - UNESC
Prof. Dr. Ismael Gonçalves Alves	Vice-presidente da Comissão Universidade do Extremo Sul Catarinense - UNESC
Profª. Dra. Birgit Harter-Marques	Programa de Pós-Graduação em Ciências Ambientais - PPGCA Universidade do Extremo Sul Catarinense - UNESC
Profª. Dra. Graziela Fátima Giacomazzo	Programa de Pós-Graduação em Educação - PPGE Universidade do Extremo Sul Catarinense - UNESC
Prof. Dr. Antonio Fernando Silveira Guerra	Universidade do Vale do Itajaí - UNIVALI
Profª. Dra. Maria Teresa Santos Cunha	Universidade do Estado de Santa Catarina - UDESC
Prof. Dr. José Antonio Mateo	Consejo Nacional de Investigaciones Científicas y Técnicas (CONICET) Universidad Nacional de Entre Ríos - UNER (Argentina)
Profª. Dra. Ana Paula Vosne Martins	Universidade Federal do Paraná (UFPR)
Profª. Dra. Silvia Maria de Favero Arend	Universidade do Estado de Santa Catarina (UDESC)
Profª. Dra. Amalia Morales Villena	Universidad de Granada - Espanha
Profª. Dra. Maria Stephanou	Universidade Federal do Rio Grande do Sul (UFRGS)
Profª. Dra. Denise Balarine Cavalheiro Leite	Universidade Federal do Rio Grande do Sul (UFRGS)
Profª. Dra. Ana Sabrina Mora	Universidad Nacional La Plata - UNLP (CONICET) - Argentina
Profa. Dra. Patrícia Ferraz de Matos	Instituto de Ciências Sociais, Universidade de Lisboa
Prof. Dr. Miguel Anxo Santos Rego	Universidade de Santiago de Compostela - Espanha
Prof. Dr. Agustín Escolano Benito	Centro Internacional de la Cultura Escolar (CEINCE) - Espanha
Prof. Dr. Alex Sander da Silva	Programa de Pós-Graduação em Educação - PPGE Universidade do Extremo Sul Catarinense - UNESC
Prof. Dr. Christian Muleka Mwewa	Universidade Federal de Mato Grosso do Sul - UFMS
Prof. Dr. António Gomes Ferreira	Universidade de Coimbra - Portugal
Profª Dra. Patricia Paola Ames Ramello	Pontificia Universidad Católica del Perú - Peru
Profª Dra. Maria Luiza Rico Gómez	Instituto Universitário de Estudos Sociais da América Latina Universidade de Alicante - Espanha
Profª Dra. Maria João Mogarro	Instituto de Educação Universidade de Lisboa - Portugal

Grupos de Trabalho

Giani Rabelo e Ismael Gonçalves Alves

Finanças

Amalhene Baesso Reddig, Aurélia Regina de Souza Honorato e Maxuel Sander Flor

Cultura

Birgit Harter Marques e Matheus Zimmermann

Monitoria

Caroline Bortot, Jeferson Luis de Azeredo e Lucas Damásio

Comunicação e Divulgação

Lucene Cândido Magnus e Rafaela Ribeiro Pereira

Secretaria Geral

Leila Laís Gonçalves, Paulo Martins e Wender Firmino

Tecnologia

Carlos Renato Carola e Cibele Beirith Figueiredo Freitas

Apresentações de Pôsteres

Secretaria

Rafaela Ribeiro Pereira

Secretária da Diretoria de Ensino de Graduação
Universidade do Extremo Sul Catarinense – UNESC

Diagramação

Victor Burato

Designer

Realização



PROACAD
Pró-Reitoria
Acadêmica

Apoiadores



GT72

**Rádio, Mídias Sonoras
e reconfigurações
contemporâneas: papéis,
contribuições e sentidos de
permanência no atual contexto
de desafios da Ibero-América**

SUMÁRIO

CLIQUE E SEJA DIRECIONADA/O PARA O TRABALHO

- 8 AS BARREIRAS QUE ISOLAM A PRESENÇA FEMININA NAS JORNADAS ESPORTIVAS RADIOFÔNICAS EM EMISSORAS DO SUL CATARINENSE**
Tânia Regina de Faveri Giusti
Karina Woehl de Farias
Emili Vieira Amaral
- 20 MIGRAÇÃO DAS EMISSORAS DE RÁDIO AM PARA FM DA REGIÃO CELEIRO DO RIO GRANDE DO SUL, BRASIL**
Lidia Paula Trentin
- 30 O JORNALISMO CIENTÍFICO NA COMUNICAÇÃO DA CIÊNCIA EM RÁDIOS UNIVERSITÁRIAS E PÚBLICAS DE PORTUGAL, BRASIL E ESPANHA**
Paulo Roberto Santhias
- 40 PANORAMA CONTEMPORÂNEO DA MIGRAÇÃO AM-FM NO RÁDIO CATARINENSE – MAPEAMENTO E RESULTADOS ATUAIS DO PROCESSO ENTRE 2016 E 2020**
Valci Regina Mousquer Zuculoto
Giovanni de Sousa Vellozo
Karina Woehl de Farias
- 49 PARA ALÉM DO SACERDÓCIO: A CONTRIBUIÇÃO DE MONSENHOR AGENOR NEVES MARQUES PARA O RÁDIO SUL CATARINENSE**
Karina Woehl de Farias /UniSATC
Rafael Farias Niero/UniSATC/ Rádio Marconi

**61 PAUTAS ALTERNATIVAS NAS ENTREVISTAS DA
RÁDIO WEB TAMBOR**

Nayane Brito
Jefferson Sousa
Izani Mustafá

**73 PROPAGABILIDADE E ENGAJAMENTO NA
REPORTAGEM RADIOFÔNICA HIPERMÍDIA**

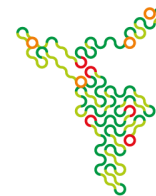
Arnaldo Zimmermann

**85 REFLEXÕES INICIAIS SOBRE O JORNALISMO EM
ÁUDIO NOS PODCASTS JORNALÍSTICOS THE TIP
OFF E PANORAMA CBN**

Luis David Padilha

**98 TRANSFORMAÇÕES DO RADIOJORNALISMO EM
CONVERGÊNCIA COM A INTERNET: O CASO DA
EMISSORA BANDA B**

Gabriel Witiuk



AS BARREIRAS QUE ISOLAM A PRESENÇA FEMININA NAS JORNADAS ESPORTIVAS RADIOFÔNICAS EM EMISSORAS DO SUL CATARINENSE

Tânia Regina de Faveri Giusti /UFSC¹
Karina Woehl de Farias /UniSATC²
Emili Vieira Amaral /UniSATC/Jovem Pan³

Resumo: Este artigo propõe (re)visitar histórias de mulheres que buscaram a inserção no rádio-jornalismo esportivo brasileiro. Por meio de levantamento realizado nas rádios que operam em Amplitude Modulada (AM), na Região Sul de Santa Catarina, constatou-se a baixa presença das mulheres no quadro de comunicadoras nas transmissões esportivas. O resultado foi alcançado a partir de dados e relatos de jornalistas e radiocomunicadoras. O recorte temporal abrange os anos 2000 até 2019, além de entrevistas com as pioneiras que participaram das jornadas esportivas, e as jornalistas atuais no ramo esportivo nas regiões da Associação dos Municípios (AMREC), (AMESC) e (AMUREL). Este estudo é baseado em referenciais teóricos, que contam a implantação do rádio no Brasil até a inserção das mulheres pioneiras nas ondas radiofônicas, discutindo a presença delas nas jornadas.

Palavras-chave: Rádio. Jornalismo Esportivo. Mulher na rádio. Locutoras.

THE OBSTACLES THAT ISOLATED THE FEMALE PRESENCE IN RADIOPHONE SPORTS DAYS IN BROADCASTERS IN THE SOUTH OF CATARINA

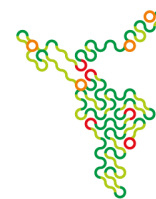
Abstract: This article proposes (re)visiting the stories of women who sought insertion in Brazilian sports radio journalism. Through a survey carried out on radios operating in Modulated Amplitude (AM), in the southern region of Santa Catarina, it was found that there is a low presence of women on the communicators team in sports broadcasts. The result was achieved based on data and reports from female journalists and radio communicators. The time frame covers the years 2000 to 2019, in addition to interviews with the pioneers who participated in the sporting days, and current journalists in the sports field in the regions of the Association of Municipalities of the (AMREC), (AMESC) and (AMUREL). Therefore, this study is based on theoretical references, which tell the implantation of radio in Brazil until the insertion of pioneer women in radio waves. Finally, this study aims to discuss their presence in sport days.

Keywords: Radio. Sports Journalism. Woman on the radio. Female announcers.

¹ Mestre em Jornalismo pelo Programa de Pós-graduação em Jornalismo da Universidade Federal de Santa Catarina e graduada em Jornalismo pela UniSATC, de Criciúma (SC), Brasil.

² Doutora pelo Programa de Pós-Graduação em Jornalismo (UFSC), Mestre em Educação (UNESC), coordenadora e professora do curso de Jornalismo na UniSATC, em Criciúma/SC. Integrante do Grupo de Investigação em Rádio, Fonografia e Áudio (Girafa/CNPq). Criciúma (SC), Brasil.

³ Graduada pelo curso de Jornalismo da UniSATC. Repórter e apresentadora da Rádio Jovem Pan, em Criciúma (SC), Brasil.



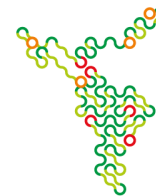
Introdução

O Brasil tem hoje mais de 15 mil jornalistas empregadas nos veículos de comunicação. Nas emissoras de rádio este número corresponde a 2.884 mulheres. Em relação ao gênero masculino, estão ativos no mercado de trabalho mais de 26 mil jornalistas, destes, 11.182 trabalham no meio radiofônico (IBGE, 2017). Em Santa Catarina, especificamente no Sul Catarinense, das oito rádios em Amplitude Modulada (AM) operantes até 2020 e que realizam jornadas esportivas na programação, quatro emissoras já tiveram ou têm atualmente a presença feminina nas transmissões esportivas. Os dados são da Associação Catarinense de Emissoras de Rádio e Televisão (ACAERT, 2019).

Diante desse quadro, esta pesquisa tem como objetivo verificar por meio de entrevistas semiestruturadas, o ponto de vista das jornalistas sobre a inserção da mulher na cobertura esportiva radiofônica na região. Os objetivos específicos são: apontar quantas mulheres integram os microfones nas coberturas esportivas, por meio de uma pesquisa quantitativa e justificar através da pesquisa qualitativa o que pensam a respeito das jornadas. Sendo assim, a pesquisa visa discutir a presença da mulher nas transmissões, trazendo para a atualidade o posicionamento destas pioneiras e das atuais comunicadoras no meio radiofônico.

Além disso, o estudo também se justifica pela importância da temática da desigualdade e discriminação de gênero. Nos anos 2000 até 2019, assim como quando as mulheres iniciaram suas trajetórias como jornalistas e/ou comunicadoras, e até os dias atuais, o machismo continua sendo uma realidade no ambiente de trabalho, e no caso do presente estudo, nos estádios. No decorrer do artigo, serão apresentadas, por meio de falas de algumas das entrevistadas, situações de assédio e violência verbal sofridas quando elas exerciam suas profissões.

Em relação a sua natureza, a pesquisa é básica, pois, verifica a presença da mulher nas ondas radiofônicas. No tocante à abordagem do problema, é quantitativa e qualitativa, pois conforme Appolinário (2004), com a pesquisa quantitativa é possível mensurar os resultados numericamente e estatisticamente. E a qualitativa são dados coletados por meio de pesquisas realizadas com os participantes e entrevistados, que serão analisados subjetivamente pelo pesquisador. Do ponto de vista de seus objetivos a pesquisa é exploratória, pois envolve pesquisa bibliográfica, levantamento e



entrevistas semiestruturadas. Como procedimentos metodológicos, foram realizadas entrevistas com mulheres que participaram ou desempenham alguma função nas transmissões de futebol.

O período de análise se baseia entre os anos 2000 até 2019, tanto nas coberturas do esporte amador quanto profissional, nas regiões da Associação dos Municípios da Região Carbonífera (AMREC), Associação dos Municípios do Extremo Sul Catarinense (AMESC) e a Associação dos Municípios Região de Laguna (AMUREL).

Para ter o recorte sobre a temática proposta, este estudo avalia as seguintes rádios: *Araranguá AM 1290, Bandeirantes AM 1090, Difusora AM 910, Eldorado AM 570, Hulha Negra AM 1450, Litoral AM 1320, Super Santa AM 1210 e Tubá AM (730)*. Sendo assim, foram escolhidas oito rádios de amplitude modulada (AM) e que possuem, atualmente, jornadas esportivas.

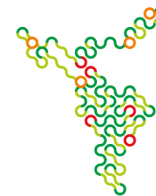
Jornalismo e o Esporte no rádio brasileiro

O descobrimento do rádio no mundo começou em 1893, quando os primeiros experimentos foram realizados. Em um período marcado por testes, até a invenção do rádio, dois pesquisadores foram primordiais na história da radiodifusão. Conforme César (2015), o padre gaúcho Roberto Landell de Moura e o italiano Guglielmo Marconi deixaram suas marcas registradas na história do meio.

César (2015) relembra que as primeiras transmissões de rádio no país foram registradas em 1919 na cidade de Recife, pela Rádio Clube de Pernambuco. Devido ao surgimento dos primeiros aparelhos, que hoje formam um grande veículo de massa chamado rádio, o esporte se tornou um dos primeiros gêneros do meio radiofônico. Soares (1994, p. 17) destaca que “o rádio esportivo foi fundamental para a transformação do futebol em esporte de massa, tornando-se um importante complemento na definição do rádio como meio de comunicação”.

Com a chegada do futebol, as emissoras começaram a implantar na grade de programação o radiojornalismo esportivo. Conforme Vieira e Medeiros (1999), o esporte se tornou uma das atrações radiofônicas e que até hoje prende a atenção dos ouvintes. Com os recursos tecnológicos o rádio evoluiu e criou novas formas de comunicação. As jornadas esportivas foram um exemplo no processo de descoberta.

As longas programações nos dias de jogos, que as emissoras passaram a intitular de jornadas, e a cobertura cotidiana da reportagem, por exemplo, acompanhando de perto cada time,



inclusive com setoristas, tornaram-se inseparáveis principalmente das emissoras que se dedicam ao jornalismo. Por isso, ao observarmos a história do rádio, sempre é possível refletir que as coberturas esportivas estão determinadamente ligadas ao meio. (ZUCULOTO, MATTOS, 2017, p. 2).

Nesse sentido, o futebol e o rádio sempre estiveram interligados. Com a implantação das jornadas esportivas, as emissoras começaram a produzir uma grande cobertura em torno do espetáculo futebolístico. Cada estação transmissora estipulava o tempo de cobertura. As emissoras realizam as transmissões intituladas de concentração. É nessa hora que os repórteres ficam espalhados em busca de notícias e entrevistas com membros da comissão técnica, jogadores e torcedores. Ou seja, este é o momento de checar e captar todas as informações antes do jogo começar. Foi através das transmissões esportivas que o futebol se tornou carro-chefe no meio. A modalidade conquistou o âmbito nacional e virou destaque nas programações das emissoras. Um exemplo clássico é ir aos estádios e observar quantas pessoas estão com o famoso “radinho de pilha” na mão, ou conectados por meio dos aplicativos para rádio.

Ainda durante a implantação da Rádio Sociedade do Rio de Janeiro, em 1923, a mulher já ocupava seu espaço no meio radiofônico. A primeira locutora do Brasil, foi a filha do fundador Edgard Roquette Pinto, a partir daquele ano a voz feminina começou a ser ouvida. Devido à participação de Beatriz Roquette Pinto, outras mulheres se interessaram pelo radiojornalismo. Mas para alcançar o espaço nos microfones elas precisaram enfrentar o preconceito e o machismo, já que na época o trabalho era visto como exclusivo dos homens.

Para Schuster e Pedrazzi (2008) por mais que o papel da mulher tenha se modificado na sociedade e elas tenham conquistado diversas áreas no mercado de trabalho, o gênero feminino possui dificuldades para conquistar espaço, por exemplo, no meio radiofônico.

Não existe no rádio igualdade de espaço entre as vozes femininas e masculinas. Basta ligar qualquer aparelho e sintonizar uma emissora qualquer para se evidenciar este fato. Tanto nas rádios de frequência AM quanto nas FM a mulher tem tido uma presença pequena se comparada ao homem (SCHUSTER; PEDRAZZI, 2008, p. 1).

Mustafá (2009) relembra que nas décadas de 40, 50 e 60 poucas mulheres ocuparam os espaços definidos por homens. Mas alguns autores acreditam que elas sempre estiveram inseridas no rádio brasileiro, desde o surgimento da primeira emissora no país. Para Tavares (1999), as mulheres participaram da história do rádio, no entanto, o número de locutores masculinos era superior ao sexo feminino.



Em 2017, a Associação Brasileira de Jornalismo Investigativo (Abraji), por meio da Agência Gênero e Número, divulgou a pesquisa: “Mulheres no jornalismo brasileiro”. De acordo com os dados, apenas 4,6% das jornalistas estão inseridas na editoria de esportes nas redações. O levantamento foi realizado de um questionário disponibilizado pelo *Google News Lab*, que ficou no ar do dia 26 de junho a 28 de agosto, com 477 respostas válidas de mulheres que atuam em 271 veículos diferentes.

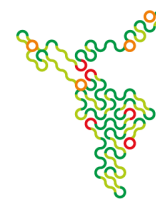
Tabela 1 – Resultados da Pesquisa

TABELA 1: EM QUAL ÁREA OU EDITORIA VOCÊ DESEMPENHA A MAIOR PARTE DAS SUAS ATIVIDADES?		
NÃO ATUO EM NENHUMA EDITORIA ESPECÍFICA/ATUO EM VÁRIAS EDITORIAS	41,3%	197
POLÍTICA/PAÍS	13,0%	62
CULTURA	9,2%	44
ECONOMIA	8,4%	40
CIDADE	6,7%	32
ESPORTE	4,6%	22
OUTRO (ESPECIFIQUE)	4,2%	20
INTERNACIONAL	2,9%	14
TURISMO, MODA, ESTILO DE VIDA, GASTRONOMIA	2,1%	10
ARTE/INFOGRAFIA	1,9%	9
RURAL E MEIO-AMBIENTE	1,5%	7
CIÊNCIA E SAÚDE	1,0%	5
SEGURANÇA E POLÍCIA	1,0%	5
EDUCAÇÃO	0,8%	4
TECNOLOGIA	0,6%	3
NÃO SABE / NÃO RESPONDEU	0,6%	3
N=477		

Fonte: Mulheres no Jornalismo Brasileiro (2017)

Por meio da pesquisa foi possível notar a baixa participação da mulher em assuntos relacionados à editoria de esportes. Seja em portais de notícias, meios televisivos, jornais impressos ou até mesmo nas rádios, as mulheres têm encontrado dificuldades para conquistar seu espaço. No entanto, a expansão do rádio seguiu conquistando países, estados, municípios e atingiu todos os cantos do Brasil. Em Santa Catarina, com 7,1 milhões de habitantes (IBGE, 2019), não podia ser diferente. Atualmente existem 64 emissoras de rádio operando em Amplitude Modulada (AM), segundo dados da Acaert (2019).

A primeira emissora implantada em Santa Catarina foi a Rádio Clube Blumenau, em 1931, que em 2019 completou 88 anos de fundação. Ao contrário do que aconteceu nas grandes



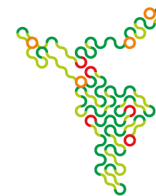
idades do país, onde os anos dourados do rádio se situam nas décadas de 30 e 60, no estado catarinense o período áureo foram nos anos 60 e 70 (REIS; MARTINS, 2005, p. 151-166).

Além de ser a pioneira do rádio brasileiro no estado, a Rádio Clube Blumenau tornou-se uma das primeiras emissoras a possuir uma equipe esportiva durante as transmissões dos jogos de futebol. A Rádio Tubá AM 730, conforme Gomes e Severo (2009), foi a primeira emissora fundada em Tubarão, no dia 4 de novembro de 1946. Atualmente a grade de programação conta com programas religiosos e atua na prestação de serviços à comunidade.

Na região Carbonífera, mais precisamente em Criciúma, surge no mesmo ano a Rádio Eldorado AM 570, fundada por um grupo de empresários. A emissora é responsável por abordar assuntos ligados a política, economia, esporte, cultura, lazer, além da prestação de serviços aos ouvintes. Conforme o meio tecnológico ia se expandindo, as primeiras transmissões jornalísticas chegaram na região da Amesc, em 1949, com a fundação da Rádio Araranguá AM 1290. A partir desta data, as notícias chegavam aos moradores do Vale do Araranguá, por meio do rádio. Gomes e Severo (2009) relembram que na época a emissora transmitia diversos recados, dedicatórias musicais, notas de falecimentos e aniversários, com o objetivo de aumentar o engajamento com o público local.

Não demorou muito e, a partir do dia 1º de outubro de 1957, em Imbituba, surgiu a Rádio Difusora de Imbituba AM 1010. Conforme Gomes e Severo (2009) outra emissora que também se destaca no meio radiofônico é a Rádio Santa Catarina AM 1210. Conhecida como Super Santa, foi fundada no dia 2 de fevereiro de 1962, em Tubarão. Na sequência, a Rádio Hulha Negra AM 1450 iniciou as atividades em 1992.

A Rádio Difusora AM 910, fundada no dia 22 de outubro de 1982, também participou da transformação do veículo de comunicação. Naquele ano, a rádio operava com apenas cinco funcionários, nas margens da rodovia SC-445, na localidade de Linha Três Ribeirões, em Içara. As primeiras coberturas esportivas foram feitas em 2002, com transmissão do esporte amador, campeonatos regionais e municipais. E anos mais tarde surge a Rádio Litoral AM 1180, que até 2005 era chamada de “Rádio Difusora 26 de Abril de Imaruí”. O nome da emissora foi em homenagem ao primeiro prefeito da cidade, Pedro Bittencourt, nascido em 1898. Conforme Gomes e Severo (2009), a rádio foi a primeira a transmitir, direto do Maracanã, uma final do Campeonato Carioca entre Vasco e Botafogo em 1968.



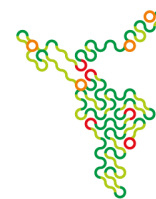
Com a ampliação do rádio e das transmissões esportivas, outras emissoras importantes surgiram. Sendo assim, na elaboração desta pesquisa optou-se por fazer um recorte histórico da participação feminina em jornadas esportivas, em torno das rádios de Amplitude Modulada (AM) no sul catarinense.

O estudo avalia então as seguintes rádios: *Araranguá, Bandeirantes, Difusora, Eldorado, Hulha Negra, Litoral AM, Super Santa e Tubá*. Assim, os dados levantados juntamente com a Associação Catarinense de Emissoras de Rádio e Televisão (ACAERT, 2019), quantifica rádios AMs pertencentes à Associação dos Municípios da Região Carbonífera (AMREC), Associação dos Municípios da Região de Laguna (AMUREL) e a Associação dos Municípios do Extremo Sul Catarinense (AMESC), que atualmente realizam jornadas esportivas. Das oito rádios que fazem as coberturas esportivas, uma mulher atua juntamente com a equipe esportiva e cinco jornalistas já desempenharam a função em anos anteriores, em torno dos jogos profissionais.

A pesquisa trabalha com um recorte de tempo estipulado dos anos 2000 até 2019, por entender que o final dos anos 1990 e início dos 2000 marcam o início da participação de mulheres nas jornadas da região Sul. Assim, a intenção é identificar a participação das pioneiras e atuais comunicadoras nas coberturas esportivas. Mediante isso, foi elaborado um questionário e encaminhado para seis mulheres via e-mail.

Participaram do questionário as jornalistas pioneiras nas jornadas esportivas: Cristina Destro Locks Santos (2002-2003), Fernanda Belloli Zampoli (2001-2006), Patrícia Amorim (2016-2019) e Simone Costa (2002). E as no microfone esportivo até 2020: Michelle Moreira da Veiga (2000-2019) e Talita Grassi Crecencio (2018-2019). Em um período de 19 anos elas já narraram, atuaram como repórter de campo, participaram na produção durante as coberturas esportivas e quebraram tabus.

O questionário abordou assuntos relacionados à participação da mulher nas coberturas esportivas, à narração feminina, os preconceitos, as dificuldades enfrentadas ao longo da inserção da mulher no meio radiofônico e outros temas.



Preconceito e mais participação

Com o tempo as mulheres foram conquistando seus espaços no meio radiofônico e nas coberturas esportivas. Mas para conquistar o espaço elas enfrentaram, dentro e fora de campo, dificuldades, superaram as adversidades e aguentaram os preconceitos.

Das dez perguntas elaboradas no questionário, uma tratava sobre os preconceitos em relação à participação da mulher nas jornadas esportivas. Das seis jornalistas que responderam à pesquisa, cinco afirmaram que já sofreram algum pré-julgamento antes, durante e após o trabalho desenvolvido.

Fato evidenciado na região, quando Fernanda Zampoli (2019) ex-repórter da rádio Eldorado descreve:

Além da função ser limitada somente à repórter de torcida, quando havia votação do melhor jogador em campo pelos integrantes da equipe na jornada esportiva, na maioria das vezes meu voto era o último e algumas vezes esqueciam. Eu era responsável por todas as informações do “entorno” do jogo e quando aparecia algo de mais expressão, por exemplo um ex-jogador famoso assistindo ou sendo homenageado, colocavam outro colega para entrevistar (ZAMPOLI, 2019).

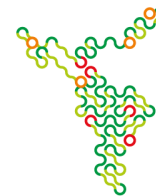
O relato da jornalista Fernanda Zampoli é apenas um de muitas mulheres que atuam no radiojornalismo esportivo. Infelizmente, apesar dos espaços conquistados, ainda é comum ouvir histórias que retratam as dificuldades envolvendo mulheres quando o assunto é futebol, um esporte tão frequente na região Sul. Mas que infelizmente dentro e fora de campo a mulher é submetida aos pré-julgamentos e muitas vezes é caracterizada com aquela frase clichê: “Mulher não entende de futebol”.

Além do preconceito enraizado em torno da participação da mulher no radiojornalismo esportivo, a pesquisa mostrou que algumas já sofreram assédio em público. Simone Costa (2019) ex-repórter da rádio Eldorado, por exemplo, lembra que as piadinhas eram constantes durante o trabalho de campo.

Era bem frustrante, já que na época havia bastante preconceito com mulheres em campo e por ser futebol amador, a estrutura do campo não favorecia as reportagens pela proximidade com a torcida. Passei o jogo ouvindo piadinhas e foi impossível manter a concentração. Experiência muito ruim (COSTA, 2019).

Patrícia Amorim (2019) ex-repórter da rádio Bandeirantes descreve:

Dentro de campo há uma cobrança maior: “Quem é essa menina?” Será que entende mesmo?” O que sofri foi assédio. Tanto por parte dos jogadores, tanto por parte dos torcedores. Em um jogo que estava trabalhando como repórter de campo alguns torcedores mandaram eu rebolar.



Foi humilhante! Mas levantamos a cabeça e seguimos, apesar de acharmos que estamos preparadas pra enfrentar essas situações, quando acontece mexe com os sentimentos (AMORIM, 2019).

Diante do relato da jornalista Patrícia Amorim, é possível observar que ainda hoje a mulher convive com situações de assédio durante as coberturas esportivas. Sendo assim, as jornalistas são expostas em situações constrangedoras durante a jornada de trabalho, que na maioria dos casos implica em traumas psicológicos para a vítima, como pontuou Patrícia.

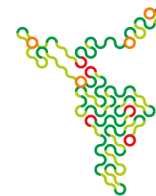
O que chama mais atenção na resposta da entrevistada é quando os torcedores mandam rebolar. Por mais que a mulher tenha conquistado seu espaço no meio radiofônico, ainda é estranho para alguns a presença dela dentro de campo fazendo a cobertura de jogo, por exemplo. Pedir que uma profissional que está exercendo seu trabalho rebole, evidencia o quanto o público, não só no futebol, mas em diversos outros esportes e cenários, ainda sexualiza o corpo de mulheres. O público está acostumado com a presença do homem, mas quando a mulher está ali no campo ela atrai a atenção do sexo masculino, como se ainda fosse anormal ela ocupar este espaço de trabalho.

Se existe preconceito, também houve mais participação delas nos estádios. É visível o aumento se compararmos o número de mulheres nas coberturas esportivas atuais. Porém, era quase impossível ver mulheres no esporte até o início dos anos 70.

A coisa mudou. Não que hoje as redações esportivas tenham o mesmo número de mulheres com relação ao contingente masculino. [...] Normal não é que haja preconceito. Homens e mulheres devem ter os mesmos direitos. Têm. Os mesmos níveis salariais, o que incrivelmente se verifica nas redações, ao contrário das demais profissões. Devem ter as mesmas oportunidades. O que não se pratica em boa parte das editorias do país. Menos ainda nas de esportes. (COELHO, 2003, p.34)

Para Coelho (2003), além do rádio, as redações esportivas do país aumentaram o número de mulheres. O país tem em torno de 10% do gênero feminino e, segundo o autor, o aumento já provou mais preconceito no passado do que hoje em dia. Mas para algumas comunicadoras o espaço não é condizente com a função desempenhada por elas.

Especificamente na região Carbonífera, em Criciúma, no Sul de Santa Catarina, com pouco mais de 192.308 habitantes (IBGE, 2010), a primeira mulher a narrar uma partida de futebol foi a jornalista Michelle Moreira Veiga, da Rádio Difusora de Içara AM 910. No dia 20 de julho de 2018, ela narrou a partida entre Criciúma e Londrina pela 16ª rodada do Campeonato Brasileiro da Série B.



Na época, o narrador titular da emissora, Joel Bernardo, teve um problema de garganta ficando impossibilitado de trabalhar, sendo assim a radialista substituiu a voz masculina.

Por meio da entrevista realizada com a jornalista, a respeito do que ela pensa da narração feminina nas ondas radiofônicas, Michelle acredita que a mulher precisa evoluir, estudar e se especializar. “Como toda mulher, temos que provar algo a mais para entrar e ganhar o universo masculino. Faz parte da sociedade. Mas apoio totalmente as meninas que estão nesse universo. Mas, mesmo assim a técnica vocal é tudo” (VEIGA, 2019).

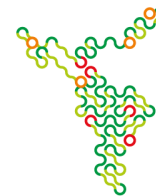
O jornalista Milton Jung (2004) relembra que no começo das transmissões o rádio era exclusivo aos homens de boa voz. Naquela época, com o surgimento do rádio no país, não se cogitava a participação delas no radiojornalismo esportivo. Quando a mulher era contratada, sendo funcionária oficial da emissora na maioria das vezes, era responsável por programas de entretenimento e jornalísticos.

Considerações finais

A realidade local mostra que a participação delas nas coberturas corre de maneira lenta e na maioria das vezes o ingresso da mulher nesse mercado é atribuído como um período marcado de dificuldades, pré-julgamento, preconceito até a inserção do gênero feminino no meio radiofônico. Essas barreiras escancaram que o combate ao machismo e discriminação de gênero devem ser pautas constantes em Universidades, estádios, propagandas esportivas, etc. Demonstra que é preciso debater e dialogar sobre o assunto, como forma de desmistificar que o futebol é um ambiente unicamente masculino.

Diante dos relatos das seis jornalistas entrevistadas elas, acreditam que a mulher ainda tem muito a alcançar neste espaço considerado, ainda, masculino. O estudo discute ainda, o espaço que elas ocupam atualmente nas jornadas esportivas. Em princípio, a maioria das seis comunicadoras cumpriram a função de repórter de torcida, uma teve a oportunidade de narrar uma partida oficial do Criciúma Esporte Clube ou no máximo algumas participações dentro de campo ou estúdio.

É natural que as mulheres encontrem pelo caminho dificuldades e obstáculos até conquistar o seu espaço e terem sua voz no rádio, seja como repórter de campo, de torcida ou comentarista. Assim, é nosso desejo que as emissoras de rádios locais abram mais espaços e oportunidades para a voz



feminina e que as universidades incentivem desde cedo as acadêmicas a seguir no meio radiofônico, só assim teremos mais representatividade feminina.

Referências

ACAERT. Associação Catarinense de Emissoras de Rádio e Televisão, 2019. Disponível em <https://www.acaert.com.br/associado/radio>. Acesso em setembro de 2019.

APPOLINÁRIO, F. **Dicionário de metodologia científica: um guia para a produção do conhecimento científico**. São Paulo: Atlas, 2004.

CÉSAR, Cyro. **Rádio: a mídia da emoção**. São Paulo: Editora Summus, 2015.

COELHO, Paulo Vinícius. **O Jornalismo Esportivo**. São Paulo: Editora Contexto, 2007.

GOMES, Marco Aurélio; SEVERO, Antunes. **Memória da Radiodifusão Catarinense**. Florianópolis: Editora Insular, 2009.

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

IBGE – INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA. Censo Brasileiro de 2010. Rio de Janeiro: IBGE, 2010. Acesso em setembro de 2019.

MEDEIROS, Ricardo; VIEIRA, Lúcia Helena. **História do Rádio em Santa Catarina**. Florianópolis: Editora Insular, 1999.

MUSTAFÁ, Izani. **Alô, alô, Joinville! Está no ar a rádio difusora! A radiodifusão em Joinville/SC (1941-1961)**. Disponível em: <<https://tinyurl.com/y7gw3p3d>>. Acesso em: 11/06/2019.

REIS, C.; MARTINS, C. **A publicidade veiculada nas emissoras de rádio de Blumenau nas décadas de 60 e 70**. In: QUEIROZ, A. (org.). *Propaganda, história e modernidade*. Piracicaba: Degaspari, 2005, p. 151-168.

SCHUSTER, Aline Josiane; PEDRAZZI, Fernanda Kieling. **Mulheres no rádio: uma investigação sobre a presença feminina nos microfones das rádios de Frederico Westphalen**. IX Intercom, Guarapuava, 2008.

SOARES, Edileuza. **A Bola no Ar: O rádio esportivo em São Paulo**. São Paulo: Summus Editorial, 1994.

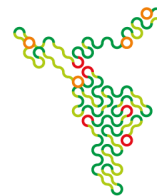
TAVARES, Reynaldo. **Histórias que o rádio não contou**. 2. Ed. São Paulo: HARBRAS, 1999.

TRIVIÑOS, A. N. S. **Introdução à pesquisa em ciências sociais: a pesquisa qualitativa em educação**. São Paulo: Atlas, 1987.

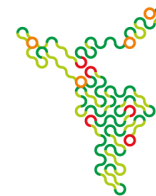
ZUCULOTO, V. MATTOS, E. T. **As mulheres no radiojornalismo esportivo: contextualizações para pesquisa histórica sobre sua presença profissional em Santa Catarina**. Trabalho



Universidade do Extremo Sul Catarinense
IV Congresso Ibero-Americano de Humanidades, Ciências e
Educação
Desafios Contemporâneos das Sociedades Ibero Americanas



apresentado ao GT História da Mídia Sonora, do XI Encontro Nacional da História da Mídia, Mackenzie, São Paulo, 2017.



MIGRAÇÃO DAS EMISSORAS DE RÁDIO AM PARA FM DA REGIÃO CELEIRO DO RIO GRANDE DO SUL, BRASIL

Lidia Paula Trentin¹

Resumo: Parte da investigação de doutorado da autora, a pesquisa aqui apresentada visa verificar a situação da migração das emissoras de rádio AM para FM da Região Celeiro, localizada no Noroeste do Rio Grande do Sul, Brasil. O estudo tem como objetos empíricos as rádios: Guarita AM 1430, de Coronel Bicaco; Metrópole AM 1070, de Crissiumal; Alto Uruguai FM 106,1 (que migrou do AM 970), de Humaitá; Querência FM 89.7 (que migrou do AM 1120); Rádio Municipal AM 620, de Tenente Portela; e Difusora AM 1350, de Três Passos. Para a realização da pesquisa foram feitas entrevistas a partir de questionários com perguntas abertas e fechadas com os diretores de cada uma das emissoras mencionadas. A partir das entrevistas, verificou-se que das seis emissoras AM da Região Celeiro pesquisadas na tese, duas já migraram, três estão em processo de migração e uma optou por não migrar, somente iniciará o processo caso o Governo determine como obrigatória a migração. As principais razões para a migração foram melhoria da qualidade do som, expectativa de aumentar e alcançar várias faixas de audiência e a possibilidade de aumentar o faturamento com publicidade.

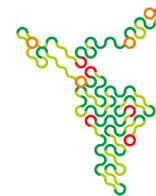
Palavras-chave: Rádio. Migração do rádio. Região Celeiro. Rio Grande do Sul. Brasil.

Migration of AM to FM radio stations in the Região Celeiro of Rio Grande do Sul, Brazil

Astract: Part of the author's doctoral research, the research presented here aims to verify the migration situation of AM radio stations to FM in the Região Celeiro, located in the Northwest of Rio Grande do Sul, Brazil. The study has radio empirical objects: Guarita AM 1430, by Coronel Bicaco; Metrópole AM 1070, by Crissiumal; Alto Uruguai FM 106.1 (which migrated from AM 970), from Humaitá; Querência FM 89.7 (which migrated from AM 1120); Rádio Municipal AM 620, by Tenente Portela; and Difusora AM 1350, from Três Passos. In order to carry out the research, interviews were conducted using questionnaires with open and closed questions with the directors of each of the aforementioned broadcasters. From the interviews, it was found that of the six AM broadcasters in the Região Celeiro surveyed in the thesis, two have already migrated, three are in the process of migration and one has chosen not to migrate, it will only start the process if Government determines that migration is mandatory. The main reasons for the migration were the improvement in sound quality, the expectation of increasing and reaching various audience ranges and the possibility of increasing advertising revenue.

Keywords: Radio. Radio migration. Região Celeiro. Rio Grande do Sul, Brazil.

¹ Doutoranda em Comunicação e Linguagens na Universidade Tuiuti do Paraná – UTP. Bolsista PROSUP/CAPES. Integrante do Grupo de Pesquisa Interações Comunicacionais, Imagens e Culturas Digitais – INCOM, da UTP. E-mail: lidiapaulatrentin@gmail.com. Curitiba, Paraná, Brasil.



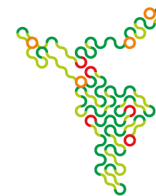
Introdução

O presente estudo faz parte da investigação de doutorado da autora e tem como objetos empíricos as rádios Guarita AM 1430, de Coronel Bicaco; Metrópole AM 1070, de Crissiumal; Alto Uruguai FM 106,1 (que migrou do AM 970), de Humaitá; Querência FM 89.7 (que migrou do AM 1120); Rádio Municipal AM 620, de Tenente Portela; e Difusora AM 1350, de Três Passos. Todas as cinco emissoras estão localizadas na Região Celeiro, no Noroeste do Estado do Rio Grande do Sul, Brasil.

O desenvolvimento da pesquisa está relacionado ao processo de migração das emissoras de rádio AM para FM que está acontecendo no Brasil. De acordo com Antonik (2018, p. 17), em 2013, após intenso esforço da Associação Brasileira das Emissoras de Rádio e Televisão (ABERT), a então presidente Dilma Rousseff, “assinou um decreto autorizando as 1.781 emissoras de rádio AM a adaptarem suas outorgas para FM, mediante o cumprimento de uma miríade de condições técnicas e financeiras e administrativas”.

Há mais de uma década, observa-se o crescente declínio AM no Brasil. Além da notória a diferença na qualidade do áudio em relação ao FM, o crescimento urbano aumenta cada vez mais o nível de ruídos, interferências e poluição na faixa de ondas médias. Com a deterioração da qualidade do áudio, os ouvintes enfrentam dificuldades para sintonizar emissoras em AM, seja em receptores de mesa ou de automóveis. Soma-se a isso, as dificuldades técnicas/operacionais de recepção em dispositivos móveis como os *smartphones*. A estagnação do rádio AM provocou a queda de audiência e, conseqüentemente, reduziu a competitividade no *dial* (PRATA; DEL BIANCO, 2018, p. 25).

Tendo isso em vista, o estudo aqui apresentado tem como objetivo geral verificar a situação da migração das emissoras de rádio AM para FM na Região Celeiro e, como objetivos específicos têm-se: a) verificar quais rádios já assinaram o termo aditivo de adaptação de outorga de AM para FM e o que as levou a migrar para o FM; b) constatar quais emissoras já estão operando em FM e quais não, bem como os motivos; c) indagar sobre como foi o processo burocrático junto ao MCTIC para conseguir a adaptação da outorga em relação a documentação exigida, regularidade fiscal, tributária e trabalhista e projeto de adaptação técnica; e d) averiguar quais foram os principais desafios enfrentados na migração da rádio para o FM.



Isto posto, com o intuito de dar embasamento à pesquisa, a seguir serão discutidas questões relevantes acerca da Migração das emissoras de rádio AM para FM no Brasil, bem como os métodos de pesquisa utilizados no decorrer do estudo.

Migração das emissoras de rádio AM para FM no Brasil

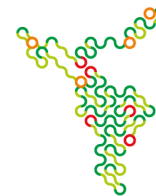
A primeira transmissão de rádio no Brasil ocorreu, oficialmente, no dia 7 de setembro de 1922, com a veiculação do pronunciamento do presidente Epitácio Pessoa. Assim, o rádio AM foi o pioneiro no que se refere a meios de comunicação de massa.

Ouvir rádio AM, explicam Prata e Del Bianco (2018, p. 27), era, até o final da década de 1960, “uma experiência imersiva, coletiva e familiar. Condição de proximidade com o público que deu sobrevida a frequência até os anos 80, mesmo diante de sucessivas inovações tecnológicas como o advento da TV e a popularidade do FM”. Entretanto, a partir daí, as inovações tecnológicas “passaram a ameaçar a sustentabilidade desta frequência histórica”.

Os principais fatores que afetaram a competitividade e o prestígio do rádio AM, de acordo com Curado (2014, p. 56-61, apud PRATA; DEL BIANCO, 2018, p. 27-28), foram: “a perda da qualidade do som”, visto que há “excesso de ruídos que interferem na propagação do AM, especialmente na recepção móvel”; a “popularização do uso de celulares, smartphones e tablets”, que só operam na faixa FM; e “a amplitude modulada perdeu o financiamento publicitário e audiência”.

A migração da frequência AM para FM, “tem como objetivo fortalecer as emissoras de rádio que hoje são prejudicadas por interferência no dial AM. Quanto maior a cidade mais difícil é a captação do sinal. Ao mudar para o FM, essas rádios terão um aumento da qualidade do áudio”, e, consequentemente, maior audiência e faturamento (ABERT, 2016).

Em maio de 2010 a Agência Nacional de Telecomunicações – Anatel – publicou um estudo relativo à viabilidade da migração da faixa AM de rádio para a FM, “usando os canais 5 e 6 e televisão a serem liberados com a migração para a TV digital”. Trata-se do FM estendido (eFM) entre a faixa de 76 a 88 MHz, que amplia o espectro hoje ocupado pela faixa entre 88 e 108 MHz”. E em 2013, no dia do Radialista – 7 de novembro –, a então Presidente da República, Dilma Rousseff, “assinou decreto n. 8.139/2013 com as regras para mudança, prevendo a apresentação de requerimentos a partir de 1º de janeiro de 2014” (PRATA; DEL BIANCO, 2018, p. 29, 31).



O decreto foi resultado de um acordo estabelecido entre governo e ABERT em torno de questões essenciais a recuperação do setor: a) a migração é facultativa; b) a frequência AM local será extinta ao término do processo; quem não aderir terá de migrar para outras categorias de operação na faixa AM (regional e nacional); c) a concessão de outorga para FM é onerosa, devendo ser pago o valor correspondente pelo uso da radiofrequência em parcela única estipulada pelo governo; d) para solicitar a mudança emissoras devem comprovar regularidade fiscal e trabalhista; e) o atendimento aos pedidos está condicionado a viabilidade técnica da localidade; f) a nova outorga é restrita ao município onde está situada a emissora de origem; g) é permitido *simulcast* nas localidades onde há espaço no *dial* por até 180 dias após a transferência e onde as emissoras for necessário ocupar o FM estendido o prazo de convivência dos dois sinais é por até cinco anos; e h) as transmissões em Ondas Tropicais e Ondas Curtas não foram beneficiadas com direito a adaptação, mas o serviço foi preservado (PRATA; DEL BIANCO, 2018, p. 31).

Assim, coloca Antonik (2018, p. 17), “das quase 1800 emissoras AM, cerca de 1300 devem ser ‘acomodadas’ na faixa atual do FM (88 MHz a 108 MHz)”, 300 serão colocadas na faixa estendida de FM (78 MHz a 88 MHz) e cerca de 200 emissoras AM optaram por não migrar, como é o caso da Rádio Metrópole AM 1070, explicado nos resultados e considerações finais.

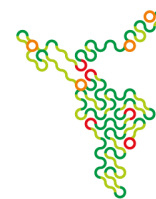
Em seguida, são apresentados o método de pesquisa utilizado para a coleta de informações desse estudo, bem como os resultados e considerações finais.

Metodologia

Para a realização da pesquisa foram feitas entrevistas com os diretores de cada uma das emissoras mencionadas a partir de três diferentes questionários com perguntas abertas e fechadas, um para emissoras que já migraram, uma para aquelas que estão em processo de migração, além de um para as rádios que optaram por não migrar. Os questionários tiveram como base os produzidos por Nair Prata e Nélia R. Del Bianco para a pesquisa do livro “Migração do rádio AM para o FM: avaliação de impacto e desafios frente à convergência tecnológica” (2018).

As entrevistas para a aplicação dos questionários foram realizadas pessoalmente em cada uma das seis emissoras, entre fevereiro e julho de 2019², sendo que as datas e horários das entrevistas foram escolhidas pelos entrevistados, de acordo com a disponibilidade de cada um deles.

² Essa demora ocorreu tanto pelo fato de a pesquisadora viver em Curitiba, Paraná, e ir para o Rio Grande do Sul somente nas férias, quanto devido aos diretores estarem viajando e não terem disponibilidade para ceder as entrevistas.



Optou-se pela aplicação de questionários pelo fato de ser um método de pesquisa quantitativa composto por um conjunto de perguntas, que podem ser: questões seguidas de uma escala (por exemplo de 0 a 10); ou perguntas que oferecem com diferentes opções de respostas (como a, b, c, d, e) para que quem estiver respondendo assinale aquelas que correspondem as suas ideias (LAVILLE; DIONNE, 1999). Os questionários também podem conter perguntas abertas, nas quais os entrevistados podem expressar suas opiniões, no entanto, dependem, segundo os autores (1999) da boa vontade, da franqueza e da competência dos respondentes.

A escolha pelos tipos de perguntas que vão constar no questionário depende dos objetivos e necessidades de cada pesquisa e está sujeita aos critérios e preferências do pesquisador que irá elaborar as questões, assim como a estruturação. José Antonio Carnevalli e Paulo Augusto Cauchick Miguel (2001, p. 04), mencionam quatro tipos diferentes de questionários:

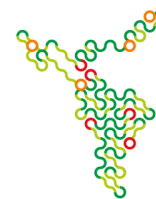
- a) Estruturado não disfarçado: o respondente sabe qual é o objetivo da pesquisa, e o questionário é padronizado, usando principalmente questões fechadas.
- b) Não estruturado: não disfarçado, neste caso usa-se mais questões abertas e o respondente sabe qual é o objetivo da pesquisa.
- c) Não estruturado disfarçado: usa técnicas projetivas (completar sentenças, etc.) para conseguir as informações, sem que o respondente saiba a finalidade da pesquisa (BOYD J. & WETFALL, 1964).
- d) Estruturado disfarçado: tenta através da tabulação e cruzamento de informações, descobrir a importância de um assunto para a pessoa, indiretamente (MATTAR, 1996).

No caso do presente estudo, que trata sobre a situação da migração das emissoras AM para FM das emissoras da Região Celeiro, foram utilizados questionários rigorosamente padronizados, mesclando perguntas fechadas e abertas, e estruturado não disfarçado, pois os respondentes tinham conhecimento dos objetivos do estudo.

Há a possibilidade de aplicar os questionários pessoalmente ou os enviar por *e-mail*, correio, fax, como o pesquisador achar mais viável. Para o presente estudo, eles foram aplicados pessoalmente, optou-se por essa forma de aplicação para garantir que fossem respondidos, dada a importância das respostas para a pesquisa.

A migração das rádios AM para FM na Região Celeiro

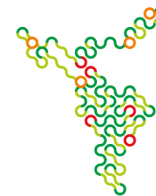
A partir do questionário aplicado para compreender a situação da migração das emissoras AM para FM na Região Celeiro, com as rádios Guarita AM 1430, Metrópole AM 1070, Alto Uruguai FM



106,1 (antiga AM 970), Querência FM 89,7 (antiga AM 1120), Municipal AM 620 e Difusora AM 1350, verificou-se que todas possuem *site* na internet com a possibilidade de ouvir a programação ao vivo, *WhatsApp* para o contato do público – apesar de ele nem sempre ser usado para esse fim, no caso da Rádio Municipal, por exemplo, o *smartphone* fica na secretaria e quando há mensagens relacionadas à programação ou aos locutores a secretária repassa o conteúdo –, fanpage no *Facebook* – que é a rede social mais utilizada por todas as emissoras mencionadas na pesquisa – e e-mail – que todas as rádios utilizam, mas apenas um diretor lembrou de mencionar –. Cinco, das seis emissoras possuem perfil no *Instagram*, três no *Twitter* e quatro têm canal no *YouTube*. As rádios Difusora, Rádio Querência, Rádio Alto Uruguai ainda possuem aplicativo para *smartphone*, tanto para Android quanto para IOS.

Especificamente sobre a migração, das seis emissoras AM da Região pesquisadas na tese, duas já migraram, três estão em processo de migração e uma optou por não migrar, somente iniciará o processo caso o Governo determine como obrigatória a migração. As emissoras que já migraram foram Alto Uruguai FM 106.1, que assinou o termo aditivo de adaptação de outorga de AM para FM em 2017 e no mesmo ano fez a migração, e a Querência FM 89.7, com assinatura do termo e migração em 2019. Em processo de migração estão as rádios Difusora AM 1350, Guarita AM 1430 e Municipal AM 620, com os termos assinados em 2014, 2018 e 2018, respectivamente, todas as três estão aguardando a concessão de uma frequência para iniciar as operações em FM. A Rádio Metrópole AM 1070 não fará a migração, por esse motivo, o questionário foi diferente, as questões não se aplicavam à situação da emissora, dessa forma, a partir daqui as questões não foram respondidas pelo diretor, logo, apenas cinco rádios dão seguimento ao questionário.

As principais razões que levaram as emissoras a solicitarem a migração foram, em primeiro lugar, citadas por quatro das cinco emissoras: melhoria da qualidade do som, expectativa de aumentar e alcançar várias faixas de audiência, a exemplo dos jovens e possibilidade de aumentar o faturamento com publicidade; em segundo: oportunidade para renovar o conteúdo e formato da programação, mencionada por três emissoras; e, em terceiro lugar: renovação das formas e canais de interação com a audiência, necessidade de inserir a rádio no ambiente digital móvel (celular) (inclusive são as que não possuem aplicativo) e trocar o transmissor para reduzir custos com energia elétrica, citadas por duas das cinco emissoras.



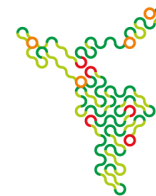
O processo burocrático (documentos exigidos, regularidades e projetos de adaptação) para conseguir a adaptação da outorga junto ao Ministério da Ciência, Tecnologia, Inovações e Comunicações – MCTIC cumpriu a expectativa para três das cinco emissoras, para uma delas superou a expectativa e o diretor de outra não soube informar, pois não participou do processo de solicitação de migração, assumindo o cargo após o pedido.

O valor pago pela adaptação da outorga foi considerado por todos os diretores como muito alto. Ainda há os investimentos relacionados à migração, como compra e instalação de novos equipamentos e infraestrutura. Ao todo, as rádios Querência e Alto Uruguai, que já migraram, gastaram em torno de R\$ 200.000,00 e R\$ 250.000,00, as emissoras que ainda estão em processo de migração pretendem investir entre R\$ 100.000,00 até R\$ 300.000,00.

A troca ou compra de alguns equipamentos é necessária com a migração, por exemplo, transmissor e torre de transmissão foram mencionados por quatro das cinco emissoras, estúdio de transmissão ao vivo (console de áudio, computadores, entre outros) foi citado por duas e computadores para áreas de produção e jornalismo por uma, ou seja, todas as emissoras pretendem investir em pelo menos um tipo de equipamento novo após a migração.

Ao migrar para o FM, apenas uma emissora continuará com a mesma programação, as outras quatro manterão apenas parte da programação, e as mudanças são: remodelagem de programas existentes, criação de novos formatos de programas e, também, de novas vinhetas e plástica sonora da rádio (quatro menções); mudanças no estilo de locução e no segmento musical da rádio (três); aumento da programação jornalística (duas); e contratação de novos comunicadores (uma). A única emissora que contratou novos profissionais em função da migração foi a Rádio Alto Uruguai, que admitiu um jornalista e locutor e um vendedor, para realizar as mudanças na programação. As emissoras que ainda estão em processo de migração não pretendem contratar nenhum novo profissional.

A divulgação para comunicar aos ouvintes a nova frequência no FM se dará (se deu, nos casos das emissoras que já migraram) por: spots veiculados na rádio e banner no *site* da emissora (cinco menções); ação em redes sociais (quatro); anúncios em festas, partidas de futebol ou eventos públicos (três); anúncio em jornais e adesivos para carro (duas); e panfletos, cartazes em pontos estratégicos da cidade, adesivos para carros e blitz em pontos da cidade (uma menção).



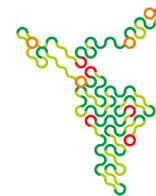
Para fazer o reposicionamento da marca a partir da migração para o FM, duas emissoras irão mudar o *slogan*, criar nova logomarca e criar uma nova plástica sonora para identificação da rádio, três manterão a marca do AM e apenas farão a troca por FM.

Todas as emissoras esperam aumentar o faturamento e o público. A expectativa de aumento da audiência a partir da migração varia entre 10% e 40%. A parcela de ouvintes que as emissoras pretendem atrair é indiferente, assim como a faixa etária, apesar disso, os diretores acreditam que atingirão principalmente, com a migração, um público mais jovem.

Na Região são poucas empresas que fazem pesquisas de audiência e poucos diretores confiam nelas, a exemplo disso, apenas duas emissoras realizam esse tipo de pesquisa para mensurar seu público, os instrumentos mais utilizados para essa medição são: interação pelo *WhatsApp* (cinco respostas); curtidas, comentários e compartilhamentos no *Facebook* da rádio e interação pelo telefone (quatro); Contagem acessos à página da rádio na internet, curtidas e comentários no *Instagram* da rádio e interação por *e-mail* (três); e boca a boca mencionado (uma).

Quanto à interação com o público, como as emissoras já possuem *sites* e páginas ou perfis nas redes sociais, elas pretendem ampliar ou intensificar a comunicação por meio de: ligação telefônica e transmissão ao vivo pelo *Facebook* (cinco menções); maior contato pelas redes sociais, grupo de *WhatsApp* da rádio, espaço de comentários no *site* e fanpage no *Facebook* (quatro); grupo de *WhatsApp* por programa e e-mail (três); e fanpages dos programas no *Facebook*, chat do aplicativo da rádio para *smartphone*, perfil no *Instagram*, canal no *YouTube* (nesses três últimos, há pouco contato por parte do público, que será detalhado nos resultados seguintes) e carta (com uma menção cada).

A migração para FM atendeu as expectativas para três emissoras, atendeu em parte para uma e a outra não soube responder. E, os principais desafios apontados pelas emissoras, no que se refere à sustentabilidade financeira, produção de conteúdo, relacionamento com a audiência e a concorrência foram a burocracia do processo de migração, a falta de financiamentos com juros compatíveis e a falta de mão de obra especializada. Há também, no caso das emissoras que ainda estão em processo de migração, problemas com a obtenção de frequência na faixa FM devido a Região Celeiro estar localizada próxima à fronteira com a Argentina, dessa forma, conforme a legislação brasileira, a frequência cedida não pode alcançar o país vizinho.



Considerações Finais

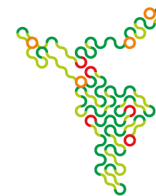
A partir das entrevistas, verificou-se que das seis emissoras AM da Região Celeiro pesquisadas, duas já migraram, três estão em processo de migração e uma (Rádio Metrópole AM 1070 de Crissiumal) optou por não migrar, somente iniciará o processo caso o Governo determine como obrigatório, isso porque a emissora tem um público essencialmente do meio rural, local onde o rádio FM não tem alcance. As emissoras em processo de migração estão à espera de uma frequência em FM, cedida pelo MCTIC, e, um dos principais motivos para o atraso na concessão é encontrar uma frequência que não atinja a Argentina nem sofra interferência das emissoras de rádio do país vizinho.

As principais razões para a migração foram melhoria da qualidade do som, expectativa de aumentar e alcançar diversas faixas de audiência e a possibilidade de aumentar o faturamento com publicidade. Além disso, os novos aparelhos de rádio não possuem opção AM, assim como os rádios de automóveis, celulares e *smartphones*.

Apesar de o valor pago pela adaptação da outorga ter sido considerado muito alto, principalmente para emissoras do interior e de municípios pequenos, cujo rendimento é menor que nas capitais e cidades maiores, e levando em consideração os grandes investimentos necessários para realizar a migração – no que se refere a infraestrutura e compra e instalação de novos equipamentos –, o processo burocrático para conseguir a adaptação da outorga junto ao MCTIC, como documentos exigidos, regularidades e projetos de adaptação, atendeu as expectativas das Rádios.

No que se refere aos desafios apontados pelas emissoras, destacaram-se a burocracia do processo de migração, a falta de financiamentos com juros compatíveis, bem como a falta de mão de obra especializada.

A decisão pela migração das emissoras de rádio AM para FM se deu, sobretudo pelo fato de, explica Antonik (2018, p. 17), ser uma “tecnologia que usa frequências muito baixas” e “as baixas frequências do AM são suscetíveis a interferência de cabos de alta tensão, fornos de micro-ondas, controles remotos e telefonia sem fio”, por este motivo, para o autor, o rádio AM “está condenado à morte”. No entanto, deve-se levar em consideração que essas interferências são muito mais frequentes em grandes cidades, no interior – a exemplo da Região Celeiro –, isso dificilmente ocorre, inclusive,



graças a ampla propagação do sinal AM, há localidades em que apenas emissoras de baixa frequência conseguem atingir.

Referências

ABERT. Tudo sobre a migração do rádio AM-FM. 15 jan. 2016. Disponível em: <<https://www.abert.org.br/web/index.php/tudo-sobre-a-migracao-do-radio-am>>. Acesso em: 28 fev. 2020.

ABERT. **Abert propõe preços para a migração do rádio AM**. 08 out. 2015. Disponível em: <<https://www.abert.org.br/web/index.php/notmenu/item/24294-abert-propoe-precos-para-a-migracao-do-radio-am>>. Acesso em: 06 mai. 2020.

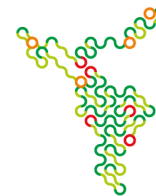
ANTONIK, Luís Roberto. Prefácio 2. In: PRATA, Nair; DEL BIANCO, Nélia R. (orgs.). **Migração do rádio AM para o FM** - Avaliação de impacto e desafios frente à convergência tecnológica. Florianópolis: Insular, 2018.

CARNEVALLI, José Antonio; MIGUEL, Paulo Augusto Cauchick. **Desenvolvimento da pesquisa de campo, amostra e questionário para realização de um estudo tipo survey sobre a aplicação do QFD no Brasil**. Anais do Encontro Nacional de Engenharia de Produção – Enegep. Rio de Janeiro. 2001. Disponível em: <http://www.abepro.org.br/biblioteca/enegep2001_tr21_0672.pdf>. Acesso em: 13 mai. 2019.

LAVILLE, Christian; DIONNE, Jean. **A construção do saber: manual de metodologia da pesquisa em ciências humanas**. tradução: Heloisa Monteiro e Francisco Settineri. Porto Alegre: Artmed; Belo Horizonte: Editora UFMG, 1999.

PRATA, Nair; DEL BIANCO, Nélia R. A construção da política pública brasileira de migração do rádio AM para o FM. In: PRATA, Nair; DEL BIANCO, Nélia R. (orgs.). **Migração do rádio AM para o FM** - Avaliação de impacto e desafios frente à convergência tecnológica. Florianópolis: Insular, 2018.

PRATA, Nair; DEL BIANCO, Nélia R. (orgs.). **Migração do rádio AM para o FM** - Avaliação de impacto e desafios frente à convergência tecnológica. Florianópolis: Insular, 2018.



O JORNALISMO CIENTÍFICO NA COMUNICAÇÃO DA CIÊNCIA EM RÁDIOS UNIVERSITÁRIAS E PÚBLICAS DE PORTUGAL, BRASIL E ESPANHA

Paulo Roberto Santhias¹

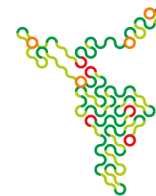
Resumo: Rádios universitárias e públicas reúnem potencialidades a valorizar o jornalismo científico e a comunicação da ciência em Brasil, Portugal e Espanha. Ao transmitir conhecimento evidenciam protagonismo neste segmento do radiojornalismo. Trata-se de uma observação inicial de conteúdos disponibilizados nos sítios das emissoras na web e recortados à amostra específica neste estudo. Como procedimento metodológico foram baixadas matérias de fevereiro, março e julho 2020. Foram escutados seis programas: MEC e USP FM, Brasil; USAL (Universidade de Salamanca) e RNE (Rádio Nacional da Espanha); Antena 1 e RUM (Rádio Universidade do Minho), Portugal. Objetivo: investigar as produções com foco em comunicação da ciência. Por referencial teórico relacionam-se os pensamentos de pesquisadores consagrados do radiojornalismo e comunicação científica. Aporte teórico do jornalismo que conduz a reflexões do radiojornalismo científico. O resultado a priori transcorre em análise do material.

Palavras-chave: Comunicação de ciência. Radiojornalismo científico. Rádio universitária. Rádio pública. Divulgação da Ciência.

SCIENTIFIC JOURNALISM IN THE COMMUNICATION OF SCIENCE ON UNIVERSITY AND PUBLIC RADIOS IN PORTUGAL, BRAZIL AND SPAIN

Abstract: University and public radio have the potential to enhance scientific journalism and science communication in Brazil, Portugal and Spain. In transmitting knowledge, they show prominence in this segment of radio journalism. This is an initial observation of content made available on the websites of broadcasters on the web and cut to the specific sample in this study. As a methodological procedure, articles from February, March and July 2020 were downloaded. Six programs were listened to. They are: MEC and USP FM, Brazil; USAL (University of Salamanca) and RNE (National Radio of Spain); Antena 1 and RUM (Radio University of Minho), Portugal. Objective: to investigate productions with a focus on science communication from selected radio stations. The theoretical framework relates the thoughts of renowned researchers in radio journalism and scientific communication. Theoretical contribution of journalism that leads to reflections on scientific radio journalism. The a priori result takes place in the analysis of the material.

¹ Doutorando Ciências Comunicação, Universidade da Beira Interior, Portugal; doutorando Jornalismo PPGJOR – UFSC, cotutela. Membro GIRAFA Grupo Pesquisa Rádio, Áudio e Fonografia. E-mail: prsanthias@gmail.com – Orientado pela Prof. Dr.^a Valci Zuculoto, PPGJor UFSC; Prof. Dr. Ricardo Morais UBI/PT.



Keywords: Science communication. Scientific radio journalism. University radio. Public radio. Dissemination of Science.

INTRODUÇÃO

Rádios universitárias e públicas realizam um serviço público essencial à comunicação de ciência e radiojornalismo científico ao informar da crise sanitária durante a programação. Partindo do conhecimento gerado dentro das universidades, como os da disseminação do SARS-Cov-2, Covid-19 e desdobramentos, informados por produções radiofônicas necessárias à “democratização do conhecimento”.

Este estudo pretende analisar a potencialidade da comunicação de ciência e do radiojornalismo científico na pandemia.

Rompendo fronteiras o novo coronavírus estabeleceu a pandemia global. Para o jornalista David Quammen: “Que o vírus tenha vindo de um animal, provavelmente um morcego, e possivelmente depois de ter passado por outra criatura, pode parecer esquisito, mas não surpreende de forma alguma os cientistas que estudam essas coisas.” (QUAMMEN, 2020, p. 12.).

São matérias de: MEC RJ; USP FM, no Brasil; USAL (Universidade de Salamanca); RNE (Rádio Nacional da Espanha); Antena 1 (RTP); RUM (Rádio Universidade do Minho), Portugal.

Objetivo: analisar produções radiofônicas no âmbito da divulgação científica e radiojornalismo científico.

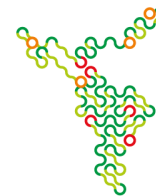
1. BRASIL

1.1 Rádio MEC/RJ – 800 KHz

A Rádio MEC, Ministério da Educação, é precursora no segmento público e educativo. A pesquisadora Valci Zuculoto salienta este pioneirismo: “a Rádio MEC do Rio de Janeiro nasceu como Rádio Sociedade do Rio de Janeiro, fundada por Roquette-Pinto, sendo, por isso, tanto a primeira emissora radiofônica do Brasil e também, ao ser doada para o governo federal sob a condição de que não se transformasse em comercial, a pioneira entre as rádios públicas.” (ZUCULOTO, 2012, p. 90).

Na transição à União permaneceu o rádio educativo, historiciza Marlene:

Com a passagem da Rádio Sociedade do Rio de Janeiro para o âmbito do Governo Federal, a nova rádio MEC – a nossa MEC – ganha status e vê ampliadas as possibilidades de cumprir a sua missão, agora que pertencia ao órgão responsável de comunicação, não se afastava do



princípio que o embalou desde o nascimento, num momento em que se vislumbrava o grande potencial comercial, como veículo de promoção de vendas. (BLOIS, 2007, p. 142).

A divulgação científica é mote constante da programação. Hoje, os ouvintes acompanham matérias de ciência, exemplo, quadro “Ciência no Rádio”, parceria Rádio MEC-Observatório Nacional.

O quadro “A Pauta É”² faz parte do programa “Rádio Sociedade”, segunda a sexta-feira, 7h às 9h, apresentado pelo jornalista Dylan Araújo. A edição: 28 fevereiro 2020, 11’18”, foi intitulada: “Coronavírus é pauta no Rádio Sociedade”. Foi entrevistado o professor de infectologia, Edimilson Migowski, coordenador de relações externas da Universidade Federal do Rio de Janeiro.

Dylan Araújo disse: o Rio de Janeiro tem nove casos registrados de novo coronavírus:

(57’): “Alarde, alerta, atenção, desespero. De que modo a população deve encarar o surgimento dos primeiros casos de suspeita aqui no Rio, Dr. Migowski?”

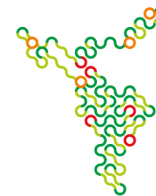
(2’48) Pergunta: “É natural que as pessoas de fato se preocupem neste período do carnaval no Rio de Janeiro, das aglomerações. Ouvi algumas pessoas dizendo “não vou para bloco não porque vai que tenha coronavírus circulando e daí por diante. Sendo fundada a preocupação acho interessante que a gente passe a falar sobre os principais cuidados. Lavar as mãos me parece que é um deles, está entre os mais importantes. Quais as outras recomendações a gente pode transmitir para a população, Dr. Migowski?”

1.2 Rádio USP FM

Rádio USP FM, São Paulo, iniciou a 11 de outubro 1977, como a primeira universitária FM paulistana. Discorrem (MALULY E SILVA) da programação: “o perfil universitário fez com que vários projetos, que eram frutos de atividades curriculares e/ou de pesquisas desenvolvidas na Escola de Comunicações e Artes, fossem veiculadas pela emissora, entre eles: ... *Tome Ciência* (Equipe de radiodifusão da SBPC, que contava com ex-alunos da ECA).” (2019. p. 205) desde o início da estação.

O Jornal da USP no Ar vai de segunda a sexta-feira, 7h30 às 9h30. Participam docentes e investigadores da Universidade para tratar de fatos do dia e pesquisas relacionadas ao assunto.

² <https://radios.ebc.com.br/radio-sociedade/2020/02/coronavirus-e-pauta-no-radio-sociedade> Acesso: 05, maio, 2020.



A edição: 06 abril 2020 tratou da eficácia da cloroquina. A entrevista: “Casos isolados não permitem concluir que pessoas vão se curar com a cloroquina”, foi com o infectologista, Esper Kállas, duração: 18’10”, feita pela jornalista Roxane Ré. Rememora-se: naquele período que os efeitos da cloroquina eram analisados.

Roxane Ré pergunta:

(1’49’): “Nos falamos há cerca de um mês, um pouco mais, 40 dias, quando estava começando a crise. Antes de entrar propriamente nessas linhas de tratamento, já que uma vacina ainda não existe, gostaria de ouvir um pouco sobre a sua impressão deste momento que estamos passando. O número de casos aumentou bastante e isso já estava previsto, mas que impressões o senhor tem da crise do coronavírus neste momento aqui no Brasil?”

(5’02’): “Tratar os casos mais graves essa é a principal questão. Evitar que as pessoas se infectem, obviamente, e que os casos mais graves ocorram. Mas eles vão acontecer. A gente não sabe o número de casos graves que chegarão aos hospitais. Aliás, já estão chegando, inclusive no Hospital das Clínicas. Como é que esses pacientes têm sido tratados? A gente sabe, além de acompanhar as autoridades da saúde, com todo o cuidado com respiradores, medicamentos também têm sido utilizados. Então aí é que a gente chega na tal da cloroquina, que já foi muito comentada. E o que a gente sabe documentado, estudado, certos, sobre a cloroquina. Para aí, então, a gente entender por que ela tem sido utilizada, e parece que agora, até o ministério da Saúde vai ampliar para os casos mais graves?”

R: “Ainda é uma promessa...”

(9’21’): “O que o sr. está dizendo é que, neste momento dessa crise do aumento exponencial de casos no mundo todo, quem está usando está testando? Não tem nenhuma comprovação. Está sendo feito um teste com o paciente. É isso?”

Entrevista: portal da Rádio USP³.

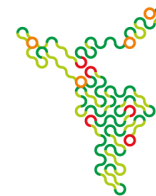
2. ESPANHA

2.1 Rádio Nacional de Espanha (RTVE – Rádio Televisão Espanhola)

A ditadura Franquista, de extrema direita (1939-1975), dominou as rádios espanholas ao final da Guerra Civil, iniciada em 1936. A aliança serviu ao regime ditatorial de Franco.

Regionalmente, descreve Sousa, “na Europa os governos procuraram controlar o novo meio, cientes do potencial propagandístico da rádio numa época em que o fascismo, o nazismo e o comunismo ascendiam”, (2008, p. 223). Sousa acrescenta: “A 14 de Janeiro de 1937, Franco inaugurou a Rádio Nacional de Espanha, em Salamanca, tendo, para o efeito, contado com o apoio

³ <https://jornal.usp.br/atualidades/casos-isolados-nao-permitem-concluir-que-pessoas-vaio-se-curar-com-a-cloroquina/>
Acesso: 05, maio, 2020.



de italianos e alemães. Os nacionalistas ficaram, assim, na fase final do conflito, na posse de um dos emissores mais potentes de Espanha.” (Op cit. p. 184).

Balsebre alerta: “Esta función *anestésica* de la radio, que forja los cimientos de la negación y el olvido de uma España republicana y que da cobertura a la consigna del miedo (obedecer y calar)...” (2002, p. 9).

O espanhol Calvo Hernando revisitou a teoria do jornalismo científico:

El periodismo científico debe ser, ante todo, periodista. Em outro lugar, y al hablar de los problemas de la difusión de la ciencia, nos referimos a la discusión entre científicos y periodistas y a la dicotomía aparente que podría suscitarse entre unos y otros profesionales. Decimos que ha de ser periodista y queremos significar con ello que há de serlo en la más ambiciosa acepción de la palabra: um hombre formado, abierto a su tempo, familiarizado con los problemas del mundo en que vive, dotado de curiosidad universal y penetrado em las técnicas de su oficio informativo. (HERNANDO, 1977, p. 19).

Jornalismo científico e divulgação da ciência criaram laços entre a Rádio Nacional de Espanha e a Associação de Rádios Universitárias da Espanha (ARU). A emissora pública ampara a cooperação ao veicular programas feitos por rádios universitárias da ARU, como responsabilidade social e serviço público das rádios universitárias e pública. A ARU surgiu em novembro de 2011. Foram transcorridos 8 anos de debates e entendimentos até a Associação: “*En el III Encuentro Radios Universitarias*, celebrado en la Universidad de Alcalá de Henares el 16 de julio de 2005, se constituyó la Coordinadora de Radios Universitarias Españolas, que pretendía la regulación legislativa específica para las rádios universitarias: el intercambio de programas, prácticas y experiencias; el estalecer la creación de uma página web para intercambiar material.” (MARTÍN; GÓMEZ. 2013, p. 44).

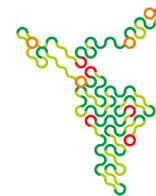
Rádio Nacional de Espanha transmite por 6 emissoras, incluindo a Rádio Exterior, que irradia o Informativo ARU, domingos, 11h30 e terças, 8h30. A edição 30⁴: 15, março, 2020, tem 29’10”:

Vinheta: Informativo ARU

LOC.: “Regenerar corações infartados. Evitar que se desperdicem alimentos. E assistir as pessoas maiores em Espanha sediadas são algumas das prioridades das universidades espanholas, sempre aproximando-se dos problemas da sociedade. Em seguida, poderá saber mais detalhes se ficar conosco. Este é o Informativo ARU. E eu sou Carmem R. Começamos.

Efeito sonoro

⁴ <https://www.rtve.es/alacarta/audios/informativo-ar-ur-en-radio-exterior-de-espana/informativo-ar-ur-radio-exterior-espana-01-03-20/5524941/> Acesso: 15, junho, 2020.



LOC.: “A Clínica da Universidade de Navarra está dando andamento a um estudo internacional para regenerar coração infartado. Trata-se de projeto que combina terapia celular e bioengenharia para recuperar a funcionalidade cardíaca. / Diogo V. Rádio Universidade Navarra.”

(1’02”) (Reportagem 2’11) “La importância deste estudo está na funcionalidade cardiovascular como a principal causa de mortalidade do mundo...”

Efeito sonoro

(3’14”) LOC: “Atualmente em Espanha se malgasta a cada ano, 7 toneladas de alimentos. Para evitar esse desperdício, uma empresa do Parque Científico da Universidade Miguel Hernández D., cria uma etiqueta que informa sobre o estado do alimento e se está apto para o seu consumo. Laura Fernandez e Joana I. Rádio UM H.”

(3’34”) LOC. Laura Fernandez: “Cada espanhol desperdiça mais de 55 quilos de comida por ano.”

Joana I. (reportagem: 3’15”): Para evitar o desperdício de alimentos a empresa O. Biotecnologia localizada...”

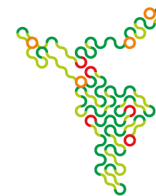
(6’18”) LOC.: “Um dos problemas da Espanha é a atenção as pessoas idosas e o cuidado de sua saúde. Um assistente de voz pode ser de grande ajuda para essas pessoas./ Pablo Palacios e Marta C. Rádio Onda Campus.”

LOC. Marta: “Um projeto de pesquisa da Universidade de Extremadura com o apoio da Associação Portuguesa de Antropologia.”

Pablo Palacios (reportagem: 2’10”) “A Associação Portuguesa de Antropologia outorga a distinção a professores da Universidade de Extremadura, Lorenzo Mariano Juarez, David Conde Cabajero e Borja Ribero Jimenez pelo trabalho: Antropologia aplicada a Saúde, desenho e avaliação de um assistente de voz para uma população rural anciã...”

2.2 Rádio Universidad de Salamanca (RUSAL)

A Rádio Universidade de Salamanca, 89 FM, esteve na primeira etapa, conforme Pena e Aguaded: “...inicio de las primeras experiencias: Esta fase la situamos hasta finales del siglo y está marcada por un desarrollo tardío, lento y pausado. Son muy contadas las universidades que deciden dar el salto a la creación de medios de comunicación propios; algunos casos significativos los constituyen: Radio Complutense, Radio Universidad de Salamanca...” (PENA; AGUADED. 2016; p. 239).



Eureka de 20 fevereiro 2020⁵; 33'05": apresentado por Guillermo Sánchez e Carlos Tejero, abordou Covid-19. Entrevistada a professora Isabel Muñoz Barroso:

Vinheta: 20"

"Eureka, o seu programa de divulgação científica. Destacamos as questões que mais te interessam. Eureka, às quintas-feiras, às 10 da noite. E reapresentação aos sábados, às duas da tarde. E as segundas, às 10 da manhã."

21" (BG trilha: 10")

LOC.: "Eureka. O coronavírus.//

(BG trilha: 10")

40" Locução de abertura.// LOC.: "E neste programa, Margarita del Val é a entrevistada por Guillermo Sanches./ A doutora bioquímica Margarita del Val é considerada uma das maiores especialistas, em Espanha, sobre coronavírus. Dirige a plataforma do Conselho Superior de Investigação Científica, que reúne 200 grupos de investigação em torno da pandemia. É uma plataforma multidisciplinar em um dos grupos de desenvolvedores das vacinas mais avançadas do planeta contra a covid-19. Também conta com equipes de especialistas em sociologia, economia e meio ambiente."

1'25" (Guillermo Sanches):

"Estamos começando mais um programa Eureka. E, provavelmente, o último programa Eureka desta temporada. E tratamos do tema covid-19, no mês de fevereiro. As notícias não são muito diferentes por agora. Queremos abordar este tema e para isso temos a entrevista com Margarita del Val, que é a pessoa que dirige e que coordena o Conselho Superior de Investigação Científica, o maior corpo de investigadores da Espanha. Agradecemos a sua participação."

Pergunta: "Qual é o último caso da covid-19 que possa nos contar?"

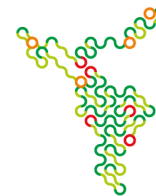
MDV.: "Estão ressurgindo casos na Itália mais intensos que na primeira vez..."

3. PORTUGAL

3.1 Radiodifusão Portuguesa (RDP)

O Estado Novo controlou a radiofonia em Portugal ao criar a Emissora Nacional em 1934. Diz Santos: "No começo da década de 1930, a maioria das estações amadoras desaparecia. A mudança da Primeira República para o Estado Novo, regime autoritário de partido único, teve repercussão no desenho social e cultural dos novos radialistas." (2015, p. 22). Salienta-se ainda, 1937, o começo da Rádio Renascença, da Igreja Católica, (MUSTAFA, 2012): "antes dela já

⁵ <https://radio.usal.es/programa/eureka/> Acesso: 20, maio, 2020.



estavam no ar Rádio Clube Português, de caráter privada, e Emissora Nacional, estatal e conhecida por ser a voz oficial do governo”, que mudou para Radiodifusão Portuguesa (RDP):

“...de prestar serviço público: Na RDP, a entidade pública de radiodifusão, os problemas são diversos e distinguem-se entre os diversos canais. A RDP é uma grande organização com pequenas estruturas dentro de si que produzem produtos muito diferentes, para além dos desdobramentos da emissão da Antena 1. Neste canal, a indefinição da linha editorial não tem deixado desenvolver um projecto contínuo. A ideia de serviço público prevalece nesta estrutura com uma abrangência que permite ter todo o tipo de programas.” (CORDEIRO, 2003, p. 6).

Antena 1 apresenta 90 Segundos de Ciência, segunda a sexta-feira. Episódio: 31 julho 2020⁶ aborda: estudo do novo coronavírus e células tumorais, da Universidade do Porto. Apresentado em primeira pessoa:

“Meu nome é Fernando Schmith. Eu sou professor da Faculdade de Medicina da Universidade do Porto. E faço investigação no “Ipat mope e 3s”. Nessa investigação que o nosso grupo está a estudar esse vírus da covid-19, SARS Covid-2, é capaz ou não de ligar-se e interagir com a célula tumoral...”

3.2 Rádio Universitária do Minho – RUM 97,5 FM

A RUM exhibe UM I&D, quintas-feiras, 20h às 21h, com jornalista Vanessa Batista. Trata de pesquisas desenvolvidas naquela Universidade. Edição: 12 março 2020⁷, tempo total de 24’12”, prof. Hugo Sousa falou da pandemia.

Vinheta: “UM I&D – Do laboratório para a rádio a investigação da Universidade. As inovações, os investigadores, a ciência e a tecnologia, UM I&D. Todas as semanas perspectivamos o futuro. Quinta-feira, às 20h. E em podcast em RUM ponto PT.”

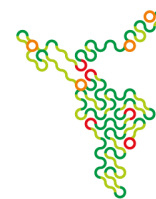
LOC.: “Olá! Sejam bem vindos ao UM I&D! Hoje com Hugo Sousa, investigador do Instituto de Ciência da Vida e da Saúde, da Universidade do Minho, e especialista na área de virologia, que nos vai ajudar a desmistificar um pouco o novo coronavírus. Antes de mais, muito obrigado por ter aceito o convite de RUM. E informar também os nossos ouvintes que esta será uma conversa gravada por via telefónica.

Para começar, Hugo, perguntava então, em que que consiste este novo coronavírus?

HS.: “Em primeiro lugar gostava de agradecer o convite feito para falar um bocadinho deste tema, que realmente é um tema muito pertinente... Nós começamos a falar de uma infecção provocada por coronavírus....”

⁶ <https://www.rtp.pt/play/p2936/e484766/90-segundos-ciencia> Acesso: 24, julho, 2020.

⁷ <https://www.rum.pt/shows/uminho-id> Acesso: 25, abril, 2020.



Considerações finais

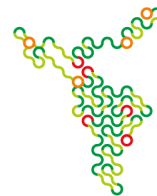
A observação no âmbito da comunicação de ciência em emissoras de Espanha e Portugal estão mais relacionadas à divulgação científica das universidades do que ao radiojornalismo científico, em análise inicial. Exceto o Informativo ARU, revista radiofônica. Os demais programas baseiam-se em entrevistas em profundidade. Propicia ao especialista explicações com maior densidade, mas sem ouvir outras fontes e o contraditório.

No Brasil, ouvem-se entrevistas com fontes especializadas, embora haja mais conteúdos de jornalismo científico.

Atualmente, dois acontecimentos dinamizam a expansão das áreas: a necessidade de informações qualificadas sobre a pandemia; e a ampliação cooperadora de conteúdos da Rubra (Rede de Rádios Universitárias do Brasil), aos moldes da ARU na Espanha. A Rubra incentiva a produção de conteúdos e luta pela qualificação da informação jornalística nestes dias de negacionismo e desinformação.

Referências

- BALSEBRE, Armand. **Historia de La Radio en España**. Volume II (1939-1985). Madrid, Ediciones Cátedra, 2002.
- BLOIS, Marlene. Rádio MEC: A mais concretizada expressão da Radiodifusão Educativa. In: Liana Milanez (Organizadora). **Rádio MEC: herança de um sonho**. Rio de Janeiro: ACERP, 2007.
- CORDEIRO, Paula. **A Rádio em Portugal: um pouco de história e perspectivas de evolução**. www.bocc.ubi.pt.
- HERNANDO, Manuel Calvo. **Periodismo Científico**. Madrid, ES, 1977.
- MALULY, Luciano Victor Barros; SILVA, Gustavo Xavier Ferreira. RÁDIO USP: dos ideais de Mário Fanucchi ao Programa 93,7. In: **Rádios Universitárias: experiências e perspectivas**. Eliana Albuquerque e Norma Meireles (Organizadoras). João Pessoa: editora do CCTA, 2019.
- MUSTAFÁ, Izani. **Uso do rádio pelos governos ditatoriais de Getúlio Vargas (Brasil) e Antônio Salazar (Portugal) no período de 1935 a 1945**. XXXV Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação – Fortaleza, CE – 3 a 7/9/2012.
- QUAMMEN, David. **Contágio: Infecções de origem animal e a evolução das pandemias**. 2ª edição. São Paulo: Companhia das Letras, 2020.

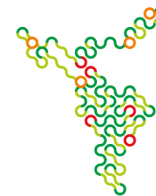


PENA, Daniel Martín; AGUADED, Ignacio. **La radio universitaria en España: comunicación alternativa de servicio público para la formación.** Nueva época, núm. 25, enero-junio, 2016, pp. 237-265.

PULIDO, Paloma Contreras; CUÉLLAR; Macarena Parejo. La Asociación de Radios Universitarias como eje dinamizador de intercâmbios para la divulgación científica. In + **Ciencia: Cómo trabajar la divulgación científica desde las Radios Universitarias.** 1ª edição. Salamanca, ES: Comunicación Social ediciones y publicaciones, 2013.

SOUSA, Jorge Pedro. **Uma história breve do jornalismo no ocidente.** www.bocc.ubi.pt 2008.

ZUCULOTO, Valci. **A programação de Rádios Públicas Brasileiras.** Florianópolis: Insular, 2012.



PANORAMA CONTEMPORÂNEO DA MIGRAÇÃO AM-FM NO RÁDIO CATARINENSE – MAPEAMENTO E RESULTADOS ATUAIS DO PROCESSO ENTRE 2016 E 2020

Valci Regina Mousquer Zuculoto¹
Giovanni de Sousa Vellozo²
Karina Woehl de Farias³

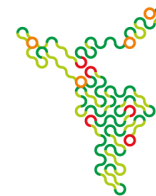
Resumo: Este trabalho exploratório, incluindo metodologias do tipo quali-quantitativo, reflete sobre a migração do rádio AM-FM em Santa Catarina, Brasil. Atualiza e discute o atual cenário catarinense neste processo. Autorizada no país em 2013, aqui a migração iniciou em 2016 e ainda está em andamento. O artigo dá sequência aos nossos estudos como integrantes de pesquisa nacional desta mudança, realizada desde 2017 pelo Grupo de Rádio e Mídia Sonora da Intercom. Santa Catarina tem 561 emissoras de antena no ar, somando-se todos os segmentos, sendo 406 comerciais, ou seja, 72,3%. Ao se iniciar a migração no estado, em 2016, operavam em AM 99 rádios. Hoje, 51 já estão no FM. Além de pesquisa bibliográfica e documental, realizou-se entrevistas semi-estruturadas, obtendo-se, até o momento, respostas de 42 rádios. Apresenta-se mapeamento por mesorregiões de Santa Catarina (Sul, Norte, Oeste, Serrana, Vale do Itajaí e Grande Florianópolis), sistematizando o atual estágio do fenômeno em cada uma delas e, assim, no estado como um todo. A seguir, analisa-se como já migradas adaptam-se quanto à programação, sustentabilidade e alcance geográfico. Também como as ainda não migradas se preparam e enfrentam o maior tempo de espera para efetivar a migração. Verificamos mudanças nas grades em busca por públicos mais jovens, apostas no modelo eclético, mesclando entretenimento e informação, aderência a redes e maior faturamento. Identifica-se, ainda, incremento do potencial do meio para a prática jornalística.

Palavras-chave: Rádio. Migração AM-FM. Mapeamento. Santa Catarina. Brasil.

¹ Professora Dra. do Curso de graduação e do Programa de Pós-Graduação em Jornalismo da Universidade Federal de Santa Catarina (JOR-UFSC e PPGJor-UFSC0, Florianópolis, Santa Catarina, Brasil. Coordenadora da Rede de Pesquisa em Radiojornalismo (RadioJor/SBPJor). Diretora Científica da Associação Brasileira de Pesquisadores de História da Mídia (ALCAR). Líder do Grupo de Investigação em Rádio, Fonografia e Áudio (Girafa/PPGJor UFSC/CNPq). E-mail: valzuculoto@hotmail.com

² Mestrando do Programa de Pós-Graduação em Música na Universidade Estadual de Santa Catarina (UDESC) e jornalista graduado no Curso de Jornalismo da Universidade Federal de Santa Catarina (UFSC), Florianópolis, Santa Catarina, Brasil. Bolsista Capes/DS. Integrante Grupo de Pesquisa Música, Cultura e Sociedade (MUSICS) e do Grupo de Investigação em Rádio, Fonografia e Áudio (Girafa/CNPq). E-mail: giovannivellozo1999@gmail.com

³ Professora Dra. e coordenadora do curso de Jornalismo na UniSATC, em Criciúma, Santa Catarina, Brasil. Doutora pelo Programa de Pós-Graduação em Jornalismo (UFSC), Mestre em Educação (UNESC). Integrante do Grupo de Investigação em Rádio, Fonografia e Áudio (Girafa/CNPq). E-mail: fariaskaki@gmail.com.



CONTEMPORARY OVERVIEW OF AM-FM DIAL MIGRATION ON SANTA CATARINA RADIO - MAPPING AND CURRENT PROCESS RESULTS BETWEEN 2016 AND 2020

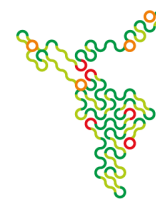
Abstract: This exploratory work, including quali-quantitative methodologies, reflects on the AM-FM dial migration in radios from Santa Catarina, Brazil. It updates and discusses the current scenario in Santa Catarina in this process. The dial migration was authorized in the country in 2013, and began in 2016 in the state. As for now, it is still ongoing. The article continues our studies as part of a national survey of this change, carried out since 2017 by the Intercom Radio and Sound Media Group. Santa Catarina has 561 radio stations on the air, of which 406 are commercial, that is, 72.3%. When the migration began in the state, in 2016, 99 radios operated in AM. Today, 51 are already on FM. In addition to bibliographical and documentary research, semi-structured interviews were carried out, obtaining responses from 39 radio stations so far. A mapping by mesoregions of Santa Catarina (Sul, Norte, Oeste, Serrana, Vale do Itajaí and Grande Florianópolis) is presented, systematizing the current stage of the phenomenon in each one of them and, thus, in the state as a whole. Next, it is analyzed how already migrated stations adapt themselves in terms of programming, sustainability and geographic reach, and also how the ones that did not migrate yet prepare and face the longest waiting time to carry out the migration. We verified the changes in the grids in search of younger audiences, the new preferences on the eclectic model, mixing entertainment and information; the adherence to radio networks; and a higher revenue. An increase in the medium's potential for journalistic practice is also identified.

Keywords: W Radio. AM-FM Dial Migration. Mapping. Santa Catarina. Brazil

Introdução

Maior fenômeno histórico contemporâneo do centenário rádio de antena no Brasil, o processo de migração do AM para o FM foi determinado pelo então Ministério das Comunicações do país em 2013, por meio de decreto presidencial de Dilma Rousseff, a presidenta brasileira na época. Mas o efetivo processo de troca de dial iniciou em 2016, após a maioria das emissoras em Amplitude Modulada solicitarem a mudança. Das 1.781 rádios AMs existentes no Brasil em 2013, até o momento cerca de 1.720 emissoras pediram a transferência para o FM, conforme a Associação Brasileira de Emissoras de Rádio e Televisão (ABERT). Deste total, 800 já haviam migrado para a Frequência Modulada até julho de 2021, de acordo com o site tudoradio.com, que realiza o acompanhamento do processo, divulgando e mantendo um levantamento sempre atualizado para acesso *on-line*.

Em Santa Catarina, segundo sistematizamos para o presente estudo dados coletados junto também à Associação Brasileira de Emissoras de Rádio e Televisão (ABERT), Agência reguladora Nacional de Telecomunicações (ANATEL), Associação Catarinense de Rádios Comunitárias (Acracom), Associação Catarinense de Emissoras de Rádio e Televisão (Acaert) e igualmente no

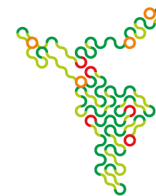


tudoradio.com, o estado conta com 561 estações radiofônicas, incluindo todos os segmentos da radiofonia, ou seja, o comercial, o estatal, o público e, neste, também os educativo e comunitário. Ao se iniciar efetivamente o processo de migração AM-FM no Estado catarinense, em 2016, este total estava assim distribuído: 99 emissoras em AM, 307 rádios em FM, 16 Educativas, inseridas, portanto, no campo estatal/público, e 139 comunitárias. Destes números, as comerciais totalizavam, então, e continuam a somar 406 emissoras, representando 72,3% do quadro da radiofonia catarinense.

Das 99 emissoras que operavam em Amplitude Modulada/Ondas Médias, atualmente as migradas para o FM já somam 61 rádios. Isto em dados de julho de 2021, conforme apuramos no site tudoradio.com. Segundo informações da ABERT, aproximadamente 40 emissoras catarinense necessitam da faixa estendida do FM em Santa Catarina, para se transferirem de *dial*. Estas estão situadas sobretudo na capital Florianópolis, na região metropolitana e em cidades maiores, onde o dial já está totalmente pelo grande número de emissoras originais em Frequência Modulada. Portanto, Então, o quadro atual do rádio catarinense de antena é o seguinte: do total de 561 rádios, incluindo todos os segmentos, ainda restam 38 emissoras em AM, 368 são sintonizadas no FM, onde também se situam mais 16 em canais educativos e 139 como comunitárias.

A partir desta contextualização geral sobre a migração do AM para o FM em curso no Brasil, destacando o quadro de Santa Catarina, este artigo atualiza, sistematiza, ao modo de mapeamento, e analisa o atual cenário do estado catarinense neste processo. O artigo dá sequência aos nossos estudos como integrantes de pesquisa nacional desta mudança, realizada desde 2017 pelo Grupo de Pesquisa Rádio e Mídia Sonora da Intercom, a Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares das Ciências da Comunicação, sob a liderança das pesquisadoras Nair Prata e Nelia Del Bianco (PRATA; DEL BIANCO, 2018), e também tem bases na tese defendida por Karina Woehl de Farias (2020), que atuou como colaboradora na investigação para o presente artigo.

Realizamos um trabalho exploratório, incluindo metodologias do tipo quali-quantitativo como revisão bibliográfica e análise documental, esta como método e também técnica. Tanto para a conformação do panorama apresentado via mapeamento quanto para análise dos dados e sistematização dos principais resultados, realizou-se ainda entrevistas semi-estruturadas com radiodifusores (proprietários, gestores e produtores das emissoras migradas), obtendo-se, até o momento, respostas de 42 rádios. O mapeamento foi construído por mesorregiões de Santa Catarina:



Sul, Norte, Oeste, Serrana, Vale do Itajaí e Grande Florianópolis, sistematizando o atual estágio do fenômeno em cada uma delas e, assim, no estado como um todo.

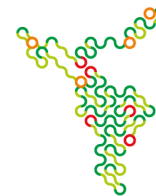
A seguir, analisa-se como já migradas adaptam-se quanto à programação, sustentabilidade e alcance geográfico, apresentando, assim, os principais resultados refletidos até o momento. E também como as estações radiofônicas ainda não migradas se preparam e enfrentam o maior tempo de espera para efetivar a migração. Verificamos, como principais resultados, mudanças nas grades em busca por públicos mais jovens, apostas no modelo eclético, mesclando entretenimento e informação, aderência a redes e maior faturamento. Identifica-se, ainda, incremento do potencial do meio para a prática jornalística. (LOPEZ; PRATA; DEL BIANCO; ZUCULOTO; FARIAS, 2019)

Panorama atual da migração AM-FM em Santa Catarina, Brasil: mapeamento por mesorregiões

Na mesorregião **Sul** catarinense, 10 rádios fundadas em AM já haviam migrado para a Frequência Modulada até julho de 2021. São as seguintes as emissoras e suas novas sintonias no FM (TUDO RÁDIO, 2021):

88.5 FM	Nativa FM - Tubarão
89.9 FM	Cruz de Malta FM - Lauro Muller
91.5 FM	Rádio Difusora - Laguna
91.9 FM	Verde Vale FM - Braço do Norte
92.9 FM	Rádio Guarujá - Orleans
93.9 FM	Hiper FM - Laguna
94.1 FM	Rádio Imigrantes - Turvo
94.5 FM	Massa FM - Içara / - Criciúma
99.9 FM	Rádio Marconi - Urussanga
100.3 FM	Rádio Difusora - Imbituba

Na **Grande Florianópolis**, a mesorregião que inclui a capital catarinense, em função da espera pelo *dial* FM estendido, até julho de 2021, somente três emissoras haviam transferido-se para a Frequência Modulada (TUDO RÁDIO, 2021). As rádios migradas são:



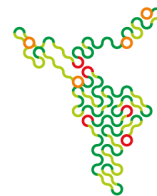
88.5 FM Rádio Clube - São João Batista
97.7 FM Massa FM - São José / Florianópolis
107.3 FM Rádio Jornal A Verdade - São José / Florianópolis

No **Vale do Itajaí**, nosso levantamento junto ao TUDO RÁDIO (2021) mapeou nove rádios já migradas para o FM até julho deste ano, sendo elas:

88.7 FM Rádio Nereu Ramos - Blumenau
89.9 FM Rádio Belos Vales - Ibirama
90.1 FM Rádio Camboriú - Balneário Camboriú
90.3 FM Educadora FM - Taió
92.1 FM Cultura FM - Timbó
94.7 FM Rádio Sintonia - Ituporanga
95.1 FM Rádio Pomerode - Pomerode
101.1 FM Rádio Clube - Indaial
90.9 FM FM Divino Oleiro - Balneário Camboriú

A mesorregião **Norte** já apresenta oito emissoras transferidas para a Frequência Modulada (TUDO RÁDIO, 2021) :

90.3 FM Rádio São Bento - São Bento do Sul
94.3 FM RBN FM -Jaraguá do Sul
94.9 FM Rádio Clube - Canoinhas
95.5 FM Rádio Planalto - Major Vieira
96.9 FM Rádio São José - Mafra
97.9 FM Rio Negrinho FM - Rio Negrinho
101.1 FM Demais FM - Itaiópolis
101.3 FM Rádio Jaraguá -Jaraguá do Sul

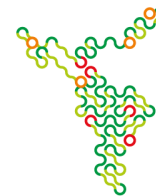


Na mesorregião **Serrana**, o processo de migração totaliza, conforme o Tudo Rádio (2021), 11 estações originárias do AM já operando em FM:

89.1 FM	Rádio Rainha das Quedas - Abelardo Luz
88.9 FM	Rádio Gralha FM - Urubici
89.9 FM	Rádio Mix FM - Lages
92.1 FM	Massa FM - Lages
92.7 FM	Rádio Nambá - Ponte Serrada
93.9 FM	Rádio Cultura - Campos Novos
94.5 FM	Alvorada FM - Santa Cecília
98.3 FM	Rádio Clube - Lages
103.1 FM	Antena 1 - Lages
106.1 FM	Coroado FM - Curitibanos
106.7 FM	Rádio Difusora - São Joaquim

E na mesorregião **Oeste**, o fenômeno aponta para um panorama de 20 emissoras que trocaram do AM para o FM (TUDO RÁDIO, 2021):

89.1 FM	Rádio Rainha das Quedas - Abelardo Luz
90.3 FM	Difusora FM - Maravilha
91.5 FM	Modelo FM - Modelo
92.1 FM	Rádio Belos Montes – Seara
92.7 FM	Rádio Nambá - Ponte Serrada
94.7 FM	Band FM Coronel Freitas / Chapecó
95.1 FM	Rádio Fraiburgo FM- Fraiburgo
95.7 FM	Rádio Cidade - São Miguel do Oeste
96.7 FM	A Nossa Rádio 96.7 FM - Caibi
98.9 FM	Condá FM – Chapecó
99.9 FM	Rádio Peperi - São Miguel do Oeste
100.1 FM	Rádio Chapecó - Chapecó



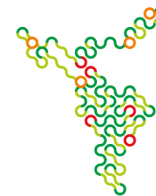
100.5 FM Antena 100 FM - Joaçaba
100.9 FM Centro Oeste FM - Pinhalzinho
104.1 FM A Nossa Rádio 104.1 FM - São Carlos
104.3 FM Rádio Clube - São Domingos
105.5 FM Rádio Entre Rios - Palmitos
105.9 FM Tunaporã FM - Tunápolis
107.3 FM Rádio Caçanjurê –Caçador
107.5 FM Rádio Líder - Herval d'Oeste

Principais transformações do rádio catarinense com a migração AM-FM

A partir de entrevistas semi-estruturadas com 42 das 51 emissoras que mudaram de *dial* em Santa Catarina até julho de 2021, inseridas no processo de migração AM-FM que se desenvolve em todo o Brasil, do mapeamento por nós sistematizado em mesorregiões, foi possível identificar, entre os principais resultados do fenômeno (ZUCULOTO et al., 2018), que as estações conseguiram a melhoria do sinal. De imediato, trata-se de uma das maiores conquistas no processo, já que os radiodifusores pressionaram pela migração sobretudo devido aos ruídos da emissão do AM em comparação com o FM.

Outro resultado que surpreendeu positivamente foi o maior alcance geográfico do sinal das rádios. Com a desatualização e sucateamento tecnológicos da Amplitude Modulada, a maioria das estações em AM, mesmo as que possuíam concessões para operar com transmissores de amplo alcance, vinham perdendo ou já tinham reduzido em muito seus alcances geográficos. De emissoras de abrangência nacional ou regional/estadual, a maior parte já operava atingindo apenas o município onde estavam instaladas, cidades próximas e as maiores, somente parte região a qual pertenciam.

Com a migração, as emissoras também visando agregar mais audiência, estão em busca de ouvintes mais jovens. Principalmente para isso, apostaram em especial na atualização plástica e estética de suas programações e passaram a rodar mais música e prestação de serviço ao estilo dinâmico do FM. Assim, adotaram um modelo eclético, mesclando entretenimento e informação. (FERRARETTO, 2014). Igualmente vêm apostando em uma maior interação com o público, com maior utilização das possibilidades da convergência midiática, recorrendo aos recursos e suportes da



internet, como as redes sociais, tanto para a produção, interatividade como para a circulação de suas programações. Outro resultado generalizado entre a maioria das rádios migradas e que, de início, se mostrou muito satisfatório para a sobrevivência destas emissoras foi o aumento do faturamento. Entretanto, sob o impacto da pandemia de Covid-19, verificou-se que em boa parte delas o faturamento voltou a ser reduzido.

Em especial o maior alcance geográfico e a melhoria do sinal evidenciaram um potencial para ampliar a prática do jornalismo, sobretudo o local e regional (ZUCULOTO; FARIAS, 2019). Porém, nem todas as emissoras investiram nesta ampliação e preferiram apostar em um rádio com ênfase na música, o que se pode perceber ao se identificar a tendência de adesão a redes radiofônicas. Neste resultado, verificou-se o fenômeno da integração de várias rádios a redes totalmente musicais, reduzindo-se drasticamente os espaços jornalísticos.

Estes são breves e principais apontamentos para evidenciar um panorama geral contemporâneo da Migração AM-FM no estado de Santa Catarina, Brasil. Panorama que foi traçado com base no mapeamento atualizado do processo nas seis mesorregiões catarinenses até julho de 2021 e nos estudos que estamos realizando desde 2017, integrados a uma pesquisa nacional coletiva sobre o tema, com apurações refletidas em diversos outros artigos desde então publicados. E dos resultados apresentados neste trabalho, vários outros devem derivar e buscar o avanço e o aprofundamento da nossa pesquisa sobre a migração AM-FM em Santa Catarina, já que se trata de um fenômeno ainda em curso.

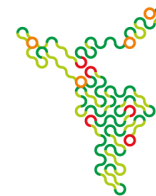
Referências

ABERT - Associação Brasileira de Emissoras de Rádio e Televisão. **Migração AM-FM**. Disponível em: <https://www.abert.org.br/web/migracao-am.html> Acesso em jul. de 2021.

ACRACOM - Associação Catarinense de Rádios Comunitárias. **Rádios comunitárias de SC**. Disponível em: <http://abracosc.com.br/?cat=344>. Acesso em jul. de 2021.

ANATEL. **Agência Nacional de Telecomunicações**. Localiza registro. 2017. Disponível em: <https://sistemas.anatel.gov.br/easp/Novo/Consulta/Tela.asp?OP=E&SISQSmodulo=16587>. Acesso em maio 2017.

FARIAS, Karina Woehl; ZUCULOTO, Valci Regina Mousquer. Ondas de mudança no rádio: do surgimento à migração do AM para FM. **Rádio-Leituras**, v. 8, n. 2, 2017.



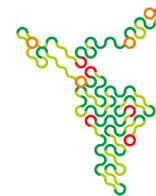
FERRARETTO, Luiz Artur. **Rádio: teoria e prática**. São Paulo: Summus, 2014

LOPEZ, Debora Cristina; PRATA, Nair; DEL BIANCO, Nélia; ZUCULOTO, Valci; FARIAS, Karina. Reposicionamento do radiojornalismo frente aos novos desafios da migração do AM para o FM: análise de caso de quatro emissoras tradicionais. **Revista Rádio-Leituras**, Mariana-MG, v. 10, n. 01, pp. 60-78, jan./jun. 2019.

PRATA, N.; DEL BIANCO, N. R. (orgs.) **Migração do rádio AM para o FM: Avaliação de impacto e desafios frente à convergência tecnológica**. Florianópolis: Insular, 2018.

TUDO RÁDIO. Migração das AMs, levantamento das FM's. Disponível em: <https://tudoRadio.com/conteudo/ver/45-o-Radio-migracao-das-ams-levantamento-no-fm>.

ZUCULOTO, Valci; FARIAS, Karina. De volta para o futuro: valorização do jornalismo local na migração AM-FM em Santa Catarina. In: Encontro Nacional de Pesquisadores em Jornalismo, 17, 2019, Goiânia. **Anais[...]** Goiás: SBPJor, 2019. Disponível em: <http://sbpjor.org.br/congresso/index.php/sbpjor/sbpjor2019/paper/viewFile/2010/1133>



PARA ALÉM DO SACERDÓCIO: A CONTRIBUIÇÃO DE MONSENHOR AGENOR NEVES MARQUES PARA O RÁDIO SUL CATARINENSE

Karina Woehl de Farias /UniSATC¹
Rafael Farias Niero/UniSATC/ Rádio Marconi²

Resumo: A pesquisa apresenta a trajetória de Monsenhor Agenor Neves Marques, que como pároco na cidade de Urussanga/SC realizou intervenções para além da sua função como sacerdote. Trabalhou na denúncia e combate de injustiças sociais e políticas, assumindo o papel de liderança comunitária. Participou ativamente da elaboração de processos de comunicação falada e escrita, como a fundação da Rádio Marconi (SC) e de uma gráfica para publicação de livros e outros documentos escritos. Como processos metodológicos, utilizou-se de pesquisa histórica, documental e bibliográfica, bem como de ferramentas da história oral com entrevistas não estruturadas. Com base no estudo, foram criadas categorias de análise para interpretação dos dados e apresentação da influência do padre nos diferentes meios de comunicação. A pesquisa foi apresentada como trabalho de conclusão de curso de um dos autores e teve como objetivo descrever a contribuição do Monsenhor para a comunicação no sul catarinense, com ênfase no rádio.

Palavras-chave: Rádio. Monsenhor Agenor Marques Neves. Comunicação. História Oral.

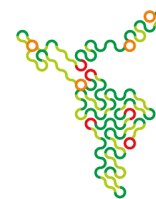
BEYOND THE PRIESTHOOD: THE CONTRIBUTION OF MONSIGNOR AGENOR NEVES MARQUES TO THE RADIO BROADCAST OF THE SOUTH REGION OF SANTA CATARINA

Abstract: This research presents the life path of Monsignor Agenor Neves Marques that as a parish priest of the Town of Urussanga, SC went above and beyond his responsibilities as a priest. He worked as a community leader, reporting and fighting against social and political injustice. He took part actively in the creating process of spoken and written communication such as the Marconi Radio Foundation, as well as the printing of books and other written documents. He used historical, documental, and bibliographic research as a methodological process, in addition to oral tools such as unstructured interviews. Based on the study, categories were created to analyze and interpret the data to present how the priest influenced the communication media. It was presented as a graduation final work, and its purpose was to describe the Monsignor's contribution to the communication in the south of Santa Catarina, specially in the radio media.

Keywords: Radio. Monsignor Agenor Marques Neves. Communication. Oral History.

¹ Doutora pelo Programa de Pós-Graduação em Jornalismo (UFSC), Mestre em Educação (UNESC), coordenadora e professora do curso de Jornalismo na UniSATC, em Criciúma/SC. Integrante do Grupo de Investigação em Rádio, Fonografia e Áudio (Girafa/CNPq). Criciúma (SC), Brasil.

² Graduado pelo curso de Jornalismo da UniSATC. Jornalista, narrador e apresentador da Rádio Marconi, em Urussanga/SC, Brasil.



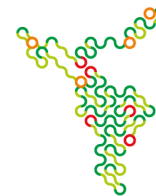
Introdução

Dentro dos processos de comunicação, o livro é considerado o primeiro veículo de reprodução em massa, depois disso vieram os jornais periódicos, fotografia, rádio, cinema, televisão e mais recentemente a internet. Os profissionais que utilizam a comunicação como meio de trabalho têm um papel muito importante na coleta de informações, apuração de conteúdos e elaboração da mensagem que será transmitida, papel que um padre no Sul de Santa Catarina conseguiu desempenhar muito bem.

Desde a década de 1950, quando a Rádio Marconi foi criada, o seu fundador, padre Agenor Neves Marques, foi um visionário. Contrariando muitas pessoas e instituições, ele foi responsável direto por ampliar a comunicação na cidade de Urussanga, no sul de Santa Catarina. Desenvolveu uma forma de se comunicar com a população e evangelizar por meio de cartas enviadas por seus ouvintes no rádio. Além disso, foi escritor, publicou livros em gráfica própria, sendo autor de poemas, poesias e hinos do município e da região.

Tamanha a notoriedade do padre no Sul do Estado, este trabalho relata a contribuição de Monsenhor Agenor Neves Marques para o sul catarinense com foco em seus feitos na comunicação, sobretudo no rádio. O objetivo geral do estudo, portanto, é entender a trajetória do Monsenhor e a relação com os meios de comunicação na região sul catarinense. Para isso, estipulou-se também conhecer a história de vida do religioso; explorar materiais bibliográficos sobre a vida do padre, incluindo livros de sua autoria; coletar e analisar materiais impressos na Gráfica Paraíso; aplicar e analisar entrevistas com pessoas que tiveram contato direto com o Monsenhor.

No tocante aos procedimentos metodológicos, esta é uma pesquisa básica, histórica, exploratória, envolvendo levantamento bibliográfico e entrevistas com pessoas experientes no tema pesquisado, assumindo geralmente uma forma de pesquisa bibliográfica. Também realizamos coleta e análise de documentos produzidos pelo Monsenhor e publicados na Gráfica Paraíso, fundada e administrada por ele. Por fim, apresentamos categorias de análise para sistematização e apresentação dos dados coletados durante a pesquisa.



Um padre visionário na Comunicação

Monsenhor Agenor Neves Marques nasceu na cidade de Palhoça, no dia 10 de outubro de 1914. Foi ordenado padre no dia 29 de dezembro de 1940 em Tijucas, e posteriormente fez parte das dioceses de Florianópolis (até 1954), Tubarão (até 1998) e Criciúma. Em 29 de setembro de 1947 passou a desenvolver suas atividades na cidade de Urussanga, onde permaneceu até a sua morte, no ano de 2006, aos 91 anos (BESEN, 2017).

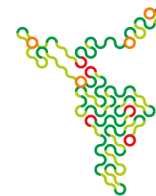
Iniciou as atividades como vigário, sendo nomeado pároco em 1948, permanecendo nessa função até 1987. Besen (2017) destaca que esse era um período difícil para os padres de origem alemã, pois eram atacados como quinta-coluna e espiões nazistas. Descreve que o padre Agenor utilizava o púlpito para responder aos ataques, e sua voz era muito respeitada. “Nascia ali um tribuno competente e convincente, um orador sacro” (BESEN, 2017, p. 1).

Maestrelli (2019) traz uma consideração: “padre Agenor tinha uma imperfeição com reflexo negativo para a história. Raramente escrevia seus discursos e pronunciamentos memoráveis. Foi impossível salvá-los!” Coloca que eles eram praticamente todos feitos no improviso, “pois era dono de uma oratória infernal”. Destaca ainda que alguns foram salvos com o advento do gravador.

Ministrou catequese para crianças e adultos, participou de movimentos populares e políticos, e por fim dedicou-se às pessoas mais necessitadas (BESEN, 2017).

Com certo exagero alguém escreveu que Monsenhor foi apicultor, aviador, acadêmico, padre, pai, pesquisador, poliglota, político, poeta, motoqueiro, radialista, rotariano, soldado, sociólogo, orador, escritor, pediatra, historiador. Pode-se dizer que foi tudo isso e de tudo um pouco, mas, especialmente, sacerdote, e sacerdote escritor (BESEN, 2017, p.1).

Em 1942, quando atuava na Paróquia São José, em Criciúma, fundou a Casa da Criança, que atualmente é o Colégio São Bento, confiado às Irmãs Beneditinas. Sua atuação de maior intensidade foi na cidade de Urussanga, onde fundou o Paraíso da Criança com capacidade para abrigar até 150 crianças em situação de vulnerabilidade social. A casa funcionou durante 55 anos com base nessa estrutura. Porém, atualmente, trata-se de uma casa de passagem onde, após um tempo, as crianças são encaminhadas para adoção ou retornam a seu lar. Para desenvolver o trabalho social, fundou entidades como a Sociedade das Damas de Caridade, a Gráfica Paraíso e a Malharia, cujo lucro era direcionado para manutenção dos desamparados (BESEN, 2017).

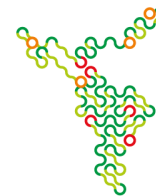


No ano de 1951 fundou a Rádio Marconi, e na sequência seu programa radiofônico de maior impacto social, o Andorinha Mensageira. Farias, Sousa e Niero (2018) pontuam que o programa se firmou na história do rádio catarinense como aquele de maior duração sem interrupção e em atividade, completando 68 anos no ar em 2019. Seu ápice aconteceu nas décadas de 50, 60 e 70, quando balaies de cartas chegavam à Casa Paroquial de Urussanga pedindo bênçãos, conselhos, opiniões, confidenciando segredos e histórias que se estendiam do “Planalto Serrano até as brancas areias do Atlântico Sul” (FARIAS; SOUSA; NIERO, 2018, p. 6). Na revista Panorama da Nossa Gente (2016) apresentou-se o programa como aquele que se firmou na história da rádio catarinense como o de maior duração.

Sobre a implantação da Rádio Marconi, Machado e Torres (2000) colocam que inicialmente ele teve um grande desafio ao tentar identificar a pessoa que detinha a concessão para instalação da rádio em Urussanga, conseguindo encontrá-la no Rio Grande do Sul, já na divisa com o Uruguai. Os autores destacam ainda que: “[...] atribui-se, com justiça, ao atual e respeitável Monsenhor Agenor tudo o que serviu de mola propulsora para dinamizar a então diminuta e acanhada Urussanga” (MACHADO; TORRES, 2000, p. 66).

Em seguida, mergulhou na comunicação da palavra escrita que conforme Maestrelli (2019) apresentou-se em diversas formas como: “discursos históricos em momentos solenes, edição de dezenas de livros sobre história e religião e a criação de hinos, poemas e poesias”. Sobre os meios de comunicação, mais especificamente daqueles com atuação em massa, Cristofori (2006) considera que eles foram se desenvolvendo com o advento da Revolução Industrial.

Convencido de que os meios de comunicação cada vez mais eram aliados e necessários para a evangelização, ele fundou a Gráfica Paraíso, que funcionou por vários anos no prédio histórico ao lado do Paraíso da Criança, em Urussanga. Com a impressão de textos procurava despertar nos fiéis o interesse pelos principais problemas sociais, econômicos e culturais. Dentre as principais produções da gráfica, Maestrelli (2019) lembra que tiveram materiais sobre catecismo, publicações religiosas infantis, orações pedindo a intenção de santos e santas, folhetos em papel jornal que divulgavam as principais ações religiosas da igreja, folhetos das festas religiosas das capelas localizadas no interior, poemas e poesias para datas solenes, propagandas políticas, panfletos políticos provocativos e impressão de textos para despertar nos fiéis o interesse por temas sociais.



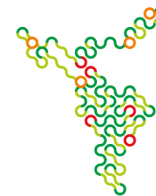
Maestrelli (2019) recorda que o padre tinha um direcionamento de produção material para o público jovem. Conforme o historiador, “ele estimulou por meio dos materiais impressos a formação de grupos como a UNIJUR (União da Juventude de Urussanga), com panfletos conclamou a população a formar o Museu Municipal”. Lembra que ele escreveu também inúmeros artigos e incentivou jornais locais como o antigo Vanguarda, do qual foi um dos fundadores. Monsenhor trabalhou na divulgação de informações nos diferentes meios de comunicação em massa, sendo o primeiro a explorar alguns deles na cidade de Urussanga.

Do veludo aos vinhedos

A atual Rádio Fundação Marconi foi criada em 10 de fevereiro de 1951 pelo Monsenhor Agenor Neves Marques com o nome Rádio Difusora de Urussanga Ltda, tendo como sócios também Rosalino Damiani, Moacyr Búrigo, José Trento e Américo Cadorin. Somente no dia 19 de outubro do mesmo ano a rádio recebeu uma Portaria Ministerial que permitia o seu funcionamento no prefixo ZYT – 22 e utilizava o slogan A Voz de Veludo, em referência ao estúdio da emissora que era revestido com tecido aveludado (COSTA, 2016).

Até ser feita uma ampliação na Casa Paroquial para abrigar o estúdio, escritório e auditório da rádio, a emissora funcionou durante um ano dentro da Igreja Matriz. Costa (2016) relembra que a inauguração desse novo espaço aconteceu no Natal, com a Missa do Galo na Igreja Matriz Nossa Senhora da Conceição de Urussanga, onde o Monsenhor Agenor abençoou os equipamentos para a nova etapa de transmissão.

A partir da década de 70, a rádio começou a passar por mudanças físicas, até se encontrar na localização atual. Naquela década já era denominada Rádio Fundação Marconi e funcionava sob o comando da Paróquia. A emissora tornou-se, por meio de Lei Municipal, um veículo de utilidade pública. Sua primeira mudança foi para o Edifício Kennedy, construído por organizações religiosas. Somente na década de 90, sob o comando do pároco Daniel Sprícigo e uma comissão, a rádio ganhou uma sede própria, localizada na Rua Paraíso da Criança, ao lado da Casa Paroquial, onde se mantém até os dias atuais. Na rua funcionava o Paraíso da Criança, casa fundada também pelo Padre Agenor, onde eram abrigadas crianças em situação de vulnerabilidade social, uma das mais importantes obras sociais e educativas da região sul do Estado (COSTA, 2016).

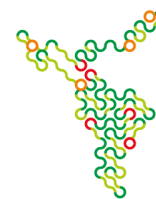


O Monsenhor criou uma espécie de slogan para a emissora: *A Voz dos Vinhedos*. Ele o usava constantemente em seus programas, evidenciando a potencialidade vinícola da região de Urussanga. Na década de 2000, o gerente da emissora, Roberto Campos, que já tinha o prefixo AM 780, pediu autorização para que essa expressão utilizada pelo padre se tornasse o slogan oficial da Fundação Marconi (FARIAS; SOUSA; NIERO, 2018).

Seu programa de maior impacto na Rádio Marconi, de acordo com Farias, Sousa e Niero (2018), foi a *Andorinha Mensageira*, que se mantém em atividade até os dias atuais. Conforme Maestrelli (2019), ele iniciou o programa como *O Microfone de Deus* e depois passou a se chamar *Andorinha Mensageira*. “Então há praticamente 68 anos, numa primeira etapa com o padre, depois o padre e a Rosa, e atualmente com a Rosa, o programa está há mais de 68 anos levando orientação, alento, conforto espiritual e alegria para todos os recantos do sul catarinense”.

Atualmente, a emissora é ativa na região sul do estado e conhecida por produzir conteúdo de gênero popularesco, como notícia, serviço, entretenimento e futebol. Operava na frequência AM 780 com alcance de 20 municípios entre a serra, sul e extremo sul catarinense, contemplando aproximadamente um milhão de pessoas. A rádio também passou recentemente por um processo de migração para a frequência FM, com base em uma exigência da Anatel. Aconteceu oficialmente no dia 18 de julho de 2018, e a rádio passou a ser transmitida exclusivamente pela FM 99.9, tendo uma nova frequência, com som mais limpo e sem ruídos (RÁDIO MARCONI, 2018).

Conforme sinaliza Farias, Sousa e Niero (2018), a história da Rádio Marconi está estritamente ligada ao contexto religioso e à figura de Monsenhor Agenor, visto que desde a sua fundação os párocos do município contribuíram com o meio de comunicação, incluindo a função da direção da emissora, fato que ocorreu por volta dos anos de 1970. A presidência da Fundação já passou por quatro representantes: Agenor Neves Marques, Daniel Sprícigo, Jiovani Manique Barreto e Daniel Pagani (atual). Conforme Maestrelli (2019), antes mesmo da fundação da rádio, no ano de 1948, o padre colocou alto-falantes na casa paroquial e na torre da igreja matriz, para disseminar os recados à população.



Evangelizar para transformar

Conforme Maestrelli (2019) e Besen (2017), Monsenhor apostava que os meios de comunicação eram importantes aliados para a evangelização, pois dessa forma as ações alcançavam um número maior de fiéis. Inicialmente teve complicações com o bispo, que dizia ser um sacrilégio expandir a palavra de Deus para espaços fora da Igreja. Maestrelli (2019) recorda que o padre dizia que precisava atingir os doentes que estavam em casa e não podiam vir na missa. Durante as celebrações o padre sempre mencionava: “Você que está em casa me ouvindo e não pode vir aqui na igreja, você que está doente acamado, lembre-se você que está aí acredite na fé, acredite em Deus, eu estou contigo e estou rezando por você todas as noites”. Acreditava que a pessoa que estivesse doente, ao ouvir estas palavras, poderia se animar em termos psicológicos (MAESTRELLI, 2019).

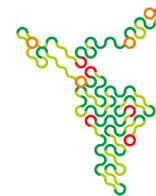
O padre precisou ser resistente às ordens do bispo e da Igreja Católica, para pôr em prática suas ideias e transmitir as missas pelo rádio. Nos registros do livro Tombo da cidade de Urussanga constavam que ele era um rotariano, mesmo sabendo que padres não poderiam participar de reuniões do Rotary na época. Ele mencionava que fazia parte dessa organização pois entendia que era um clube de serviços que poderia se colocar à disposição das pessoas (MAESTRELLI, 2019).

Miotello (2019) afirma que o padre resolveu escrever um livro, *O Catequista Ideal*, que trazia um delineamento de como os catequistas deveriam conduzir os seus trabalhos com crianças e adultos utilizando estratégias para vivenciar o amor de Deus. Em entrevista ao Jornal Vanguarda no ano de 2003, Monsenhor fala com muito orgulho dessa obra, afirmando que ela está na biblioteca do Vaticano como um dos melhores livros de pesquisa sobre catequese (VANGUARDA, 2003).

Além disso, usava sua gráfica para produzir documentos que seriam subsídios para o catecismo na cidade. O padre expandia a evangelização em diferentes meios, além do rádio, via nas produções escritas uma forma de tornar público seus ideais. Algumas publicações tinham foco na cidade de Urussanga e entornos, de tradição italiana e catolicismo fervoroso.

Não apenas livros

Monsenhor pertenceu à Academia Internacional dos Poetas (cadeira Clarice Lispector de nº 255), Academia Urussanguense de Letras (membro fundador da Cadeira 15) e Academia São José de Letras (cadeira Monsenhor João Nepomuceno Manfredo Leite de nº 6). Conforme Besen (2017),



escreveu diversas obras, dentre elas: *Catequista Ideal* (1955); *Metodologia do Catecismo* (1962); *Imigração italiana* (1977); *Magnólia Branca* (1978); *Apicultura em Marcha* (1980); *Magos* (1980); *História de Urussanga* (1990); *Abelha Maravilha* (1993); *Clarice em branco*, *Lispector em preto* (2005).

Seu legado na área de comunicação alcançou também publicações com reproduções em larga escala. Para ter autonomia em suas publicações e angariar fundos para a manutenção de sua obra social Paraíso da Criança, o padre fundou a Gráfica Paraíso, que foi meio de publicação e reprodução de seus materiais escritos. De acordo com Besen (2017), por meio da divulgação de seus textos procurava despertar nos leitores interesse pelos principais problemas sociais, econômicos e culturais.

Miotello (2019) lembra que ele fez pesquisas e começou a estudar e trabalhar diretamente com abelhas, sendo assim, produziu diversas publicações com esse direcionamento. O primeiro dos livros escritos foi *Apicultura em Marcha* (1980), sendo posteriormente disseminado nos congressos de apicultura juntamente com as cartilhas dos apicultores. Depois disso ele criou em Urussanga a escola de apicultura, eram cursinhos rápidos de orientação que funcionava na casa onde ele morava. “A partir de então, começou a criar cartilhas, a número 1, 2, 3, 4, 5 e fez também a *Abelha Maravilha* (1993) que eram só poemas para as crianças” (MIOTELLO, 2019).

Figura 1: Livro *Apicultura em Marcha*

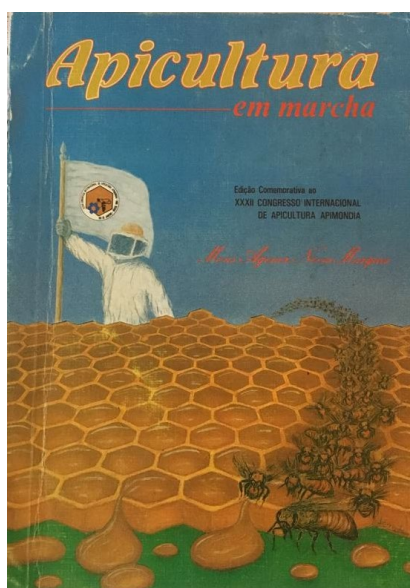
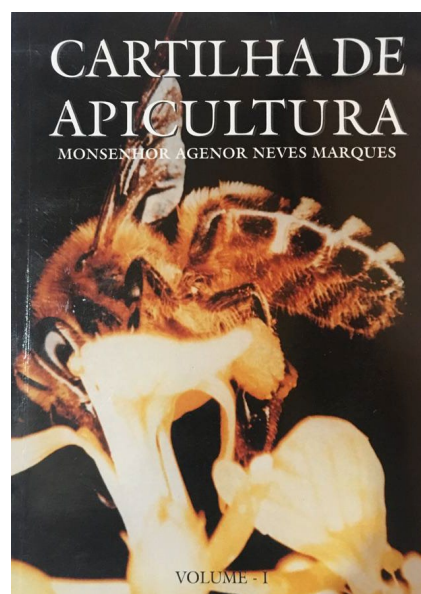
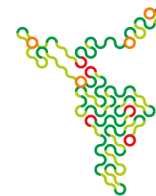


Figura 2: Cartilha de Apicultura



Fonte: Arquivo da Academia de Letras de Urussanga. Foto: Rafael Farias Niero.



O padre trabalhou imensamente na construção do livro *Imigração Italiana*, em homenagem ao centenário de Urussanga em 1978, trazendo detalhes de “quais as famílias que vieram, o que cada família passou, os ataques dos índios, o que os italianos faziam com os índios e tudo aquilo que aconteceu no início” (MIOTELLO, 2019). Procurou disseminar essas informações da imigração italiana de uma forma mais acessível e assim lançou o livro *A História de Urussanga* no ano de 1990. Conforme Rosa Miotello (2019), “foi distribuído em todos os colégios para que as crianças pudessem estudar a história de Urussanga de uma forma mais fácil”.

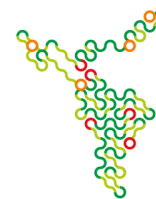
Ainda em relação à homenagem ao centenário de Urussanga, Monsenhor organizou e publicou a obra *Magnólia Branca* (1978), composto de poesias, poemas e hinos, muitos deles de sua autoria. Em relação à flor Magnólia Branca, conforme Marques (1978), passou a ser considerada a partir do ano de 1977 a flor oficial da cidade de Urussanga.

Figura 7: Livro *Magnólia Branca*



Fonte: Arquivo da Academia de Letras de Urussanga. Foto: Rafael Farias Niero.

Machado e Torres (2000) definem Monsenhor como uma mola propulsora que dinamizou a pequena cidade de Urussanga, figura que contribuiu em diversos aspectos para a expansão da cidade. Seu lado comunicólogo permitiu que se engajasse em inúmeras causas sociais, que são lembradas e



evocadas até os dias atuais. Bosi (2003) afirma que a memória é um intermediário informal da cultura de diferentes épocas e vivências, e a história oral a ferramenta que faz com que a memória se torne viva e palpável para as pessoas por intermédio do ato da fala.

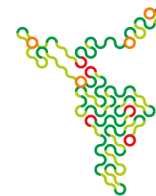
Nessa perspectiva, Barbosa (1995) afirma que ao se debruçar sobre o passado, a história evocada faz uma seletiva reconstrução do passado. Neste caso, considera que o jornalista e o historiador estão no centro deste teatro. Ambos carregam suas análises a partir da própria visão, colocam sua singularidade pessoal, sua subjetividade na narrativa que estão desenvolvendo.

O último livro publicado com produções de sua autoria, *Clarice em Branco Lispector em Preto*, foi escrito no ano de 1994, quando Monsenhor ficou hospitalizado em decorrência de uma crise asmática. Nesse período aprofundou-se na produção literária da autora e na sequência discorreu sobre ela e sua obra. Porém, somente no ano de 2005 Valdemir Miotello, também padre e escritor, reuniu o escrito e promoveu a publicação que agora já está em sua segunda edição (MARQUES, 2005).

Maestrelli (2019) menciona também que o padre fez textos para despertar os principais problemas sociais que eram função do Estado, mas que na época não tinha atuação nessa área. Conforme exemplifica Maestrelli (2019), “ele colocava os problemas das pessoas doentes no papel para dizer, precisamos de um raio X no hospital, precisamos ajudar o hospital na maternidade, então ele colocava tudo isso no papel e distribuía para população em forma de campanha, imprimia em sua gráfica e espalhava”.

Monsenhor desempenhava relevante função social de forma espontânea, trazendo práticas de intervenção e transformação da sociedade. A preocupação de comunicação comunitária, área explorada pelo Monsenhor, foi trazer pautas com discussões na esfera micro, que tivessem relevância para comunidades específicas.

O padre tinha grande relação e envolvimento com a política e fazia folhetos com versos pedindo voto a seus aliados e atacando os partidos de sua oposição. Apesar disso, Miotello (2019) ressalta que “mesmo tendo um partido se dava bem com todos, pois as pessoas tinham uma admiração muito grande por ele”, colocando em evidência o carisma e a estima do padre nessa região.



Considerações finais

Trazer em evidência a história de Monsenhor Agenor Neves Marques, figura de grande respeito e admiração no sul catarinense, coloca em evidência trechos da história local que por vezes ficam esquecidas ou não alcançam o público mais jovem. No entanto, são extremamente relevantes para a construção e o fortalecimento da identidade local e memória da região.

Homem visionário, Padre Agenor sempre viveu à frente do seu tempo, servindo de inspiração a todos que foram contemporâneos à sua época. Conforme fala em seu programa *Andorinha Mensageira*, o padre ressalta que “a comunicação é uma das coisas mais importantes do planeta, pois através dela os homens se comunicam, se entendem, ou brigam, ou rezam, mas de qualquer forma cultuam a Deus”.

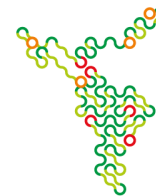
Assim, entendemos que Monsenhor foi pioneiro no uso de estratégias de comunicação na região, e sua versatilidade em transitar nos diferentes meios abriu portas para intervenções de grande impacto social, sendo um dos contribuintes para o desenvolvimento regional. Sua afinidade com os públicos considerados minoritários fez com que, por vezes, assumisse o papel de porta-voz de transformações sociais.

Conforme Maestrelli (2019), “o padre foi vários espíritos em um corpo só, várias vidas, várias profissões, ele fez o que uma pessoa normal não faria”. Nessa afirmação o pesquisador se referiu aos seus feitos e envolvimento com os diferentes meios de comunicação como espaço para evangelização e transformação social. Finalizamos com a frase do Monsenhor expressada em sua entrevista para o Jornal Vanguarda no ano de 2003: “[...] porque fui, sou e continuarei sendo até o último suspiro um dos comunicadores desta minha terra” (VANGUARDA, 2003, p. 1).

Referências

BARBOSA, Marialva. **Senhores da verdade**. Intercom. Revista Brasileira de Ciências da Comunicação. São Paulo: Vol. XVIII, nº2, jun./ dez. 1995, p.84-101. Disponível em: <http://portcom.intercom.org.br/revistas/index.php/revistaintercom/article/view/1259/1212>. Acesso em: 16 de out. 2019

BESSEN, Pe. José Artulino. **Monsenhor Agenor Neves Marques**. 2017. Disponível em: <https://pebesen.wordpress.com/padres-da-igreja-catolica-em-santa-catarina/Monsenhor-agenor-marques-ministro-da-palavra/>. Acesso em: 12 de mai. 2019.



BOSI, Ecléa. **O tempo vivo da memória: ensaios de psicologia social**. São Paulo: Ateliê Editorial, 2003, p.244.

CHISTOFORI, Elaine Cunha. **O jornalismo do futuro: o processo de comunicação do jornalismo digital**. Projeto Experimental da Faculdade de Comunicação Social. Juiz de Fora: UFJF, FACOM, 2006, 88 p. Disponível em: <http://www.ufjf.br/facom/files/2013/04/ECChistofori.pdf>. Acesso em: 15 de jun. 2019.

COSTA, Márcia Marques. **Especial 65 anos Fundação Marconi**. Panorama Nossa Gente, Urussanga: Costa Editorial, 2016.

FARIAS, Karina Woehl de. SOUSA, Charles de. NIERO, Rafael Farias. **O voo da andorinha mensageira nas ondas do rádio urussanguense**. Universidade do Extremo Sul Catarinense. III Congresso Ibero-Americano de Humanidades, Ciências e Educação. Criciúma: 2018, 45-52 p. Disponível em: periodicos.unesc.net/congressoeducacao/article/download/4529/4141. Acesso em: 12 de mai. 2019.

MAESTRELLI, Sérgio Roberto. Entrevista concedida a Rafael Farias Niero. Urussanga, 15 de mai. 2019.

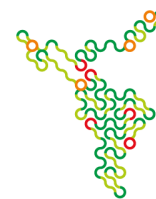
MARQUES, Monsenhor Agenor Neves. **Magnólia Branca**. Edição comemorativa do Centenário de Urussanga. Criciúma: Editora e Gráfica Ribeiro, 1978, 80p.

MIOTELLO, Rosa. Entrevista concedida a Rafael Farias Niero. Urussanga, 15 de mai. 2019.

PANORAMA DA NOSSA GENTE. **Especial 65 anos Fundação Marconi**. Urussanga: Costa Editorial, 2016.

RÁDIO MARCONI. **A notícia que o AM 780 não deu!**. 2018. Disponível em: <https://radiomarconi.net/2018/11/06/a-noticia-que-a-am-780-nao-deu/>. Acesso em: 09 de set. 2019.

VANGUARDA. **Monsenhor Agenor Neves Marques**. Entrevista em 02 de março de 2003. 2003. Disponível em: <http://www.jvanguarda.com.br/site2012/2003/10/02/Monsenhor-agenor-neves-marques/>. Acesso em: 09 de jun. 2019.



PAUTAS ALTERNATIVAS NAS ENTREVISTAS DA RÁDIO WEB TAMBOR

Nayane Brito¹
Jefferson Sousa²
Izani Mustafá³

Resumo: A Rádio Web Tambor inicia suas atividades em março de 2018, com a finalidade de proporcionar um espaço para ecoar pautas sobre questões sociais, ambientais e culturais. Uma mídia alternativa articulada pela Sociedade Maranhense de Mídia Alternativa e Educação Popular Mutuca, em parceria com a Associação Brasileira de Rádios Comunitária no Maranhão (Abraço-Ma), Sindicato dos Bancários do Maranhão (SEEB-MA), Jornal Vias de Fato entre outras organizações sociais. O Jornal da Tambor é um programa radiojornalístico que faz parte da grade de programação da emissora. É veiculado de segunda a sexta-feira, das 11h às 12h. Diariamente o informativo recebe entrevistados, entre professores, representantes de movimentos sociais e artistas, ampliando assim vozes que geralmente são ignoradas pela mídia hegemônica. Desta especialidade, emerge o objetivo do artigo, qual seja, analisar como são abordadas as pautas propostas a partir das entrevistas veiculadas no Jornal da Tambor. A verificação do material será feita por meio de análise de conteúdo sonoro, a partir da escuta do programa realizada entre os dias 26 a 30 de julho de 2021.

Palavras-Chave: Rádio; Rádio Tambor; Radiojornalismo; Programa; Programação.

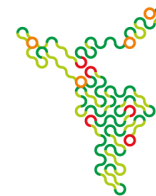
Webrádios como estratégia para a produção e veiculação de Jornalismo independente

Até meados dos anos 1990 estávamos acostumados a ouvir o rádio em um receptor que recebia as ondas eletromagnéticas vindas de um transmissor. A chegada da internet alterou esse tipo de escuta. Mudou a radiofonia no mundo inteiro. Em vez de acionar um botão para sintonizar a rádio local, com transmissão em AM ou FM, passamos a ligar o computador e digitando a sigla WWW – que em inglês quer dizer World Wide Web e em português, rede de alcance mundial – podíamos acessar uma

¹ Doutoranda de Jornalismo na Universidade Federal de Santa Catarina (PPGJor/UFSC). Membro dos seguintes grupos de pesquisas: Grupo de Investigação em Rádio, Fonografia e Áudio (GIRAFÁ), Grupo de Pesquisa Jornalismo, Mídia e Memória (JOIMP) e Grupo de Pesquisa Rádio e Política no Maranhão (RPM). E-mail: nayanebritojornalista@gmail.com.

² Mestrando no Programa de Pós-Graduação em Jornalismo (PPGJor/UFSC). Bolsista CAPES. Integrante dos grupos de pesquisa Girafa, Radiojor e RPM. E-mail: jeffjornal@gmail.com

³ Professora adjunta da graduação e da Pós-Graduação de Comunicação Social/Jornalismo da Universidade Federal do Maranhão, campus Imperatriz. Doutora em Comunicação Social (PUCRS), coordena o Grupo de Pesquisa Rádio e Política no Maranhão (RPM) e o GT História da Mídia Sonora da Associação Brasileira de Pesquisadores de História da Mídia (Alcar), e é integrante e pesquisadora do Grupo Rádio e Mídia Sonora da Intercom – Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação e da Rubra – Rede de Rádios Universitárias do Brasil. E-mail: izani.mustafa@gmail.com.

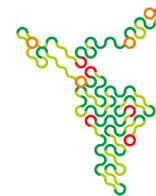


rádio com transmissão on line de qualquer lugar. Com a chegada da internet e a digitalização, a maioria das estações no Brasil, “a partir do Plano Real (1994), que trouxe relativa estabilidade econômica e acarretou sobrevalorização cambial, possibilitando a importação de equipamentos eletrônicos em larga escala” (KISCHINHEVSKY, 2016, p. 64) passou a ocupar também essa nova rede, alcançando um público diverso e situado em diferentes lugares do planeta. A internet começou a ser uma nova extensão das rádios hertzianas. De acordo com Prata (2009), surgiu “uma nova radiofonia, onde o usuário não apenas ouve as mensagens transmitidas, mas também as encontra em textos, vídeos, fotografias, desenhos, hipertextos” (PRATA, 2009, p. 43).

Segundo Prata (2009), as webrádios mantêm algumas características do rádio hertziano como a linguagem oral, a penetração fica expandida, imediatismo, sensorialidade e a autonomia já que o emissor continua falando com cada ouvinte em particular. Outros aspectos apontados pela autora lá em 2009, ganharam novas reconfigurações, acompanhando as inovações tecnológicas. Por exemplo, a mobilidade e a autonomia que antes eram questionadas porque o computador precisava estar ligado à uma rede de eletricidade, hoje alterou. Sabemos agora que uma emissora pode ser sintonizada pelo notebook (que tem autonomia de tempo para ficar conectado à rede por várias horas) e pelo celular acessando a rádio por um aplicativo ou pela internet. Consequentemente, o baixo custo é quase similar a um receptor portátil porque a maioria da população tem um celular com acesso pela rede wi-fi e banda larga paga.

E nessa onda de novas tecnologias, suportes e plataformas, pensando no rádio expandido que ocupa a internet pelas redes sociais, celulares, TV paga e também a pódofera nas plataformas de *streaming* (KISCHINHEVSKY, 2016), começaram a surgir as rádios com transmissão apenas pela web. São as webrádios que surgem dentro dessa convergência midiática e a pioneira internacionalmente é a Rádio Klif, do Texas, Estados Unidos. Prata (2009) diz que é a primeira emissora comercial a transmitir de forma contínua e ao vivo através da internet, a partir de setembro de 1995” (PRATA, 2009, p. 61). A inovação de transmissão pela rede mundial de internet “jogou por terra todos os pressupostos conhecidos até então sobre radiodifusão, como necessidade de concessão, presença de elementos visuais, interação em tempo real e, é claro, a ausência do bom e velho aparelho de rádio” (PRATA, 2009, p. 61).

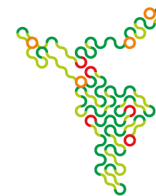
No Brasil esse tipo de emissora só chegou três anos depois, em 5 de outubro de 1998, quando entrou no ar a Rádio Totem exclusivamente com transmissão online (PRATA, 2009). Segundo



Bufarah Junior, o nome da estação, explicada pelo criador Eduardo Oliva, se deve a ideia de “desenvolver soluções de multimídia par o mercado corporativo na época, o que se conhecia como referência de ‘multimídia’ eram os quiosques normalmente utilizados em shoppings. E estes são conhecidos no país como totens, e acabou ficando” (BUFARAH JUNIOR, 2003, p. 157). O autor destaca que no início a emissora ofertava aos ouvintes

Apenas áudio de uma programação gerada ao vivo de um pequeno estúdio na sede da empresa, em São Paulo. Com o decorrer do trabalho, foram agregados novos produtos e serviços ao site da rádio, como a criação de 11 canais, contendo a programação diversificada, abrangendo vários estilos musicais, como dance, sertanejo, samba e pagode, pop, rock, urban, latino, MPB, axé, reggae e top, sendo este último o único apresentado ao vivo com músicas, programas e notícias (BUFARAH JUNIOR, 2003, p. 59).

Neste mesmo espaço da Rádio Totem, “os usuários também podiam acessar canais de vídeo com clipes e entrevistas, além de serviços de e-mail e atendimento via rede” (BUFARAH JUNIOR, 2003, p. 59). De acordo com Bufarah Junior, dois anos depois dessa iniciativa, existiam somente nove rádios com transmissão online e, em 2000, esse número subiu para 191 rádios. Sete anos depois, no final de 2007, “havia 346 estações brasileiras transmitindo apenas na rede, listadas no portal www.rádios.com.br, contra 1.623 AMs e FMs que podiam ser ouvidas pela internet ou de forma analógica” (KISCHINHEVSKY, 2009, p. 231). O autor reforça que esse tipo de transmissão, sem limites de cobertura passou a alcançar “audiências em todo o mundo, exercendo importante mediação para populações em deslocamento (migrantes, turistas, executivos em viagens de negócios, exilados) e também para indivíduos que se identificam simbolicamente com outras culturas, cenas ou territorialidades” (KISCHINHEVSKY, 2009, p. 231). Javorsky (2017) destaca que, de acordo com o portal www.rádios.com.br, em 2017 tinham 12 mil webrádios contra aproximadamente 10 mil emissoras AMs e FMs. Em setembro de 2021, verificamos um registro de 17 mil 223 webrádios (RÁDIOS.COM, online). Como elas surgem com certa facilidade, principalmente porque não dependem de concessão do governo federal e podem criar o seu site e organizar a programação de acordo com o público alvo, em 21 anos, o número de webrádios no Brasil teve um crescimento de um pouco mais de 90%. Alguns estudiosos afirmam que, como a internet é livre, é possível falarmos em democratização da comunicação.



Pensando no estado do Maranhão, nossa proposta é analisar o Jornal da Tambor, que vai ao ar na Rádio Tambor⁴ cuja transmissão on line começou em março de 2018, a partir da capital São Luís. O nome da webrádio é uma homenagem à comunicação quilombola que se dá pelos tambores. A emissora se define como uma mídia alternativa articulada pela Sociedade Maranhense de Mídia Alternativa e Educação Popular Mutuca, em parceria com a Associação Brasileira de Rádios Comunitária no Maranhão (Abraço-Ma), Sindicato dos Bancários do Maranhão (SEEB-MA), Jornal Vias de Fato e outras organizações sociais. Produz conteúdos jornalísticos com o objetivo de criar um espaço para informar principalmente sobre assuntos sociais, ambientais e culturais.

Para isso, vamos adotar como metodologias a análise de conteúdo (BARDIN, 2004) das entrevistas que foram veiculadas no Jornal da Tambor, transmitido de segunda a sexta-feira, das 11 às 12 horas, no período de 26 a 30 de julho de 2021. O informativo sempre tem entrevistas com especialistas, professores, artistas e representantes de movimentos sociais para esclarecer sobre assuntos voltados às questões sociais, culturais e ambientais.

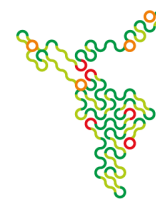
O objetivo deste artigo é verificar se a Rádio Tambor cumpre com um papel social e educativo, e se realmente os temas são de interesse público, se respeita a pluralidade de vozes – como fontes que em geral não são ouvidas pelas mídias tradicionais – e a diversidade da cultura local e regional. A partir desses pontos, poderemos nos certificar de a webrádio também está democratizando a comunicação pelas ondas da internet.

Jornalismo veiculado na Rádio Tambor

A Agência Tambor entra no ar em março de 2018 com a proposta de servir de “instrumento comprometido com a luta das trabalhadoras e trabalhadores do campo e da cidade, dos povos e comunidades tradicionais, por um movimento sindical forte e independente (...)”, também pautada na “(...) defesa permanente dos direitos humanos, pelo combate ao machismo, racismo, homofobia, com o compromisso com os povos e comunidades tradicionais, pela preservação do meio ambiente e pelo respeito e estímulo à arte e a cultura” (RÁDIO TAMBOR, on line).

Em palestra ao Grupo de Pesquisa Rádio e Política do Maranhão, da Universidade Federal do Maranhão, campus Imperatriz, o co-fundador da Tambor, professor doutor Ed Wilson Araújo, relata

⁴ Rádio Tambor. Disponível em: <https://www.facebook.com/radiotambor>.



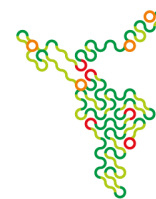
que o nascimento da mídia alternativa partiu da militância e do sonho de um grupo de comunicadores pela democratização da comunicação no Estado, que conta com uma mídia monopolizada e politicamente enviesada para o interesse do capital. Afirmou ainda que buscam contrapor o discurso hegemônico por meio de uma narrativa plural, democrática e que zele pela cidadania do povo maranhense. Com viés educativo, a Agência Tambor tem em sua proposta a luz de uma sociedade igualitária e justa.

Araújo descreve que antes do surgimento da Tambor aconteceram diversas reuniões e convocatórias para que a mídia refletisse a cultura e os costumes do Maranhão, pautando situações diferentes das casuais da grande mídia com foco na democratização da comunicação. A partir dessa ideia, foi organizado o seminário com o tema “Comunicação e Poder no Maranhão”. Em dois dias de seminário, realizado no auditório da UFMA campus São Luís, foram ouvidos agentes da comunicação comunitária indígenas, quilombolas e do movimento de mulheres ribeirinhas sobre como a comunicação era presente no seu ambiente e como o afetava: “falaram como os quilombolas se viam em reportagens como a da TV Mirante, onde havia um certo enquadramento de imagem, uma fala recortada. Um momento de crítica, inclusive da crítica ao mercado” ressalta o pesquisador.

Após as reuniões e junções de ideias fundou-se então a Agência Tambor e a Rádio Tambor, uma webrádio que vai ao ar diariamente e tem como carro-chefe o Jornal Tambor, veiculado das 11 às 12 horas, sendo meia-hora de entrevista e meia-hora de notícias. O programa é coordenado e apresentado pela jornalista Flávia Regina Melo, formada na Universidade Federal do Maranhão (UFMA), com especialização na Escola de Comunicação e Artes (ECA) da Universidade de São Paulo (USP).

De acordo com Araújo, o público-alvo é formado pelas rádios comunitárias, onde é preciso chegar um produto jornalístico com informação de qualidade e de viés educativo. Contudo, essas radcoms em sua maioria são conservadoras, fazendo com que as pautas da Tambor não tenham a aderência que o grupo gostaria que tivesse: “Há essa resistência porque a pauta da Tambor é a pauta dos silenciados e dos discriminados” revela o autor.

O plano de divulgação da Rádio Tambor perpassa algumas etapas. Como explica Araújo, primeiramente é definida a pauta de acordo com o interesse da comunidade. Por conta da demanda, é feita uma agenda setting com assuntos e nomes para que sejam feitas as entrevistas. O tema principal do jornal depende então da urgência do assunto que será abordado. Após a confirmação, são



produzidos cards interativos para divulgação antes e no dia da entrevista, no site e nas redes sociais da Tambor. Durante a execução do jornal a equipe fica observando grupos no WhatsApp e em canais digitais para pautar algo que possa ser considerado relevante durante o jornal. A pós-produção do Jornal da Tambor transforma as entrevistas em podcasts publicados também na plataforma de *streaming* Spotify. O Tambor Cast é mais um produto da agência.

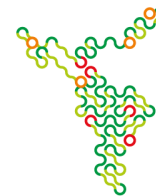
A linha editorial do Jornal Tambor é explicada em seu site:

A linha editorial do Jornal Tambor é comunicação popular. É uma forma alternativa de jornalismo. É uma produção de conteúdo comprometida com as diferentes organizações populares, comunitárias, de trabalhadoras e trabalhadores. É um radiojornal antagônico à comunicação voltada para o mercado, bancada por empresários. Do ponto de vista político, é um jornal comprometido com os pobres. Diferente da mídia empresarial, o Jornal Tambor não transforma a tragédia dos pobres (e das demais pessoas) em audiência. Ele trata dos conflitos e contradições de uma sociedade de classes, caminhando ao lado dos oprimidos, das minorias, periferias, mulheres, negros, indígenas, quilombolas, homoafetivos.

Antes da pandemia da Covid-19, a Agência Tambor fazia reportagem de rua cobrindo manifestações e afins, no formato tempo real, com áudio enviado por meio do grupo de WhatsApp da redação. As reportagens eram focadas apenas na capital São Luís. Por conta da crise sanitária, a Agência funcionou diariamente, mas de forma remota. Todos os programas da grade oficial foram readaptados para que o trabalho não impusesse qualquer agravo ao pessoal por conta do novo Coronavírus. Assim, as plataformas digitais e as redes sociais foram prioridade, mais precisamente Facebook e Instagram, como assinala Araújo.

A equipe da Agência Tambor é formada por oito pessoas, sendo quatro jornalistas e duas estudantes de comunicação: uma de jornalismo e outra de rádio TV; uma profissional da área de educação e outro de saúde, ambos militantes da comunicação popular. A estrutura física conta com uma recepção e um estúdio com cabine onde são feitas as locuções dos quadros e do principal produto que é o Jornal Tambor. Todavia, a equipe ainda não é a ideal para dar conta de toda a demanda da Agência. O autor explica que é preciso ainda aumentar a equipe para que outras redes sociais, como Twitter e YouTube, sejam amparadas e ainda uma pessoa capacitada para escrever e realizar captação de recursos por meio de editais.

A Agência Tambor conta com vários produtos jornalísticos: blog, impresso, rádio e podcast. A mais expressiva iniciativa é a Rádio Web Tambor, fonte principal de conteúdo para os outros produtos, como o Tambor Cast, o podcast da Agência, e as pautas jornalísticas do site da Tambor que



exploram mais a fundo os assuntos. Possui perfil nas principais redes sociais e plataformas de *streaming* e os integrantes da rádio fundaram um grupo no WhatsApp onde trocam pautas e compartilham sonoras de suas matérias durante o dia a dia.

É uma iniciativa da Sociedade Maranhense de Mídia Alternativa e Educação Popular Mutuca, em parceria estratégica com a Associação Brasileira de Rádios Comunitária no Maranhão (Abraço-Ma), com o Sindicato dos Bancários do Maranhão (SEEB-MA), Jornal Vias de Fato e outras organizações sociais. Tem seu sustento retirado por meio de sindicatos, mais fortemente representados pelo Sindicato dos Bancários do Maranhão. Conta ainda com a parceria da TEIA de Comunicação Popular, uma iniciativa que visa mapear e ampliar a comunicação alternativa no país.

Jornal da Tambor e suas entrevistas

O Jornal da Tambor é veiculado de segunda-feira a sexta-feira, das 11 às 12 horas, na Rádio Tambor. Diariamente o radiojornal recebe entrevistados no quadro “Dedo de Prosa”, com temas variados, mas sempre disponibilizando espaço para debates e reflexões sobre questões sociais, culturais, ambientais e políticas.

Entre 26 a 30 de julho, de 2021, as entrevistas do programa foram conduzidas por Livia Lima e Emílio Azevedo. Ambos estabelecem um bate-papo com os convidados, possibilitam que os entrevistados se sintam acolhidos e à vontade para comunicar. Cremilda Medina (1986) ao trabalhar com a entrevista como um diálogo possível nos orienta que entrevistar não é meramente um instrumento para obter informações, mas uma prática discursiva, um processo dialógico que pode estabelecer a pluralização das vozes e colaborar para democratização da informação. Medina argumenta que

[...] a entrevista, nas suas diferentes aplicações, é uma técnica de interação social, de interpretação informativa, quebrando assim isolamentos grupais, individuais, sociais; pode também servir à pluralização de vozes e à distribuição democrática da informação. Em todos estes ou em outros usos das Ciências Humanas, constitui sempre um meio cujo fim é o inter-relacionamento humano (MEDINA, 1986, p. 08).

Nas entrevistas visualizamos uma comunicação democrática, com voz e vez para professores, diferentes movimentos sociais, líderes de comunidades, profissionais de diferentes áreas, etc. Existe uma polifonia de vozes com pautas que raramente ganham espaços na mídia *mainstream*. Segue uma tabela com dados sobre as entrevistas realizadas de 26 a 30 de julho, de 2021.

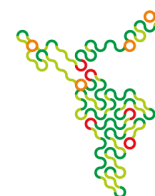


Tabela 1: Entrevistas realizadas no Jornal da Tambor.

DATA	TEMA
26.07.21	Ataques a quilombolas no Maranhão
27.07.21	Tá faltando comida!
28.07.21	Um grito necessário!
29.07.21	Feira, mulheres e manguezais!
30.07.21	Aniversário do Solar!

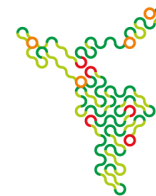
Fonte: os autores.

Uma leitura da Tabela 1, por mais rápida que seja, é possível detectamos a particularidade dos assuntos que perpassam as pautas do Jornal da Tambor. Na segunda-feira, 26 de julho, a entrevista contou com a presença de dois representantes do Quilombo Imbiral Cabeça Branca, o líder espiritual do quilombo, Luís Lopes e Gil Quilombola, ganhador, em 2012, do prêmio João Canuto de Direitos Humanos⁵, e articulador do movimento quilombola do Maranhão (Moquibom), por mais de dez anos. Os entrevistados relataram sobre os conflitos de terras no município de Pedro do Rosário, na Baixada Maranhense, local em que está situado o quilombo.

As falas são de indignação e revolta por ações de grilagem, particularmente por um fazendeiro que também está agredindo, ameaçando e devastando o quilombo. Ao mesmo tempo a esperança de ajuda após a participação no radiojornal os motivou a darem essa entrevista. Em um dos trechos de sua participação Gil Quilombola explica que o estado é responsável pela má distribuição das terras,

Essa é uma responsabilidade do estado do Maranhão que quando foi titular a comunidade invés de titular a área por completo, titulou apenas 46 hectare, depois diminuiu e já colocou só 44 hectares, ou seja, para uma comunidade que está lá, se não me falo a memória são 44 famílias, ficou a questão de um hectare para cada família. Então essa política do governo do estado de cortar território quilombola para entregar pro agronegócio (TRECHO DA ENTREVISTA DO DIA 26 DE JULHO, DE 2021).

⁵ Todos os anos o prêmio João Canuto de Direitos Humanos é pelo Movimento Humanos Direitos (MHuD).



No dia 27 de julho, com o título “Tá faltando comida!”, o debate abordou o aumento da fome e da insegurança alimentar no Brasil. O radiojornal ouviu a presidenta do Conselho de Segurança Alimentar do Maranhão (CONSEA-MA), secretária geral do Fórum Maranhense de Segurança Alimentar e Nutricional e liderança comunitária da Pindoba (comunidade do município de Paço do Lumiar), Maria da Conceição de Almeida Ferreira, conhecida por Concita da Pindobá.

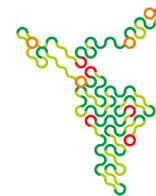
Nessa entrevista ao Jornal Tambor, Concita de maneira didática apresentou dados sobre o retorno do Brasil para o mapa da fome nos últimos quatro anos. “O Brasil vem regredindo no fator alimentação, além do número excessivo de pessoas que passam fome no nosso país e estado, pessoas que não tem o que comer, não tem nem perspectiva do que comer, porque falta a comida na mesa deles”, afirma a liderança comunitária.

A presidenta do CONSEA-MA reiterou que foram muitos fatores que colaboraram para o Brasil regredir no fator alimentação, entre eles a pandemia, os cortes em programas que afetam a agricultura familiar e o negacionismo do governo, “negar que a fome existe é aumentar cada vez mais”. Os mais atingidos pela fome são invisíveis para as políticas públicas, destaca a liderança.

“Um grito necessário!”, esse é o tema da entrevista do dia 28 de julho. A conversa foi realizada com a freira da Congregação das irmãs de Caridade de Montreal e Coordenadora da Pastoral da AIDS Regional NE Maranhão, a irmã Helvidia Silva Barros. A entrevistada passa detalhes do local, horário e tema do 27º Grito dos Excluídos, um ato social realizado anualmente em São Luís, capital do Maranhão. Em 2021 o evento foi realizado em 28 de julho, no dia seguinte a entrevista. A religiosa ressalta que o tema do ato é “Na luta por participação popular, saúde, comida, moradia, trabalho e renda, já!”, acrescenta “É isso que está faltando, políticas públicas que envolvam essas questões na vida do nosso povo que tem esse direito e não o tem”.

O ato ocorre há 27 anos em parceria com alguns movimentos como a Central Única dos Trabalhadores (CUT) e pastorais sociais relacionadas a igreja católica (Pastoral da Criança, Pastoral da sobriedade, Pastoral da Rua, etc.). Segundo a freira essas pastorais realizam trabalhos “na luta pela vida e ajudam as pessoas a tomarem consciência dos seus direitos”. O evento além de um grito, uma manifestação popular, também teve o objetivo de arrecadar alimentos não perecíveis para doar as pessoas mais vulneráveis.

A entrevista do dia 29 de julho trás o protagonismo feminino por meio da Rede de Mulheres das Marés e das Águas dos Manguezais Amazônicos do Maranhão e Piauí. Kátia Barros e Maria



Máxima Pires comentam sobre a Rede e a Feira dos produtos dos manguezais amazônicos, que ocorreu no dia 31 de julho. Elas iniciam explicando a atividade da Rede que surgiu da articulação de algumas redes de mulheres a nível nacional que estão em territórios de reversas extrativistas. “A ideia é valorizar os produtos dessas mulheres da rede”, enfatizam as entrevistadas. Ambas relatam sobre a formação e objetivos da rede,

A rede é uma forma de organização maior, unindo as mulheres que estão nas reservas, já criadas com muita experiência e também com muitos desafios, na proteção de seus territórios juntamente com as reservas [...] dar visibilidade a essas mulheres que vivem dentro dos seus territórios produzindo, pescando, mariscando, fazendo artesanato (TRECHO DA ENTREVISTA DO DIA 29 DE JULHO, DE 2021).

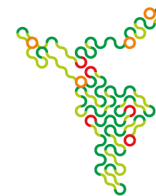
A última entrevista, do dia 30 de julho, oportuniza espaço para o Movimento dos Trabalhadores Rurais Sem Terra (MST). A militante do MST, educadora popular e assentada da Reforma Agrária Popular, Simone Silva fala sobre a comemoração do aniversário de dois anos do Solar Cultural Maria Firmina dos Reis, localizado no Centro de São Luís.

O Solar é um espaço para comercialização de produtos provenientes de assentamentos do MST e atividades culturais. O nome do local, segundo Simone Silva, é simbólico e histórico, por representar uma mulher negra, escritora e subversiva, a maranhense Maria Firmina dos Reis. A militante destaca que além de denúncias e protestos “[...] também cantamos, dançamos, de forma bonita, como é o nosso povo do Maranhão e da classe trabalhadora”.

A entrevistada ressaltou a importância política do local na produção de conhecimento, formação política e ideológica e ações combativas contra “o discurso de ódio, a criminalização dos movimentos sociais, as Fake News, o genocídio estabelecido pelo governo brasileiro como um projeto”. Essa “morada de ideias coletivas”, conforme Simone, é um espaço do povo e para o povo.

Considerações Finais

A Agência Tambor cumpre seu papel social no combate à desinformação e alcança seu objetivo: se destacar na luta pela democratização da comunicação. Enquanto mídia alternativa, oferece ao maranhense assuntos que não ganham espaço na grande mídia, oferecendo uma comunicação plural e comprometida com a democracia.



Por meio de seus produtos jornalísticos, a Agência Tambor alcança os mais variados grupos, utilizando-se da convergência tecnológicas e das mídias para ampliar a sua voz e conquistar espaço no emaranhado da rede digital. O destaque social da Tambor é reflexo do trabalho jornalístico voltado ao regional, ao local, e ganha relevância na sociedade, servindo ainda de norte para a população.

Entrevistados e entrevistadores que participaram do “Dedo de prosa”, durante o Jornal da Tambor, estabeleceram, por meio da entrevista, uma prática dialógica e discursiva no debate de temas relacionados as problemáticas sociais. As conversas contribuem para denunciar, informar, debater e refletir sobre temas como reforma agrária, grilagem, aumento da fome no Brasil, empoderamento feminino, ato social em favor dos excluídos, locais para formação política e comercialização de produtos provenientes de assentamentos do MST e rede de mulheres.

O olhar para estes temas parte de uma concepção jornalística que informa e forma os ouvintes, transmite conhecimentos de interesse público, cumpre funções sociais e incentiva o debate democrático. Percebemos uma pluralidade de fontes: personagens que geralmente são ignorados pela mídia hegemônica. Essa pluralização de vozes, conforme Medina (1986), tira do isolamento grupos, indivíduos e sociedades.

A programação da webrádio Tambor demonstra que é possível ter uma programação diversificada e que atenda à pluralidade da sociedade e dê voz aos que dificilmente teriam espaço nas rádios comerciais e mídias tradicionais, pertencentes a grupos hegemônicos.

Referências

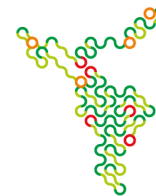
ARAÚJO, Ed Wilson. **Encontro GP Rádio e Política no Maranhão**. Imperatriz, 2021. On Line.

Agência Tambor (Site). Disponível em: <http://www.agenciatambor.net.br/sobre-nos/>.

Agência Tambor (Twitter). Disponível em: https://twitter.com/Agencia_Tambor.

Agência Tambor (YouTube). Disponível em:
<https://www.youtube.com/channel/UCSU9LRdyoH4D3uH2cL8dBuQ>.

BARBEIRO, Heródoto; LIMA, Paulo Rodolfo de. **Manual de Jornalismo para Rádio, TV e novas mídias**. Rio de Janeiro: Elsevier, 2013.



BARBOSA FILHO, André. **Gêneros radiofônicos**: os formatos e os programas em áudio. São Paulo: Paulinas, 2003.

BARDIN, Laurence. **Análise de Conteúdo**. Tradução de Luís Antero Reto e Augusto Pinheiro. 3. ed. Lisboa, Portugal: Edições 70, LDA, 2004.

BUFARAH JÚNIOR, Álvaro. O pioneirismo do rádio levado à internet brasileira. In: HAUSSEN, Doris Fagundes; CUNHA, Márgda. **Rádio Brasileiro: episódios e personagens**. Porto Alegre: EDIPUCRS, 2003.

CANAVILHAS, João. **Webjornalismo**: 7 características que marcam a diferença. Covilhã, Portugal: UBI/ LabCom, Livros LabCom, 2014.

FERRARETTO, Luiz Artur. **Rádio**: teoria e prática. São Paulo: Summus, 2014.

JAVORSKI, Elaine. **Radiojornalismo: do analógico ao digital**. Curitiba: InterSaberes, 2017.

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

KISCHINHEVSKY, Marcelo. **Rádio e mídias sociais**. Mediações e interações radiofônicas em plataformas digitais de comunicação. Rio de Janeiro: Ed. Mauad X, 2016.

_____. Cultura da portabilidade: novos usos do rádio e sociabilidades em mídia sonora. **Observatório (OBS*)**, v.3, n.1, p.223-238, 2009.

MEDINA, Cremilda. **Entrevista**: o diálogo possível. São Paulo: Ática, 1986.

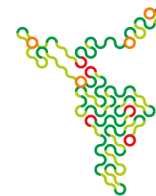
PRATA, Nair. **Webradio: novos gêneros, novas formas de interação**. Florianópolis: Insular, 2009.

Radiojornal Tambor (Mixcloud). Disponível em: <https://www.mixcloud.com/ag-tambor/stream/>.

RÁDIOS.COM. Disponível em: https://www.radios.com.br/relatorios/stat_2021-09_webpais_33.

Rádio Tambor. Disponível em: <https://www.facebook.com/radiotambor>.

TamborCast (Spotify). Disponível em:
<https://open.spotify.com/show/0PD5nMSGqkAvRAGAolPJyg>.



PROPAGABILIDADE E ENGAJAMENTO NA REPORTAGEM RADIOFÔNICA HIPERMÍDIA

Arnaldo Zimmermann¹

Resumo: Este artigo discute o potencial de propagabilidade da reportagem radiofônica no contexto hipermediático, considerando as formas de acesso e consumo ao conteúdo radiofônico e as experiências de engajamento nas novas mídias. O objetivo é analisar a aproximação dessas características do webjornalismo com o jornalismo de rádio e a reportagem radiofônica. Trata-se de um estudo exploratório utilizando como metodologia a revisão bibliográfica. O percurso teórico para a análise explora estudos sobre hipermissão, propagabilidade e engajamento na mídia. Nesta aproximação, analisa-se como tais compreensões estabelecem sua relação com os conceitos de reportagem e radiojornalismo hertziano e hipermediático.

Palavras-chave: Rádio. Reportagem radiofônica. Propagabilidade. Engajamento. Hipermissão.

Propagability and engagement in hypermedia radio reportage

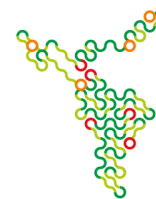
Astract: This article discusses the potential for propagability of radio reportage in the hypermedia context, considering the forms of access and consumption of radio content and the experiences of engagement in new media. The objective is to analyze the approximation of these characteristics of web journalism with radio journalism and radio reportage. It is an exploratory study using bibliographic review as methodology. The theoretical path for analysis explores studies on hypermedia, propagability and engagement in the media. In this approach, it analyzes how such understandings establish their relationship with the concepts of reportage and hertzian and hypermedia radio journalism.

Keywords: Radio. Radio Reportage. Propagability. Engagement. Hypermedia.

Introdução

O rádio atravessou, no mínimo, oito décadas para deixar de ter a “hora marcada” como único recurso para envolvimento e engajamento de sua audiência. Até a chegada da web e sua evolução para o nível 2.0, a forma convencional para ouvir uma reportagem ou outro conteúdo radiofônico era manter o aparelho ligado, principalmente nos horários mais propensos à veiculação do conteúdo de interesse particular, como quadros e programas.

¹ Doutorando do Programa de Pós-Graduação em Jornalismo da Universidade Federal de Santa Catarina, PPGJOR/UFSC, Florianópolis, Brasil. Mestre em Jornalismo (UFSC). Especialista em Publicidade e Propaganda (FURB). Graduado em Jornalismo (UNISOCIESC). Graduado em Letras (FURB). Integrante do Grupo de Investigação em Rádio, Fonografia e Áudio (Girafa) do PPGJOR/UFSC. Bolsista Capes. Contato: arnaldozimmermann@gmail.com.



Com o avanço a partir da web, que corporificou o renascimento tecnológico na última virada de século, as formas de envolvimento, engajamento e compartilhamento de conteúdo digital trouxeram ao rádio mais uma oportunidade de autorreinvenção e até mesmo de retomada do protagonismo nos acontecimentos em relação aos demais meios de comunicação.

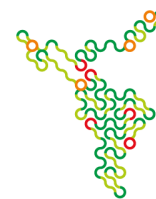
Um dos formatos jornalísticos que melhor absorveu as características próprias do meio ao longo dos tempos, como mobilidade, imediatismo e instantaneidade foi a reportagem. A reportagem radiofônica prevê a realização de pesquisa, entrevista, seleção de dados e edição, seguindo parâmetros semelhantes aos dos demais meios de comunicação. No rádio, este formato é na maioria das vezes utilizado em menor quantidade do que outros, como notícia ou entrevista, justamente pela maior complexidade na sua elaboração. O mais comum, especialmente no rádio comercial brasileiro, é que boletins de reportagem com duração menor do que três minutos acabem sendo utilizados com mais frequência.

Este trabalho apresenta uma discussão inicial sobre o potencial e as possibilidades de propagabilidade para o rádio e a reportagem radiofônica no contexto hipermediático. Trata-se de um estudo exploratório utilizando como metodologia a revisão bibliográfica que aponta os conceitos teóricos sobre propagabilidade de conteúdo e engajamento dos usuários das novas mídias, relacionando-os com as novas pesquisas acerca do rádio, do radiojornalismo e da reportagem radiofônica no ambiente hertziano e no cenário hipermediático. O objetivo é analisar a aproximação dessas características do webjornalismo com o jornalismo radiofônico e, especialmente, a reportagem radiofônica.

O percurso teórico sobre propagabilidade e engajamento do usuário das novas mídias, passa por autores como Jenkins; Ford e Green (2014) e Recuero (2009, 2011, 2014), além dos conceitos de Canavilhas (2014) sobre hipermídia e reportagem hipermídia. Na relação das bases teóricas a respeito do rádio e da reportagem radiofônica no contexto hertziano e hipermediático, o trabalho conta com a contribuição de autores como Kischinhevsky (2016) e Lopez (2010, 2016).

Engajamento e Propagabilidade

A concepção de engajamento na mídia como um modelo contemporâneo de audiência em ambientes de propagação se refere à disposição do público em buscar conteúdos. Para Jenkins, Ford e Green (2014), a discussão sobre “engajamento” está relacionada diretamente com quem tem



procurado novas maneiras de formular, medir e rentabilizar o que é feito com o conteúdo dentro da cultura de rede. Os autores entendem que no modelo de engajamento, a audiência é vista como uma cooperativa de agentes ativos propensos a “recomendar, discutir, pesquisar, repassar e até gerar material novo em resposta” (p.153). A multiplicação das plataformas de distribuição de conteúdo tem feito com que os usuários também se abriguem em comunidades. De acordo com os autores, “essas comunidades estão em busca de seus próprios interesses, conectadas e informadas por aquelas decisões tomadas pelos outros dentro de suas redes sociais” (JENKINS; FORD; GREEN, 2014, p. p.92).

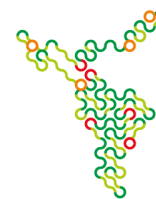
Para Raquel Recuero (2011; 2014), o engajamento do público no conteúdo jornalístico está relacionado com o capital social gerado pelas mídias.

O capital social é um conceito geralmente associado aos valores relacionados com o pertencimento a redes (e grupos) sociais. [...] Há visões que associam o capital social à produção de valores socialmente relevantes, ou seja, percebendo o capital social como uma "cola" social, capaz de gerar valores como solidariedade e engajamento (RECUERO, 2011, p.4)

De acordo com Jenkins, Ford e Green (2014), para um conteúdo gerar engajamento, ele precisa de propagabilidade. Os autores explicam que a propagabilidade “se refere ao potencial – técnico e cultural – de os públicos compartilharem conteúdos por motivos próprios” e que “tornam mais fácil a circulação de algum tipo de conteúdo em comparação com outros” (JENKINS; FORD; GREEN, p.26).

Embora os conceitos de propagabilidade e engajamento que os autores utilizam originalmente em sua obra estejam relacionados à indústria do entretenimento - sobretudo à TV e aos conteúdos em vídeo - neste trabalho partimos de um esforço em trazer essa conceituação para o campo jornalístico e especificamente ao radiojornalismo. Para Dall’agnese, Barichello e Belochio (2018) é pertinente fazer a conexão direta desses conceitos com o jornalismo:

As vantagens da propagabilidade, para o jornalismo, estão na visibilidade obtida por meio das recomendações, no compartilhamento dos conteúdos e links que servem como recomendações e/ou direcionam outros usuários aos ambientes “oficiais” da organização, podendo ampliar o tráfego nesses espaços. Já as vantagens do engajamento, além de propulsionar a propagabilidade, encontram-se, de maneira mais imediata, nas contribuições para a expansão e atualização da narrativa, por meio de comentários ou mesmo de materiais produzidos pelo público. Em uma perspectiva mais ampla, leitores engajados podem representar reconhecimento da organização de mídia como legítima para fornecer informação relevante de interesse público e, mais ainda, reforço da legitimidade do jornalismo enquanto instituição. (DALL’AGNESE; BARICHELLO; BELOCHIO, 2018, p.44-45)



Mas diferentemente do “noticiável”, a concepção de “propagável”, para Jenkins, Ford e Green (2014), está sempre relacionada aquilo que coloca algo num lugar. “É algo em torno do qual se pode criar uma conversa” (p. 26). Assim, entra em cena a figura do multiplicador na era digital, que seria aquele membro da audiência que se posiciona centralmente na criação de uma conversa e que passaria a gerar valor por meio de suas atividades, como define o antropólogo Grant McCracken:

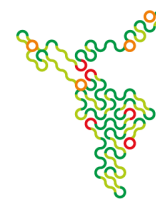
Um “multiplicador” é alguém que tratará o produto, o serviço ou a experiência como um ponto de partida. Os multiplicadores desenvolverão algum produto de sua própria inteligência e imaginação. Eles vão se apoderar de um artefato cultural e torná-lo mais detalhado, mais compreensível contextualmente, mais diferenciado culturalmente. [...] Usar um termo como ‘multiplicador’ ajudará o criador de significado a manter as novas realidades na melhor posição. (MCCRACKEN apud JENKIS, FORD E GREEN, 2014, p. 162)

Neste sentido, Jenkins, Ford e Green (2014, p.246) entendem que em uma era de compartilhamento digital, há considerações estratégicas e técnicas para aumentar as chances de o conteúdo ser propagado. De acordo com os autores, o conteúdo é mais suscetível de compartilhamento se estiver disponível quando e onde o público quiser; for portátil; for relevante para os vários públicos; ser facilmente reutilizável em uma série de maneiras; partir de um fluxo constante de material: a mentalidade “viral”.

Apesar do esforço técnico a ser utilizado para garantir condições de propagação, há uma preocupação também quanto ao conteúdo disponibilizado para as interações em comunidades dentro das redes sociais na web. Recuero (2009) defende que as informações circulem nas redes sociais com base na percepção de valor gerado que os atores sociais percebem. Mas para Jenkins, Ford e Green (2014), nem todo bom conteúdo é necessariamente bom para compartilhar. O conteúdo se espalha atuando como alimento para conversas do público já em andamento, conforme os autores.

As pessoas avaliam os conteúdos que encontram de acordo com seus padrões pessoais e o conteúdo que compartilham com base no valor percebido por seu círculo social. Em outras palavras, algo que seja interessante para os indivíduos pode não ser material que queiram propagar através de suas comunidades, e alguns textos de mídia que eles espalham podem se tornar mais interessantes por causa da percepção do seu valor social. (JENKIS, FORD E GREEN, 2014, p. 247)

Desta forma, um conteúdo tem muito mais chances de vir a ser compartilhado quando possuir uma valoração social maior do que o valor individual de quem compartilha. Seria, por exemplo, como conversar sobre a previsão do tempo ao invés de confidenciar um problema pessoal. Douglas Rushkoff diz que “o conteúdo é simplesmente um meio para interação entre as pessoas. [...] Algo para ter quando estiver sem assunto para conversas no trabalho, no dia seguinte, uma desculpa para



dar início a um diálogo com aquela pessoa atraente na baía ao lado” (RUSHKOFF, 2000 apud JENKIS, FORD E GREEN, 2014, p.248)

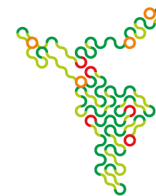
De um modo geral, as disposições do público em se engajar na busca de conteúdos e propagá-los na sua rede de relacionamentos e comunidades virtuais demonstram que o próprio conceito de público se apresenta em estado permanente de mutação. Superada a visão de público como audiência massiva, estática e silenciosa, surge a definição cunhada por Anderson, Bell e Shirky (2013, p.39) de que o público é “o grupo de consumidores ou cidadãos que tem interesse em forças que exercem influência sobre sua vida e que busca alguém para monitorar tais forças e mantê-lo informado, para que possa agir com base nessa informação”.

Apesar dos autores admitirem que essa definição não soluciona satisfatoriamente o problema quanto à concepção de público dos meios de comunicação na contemporaneidade, entendem que, independente do alcance da circulação do conteúdo nas novas redes sociais, a posição privilegiada da fonte original do conteúdo já diminuiu drasticamente. Desta forma, as condições e a potencialidade de engajamento e propagação do conteúdo gerado inicialmente passariam a superar a preocupação com a centralidade que jornalistas e mídia têm reivindicado ao longo das últimas décadas.

Reportagem radiofônica hipermídia

Se o rádio chegou muito antes da internet na transmissão de notícias em tempo real e, desta maneira, se adequou com mais facilidade às incorporações de imediatismo, instantaneidade e mobilidade das plataformas digitais, o mesmo não é comumente observado quanto ao aproveitamento das potencialidades do contexto hipermidiático para a reportagem radiofônica.

Em contraposição à tradição do texto escrito, base inicial do hipertexto, que deu à luz ao conceito de hipermídia, o rádio é feito soberanamente de palavra falada, mesmo que possamos considerar a importância dos demais elementos da linguagem radiofônica (música, silêncio e efeitos sonoros). E apesar da tradição da linguagem oral nos meios e aparelhos eletrônicos (rádio, televisão, telefone), a cultura do uso da voz na web só avança a partir da web móvel e dos dispositivos móveis, como os atuais *smartphones*. Del Bianco e Prata (2018) observam que esses aparelhos evoluíram de comunicações especificamente informativas para comunicações expressivas: “o celular converteu-se na principal porta de entrada para consumo de conteúdo e conectividade, incluindo práticas



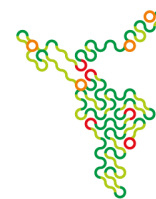
propagáveis, em parte por ser rápido, manejável e útil. Encontra-se integrado ao cotidiano com implicações vastas e diferenciadas” (DEL BIANCO; PRATA, 2018, p.103, grifo nosso). Neste caso, a “multisonoridade” já começa a se aproximar da multimidialidade.

No aspecto da interação, as especificidades do meio que fizeram com que o rádio fosse “naturalmente” interativo (LOPEZ, 2010) alavancam a participação da audiência nas redes sociais na web com a utilização de aplicativos de mensagens instantâneas pelo celular como o WhatsApp, fazendo com que haja um deslocamento, mesmo que sutil, da posição estática de ouvinte passivo para ouvinte partícipe e ainda ganhando nuances de multiplicador de conteúdo. Kischinhevsky (2016) lembra que o WhatsApp passou a ser usado pelas emissoras de rádio no Brasil a partir de 2013 e que essas mensagens de ouvintes lidas no ar pelos locutores lembram as antigas cartas, mas com a vantagem da instantaneidade, sincronizando envio e recebimento com os picos de audiência na programação. Esse novo ouvinte-internauta, segundo Lopez (2010, p.115), agora também “busca outras fontes de informação, cruza, contesta, discute, corrige, atualiza, conversa com o jornalista que está no ar”.

Para Kischinhevsky (2016, p.16), “nesse novo ambiente midiático, o rádio tem se mostrado ágil na associação com mídias sociais, diretórios e portais, em vez de construir estruturas próprias, caras e sem garantia de adesão dos ouvintes”. Mas o autor adverte que “se, por um lado, o rádio saiu na frente, ao se articular com sites de redes sociais, por outro enfrenta concorrência acirrada e pulverização de audiências” (p.16-17). Essa pulverização de espaços conquistados pelo público faz o rádio buscar sua adaptação ao novo ambiente midiático pensando na configuração de uma nova audiência. Segundo Lopez (2016), a nova audiência deve considerar um sujeito conectado e multiplataforma, já habituado ao consumo de conteúdo compartilhado nas redes sociais.

Isso significa dizer que ainda que se fale para os sujeitos que fazem uma escuta individual, em seus dispositivos, essa fala precisa considerar o outro que recebe o conteúdo compartilhado pelo ouvinte-internauta original. Lidamos no rádio em cenário de convergência com níveis de acesso ao conteúdo pela audiência, e esses níveis, ao se expandirem, vêm acompanhados de comentários, correções, juízos de valor e complementações realizadas pelos usuários. Quer dizer, há uma ressignificação dos conteúdos difundidos a partir de como os avaliam os sujeitos consumidores. (LOPEZ, 2016, p.338-339)

No entendimento de Lopez, além de reconhecer o ouvinte da emissora que está disposto a acessar, baixar e consumir o conteúdo jornalístico, é fundamental considerar o terceiro sujeito – não



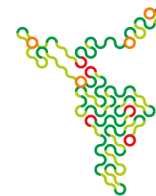
ouvinte habitual – que também recebe o conteúdo. Esse espaço de interação entre ouvintes, internautas e ouvintes-internautas caracterizam a nova audiência expandida do rádio.

O conceito de rádio expandido foi cunhado por Kischinhevsky (2016) e é baseado nas pesquisas sobre webjornalismo, que no Brasil tiveram destaque através da categorização empregada pelo Grupo de Jornalismo On-line (GJOL) da Universidade Federal da Bahia. Kischinhevsky propõe como categorias para o rádio expandido a arquitetura de interação, a multimídia, a hipertextualidade, a personalização e a memória. Vamos nos ater neste momento à categoria de hipertextualidade que, de acordo com o autor, são as “possibilidades de navegação franqueadas por links, seja no corpo do texto, seja por meio de botões que remetem a outras páginas do próprio portal, de parceiros [...] ou mesmo externas” (2016, p.82-83).

Viana (2017) contribui com o conceito de rádio expandido, partindo em direção à reportagem expandida, onde a hipertextualidade faria parte do processo de produção e a narrativa seguiria um padrão multilinear do conteúdo, com espaços para interação e com a possibilidade de compartilhamento dos arquivos de áudio e demais elementos. Para a autora, é “a hipertextualidade que vai permitir que blocos de informações sejam unidos através de links, proporcionando um aprofundamento do tema tratado ao explorarem o espaço disponível pela plataforma para complementar narrativas” (VIANA, 2017, p.10).

Retomando a questão da hipertextualidade, que é a base para a hipermidialidade, há uma ligação entre os nós informativos que, segundo Canavilhas (2014, p.5), normalmente são o nó âncora e o nó de destino. A composição de diferentes elementos, como áudio, textos e hiperlinks, possibilita a escuta e leitura de diferentes trechos entre fatos anteriores, atuais e posteriores ao acontecimento central narrado.

Mas enquanto o webjornalismo trabalha com o conceito de bloco informativo, o rádio convencional sem hiperligações trabalha com uma estrutura linear de conteúdo. Isso quer dizer que o ouvinte do rádio hertziano é habitualmente obrigado a ouvir um conteúdo do início ao fim para obter o mínimo de contextualização. Já na estrutura do webjornalismo, Canavilhas (2014, p.15) orienta que cada bloco ou elemento narrativo deve ser autoexplicativo, ou seja, deve ser “uma unidade independente com sentido, mas que deve ser inserido no contexto narrativo para melhor compreensão”. Neste caso, apesar do ouvinte-internauta ter a opção de percorrer caminhos



diferenciados para sua leitura e escuta, a sua manutenção no conjunto temático e sua subordinação à macroestrutura do conteúdo é fundamental para a contextualização do tema.

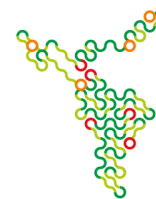
É através da hipertextualidade que será possibilitado ao ouvinte-internauta seguir blocos ao mesmo tempo independentes e autoexplicativos como também interconectados para maior contextualização do conteúdo. Com a personalização, lembrada por Kischinhevsky (2016) e Viana (2017), a narrativa hipermediática na reportagem segue de forma multilinear, com o ouvinte-internauta escolhendo os caminhos a percorrer dentro da produção.

Viana (2017, p.12) sugere, no entanto, que na reportagem expandida, o áudio permanece como destaque: “seus arquivos sonoros devem ser multiplataforma e apresentarem possibilidade de compartilhamento, o que proporciona a circulação de conteúdos”. No rádio hipermediático, segundo Lopez (2010), o áudio ainda é o foco:

Embora a produção do rádio através de múltiplas plataformas e linguagens seja crucial para o jornalista, para a emissora atrair uma nova parcela do público, o rádio em si precisa se manter como tal. O áudio precisa ser independente e, ao mesmo tempo, complementar. [...] A característica multiplataforma e hipermediática, como dito, deve agir como complementar – embora importante – mas não como imprescindível. O ouvinte ainda é ouvinte. [...] O áudio, em rádio hipermediático, se mantém como a ferramenta central de transmissão de informações. (LOPEZ, 2010, p.119-120)

Como já visto, se a instantaneidade através de aplicativos de celular favorece o envio de mensagens do ouvinte para a rádio, também fortalece a propagabilidade dos conteúdos radiofônicos através de um público engajado com a emissora e integrado dentro de sua comunidade virtual, tendo o hiperlink como ponto de partida para expandir conteúdo além do alcance da transmissão hertziana das emissoras.

Embora haja amplo potencial de propagabilidade para outros formatos jornalísticos no rádio, como a notícia, a entrevista ou o comentário, é a reportagem que reúne as melhores condições de inserção no ambiente multi e hipermediático, pelas próprias características já relatadas aqui. Por um lado, a reportagem radiofônica consegue largar na frente no aspecto da agilidade, pelo fator da mobilidade, do imediatismo e da instantaneidade da emissão, especialmente nos casos dos boletins de reportagens direto das ruas, fazendo com que a nova informação esteja constantemente na palma da mão do usuário (ouvinte-internauta com *smartphone*). Por outro lado, os modelos de reportagens que buscam maior contextualização dos fatos possuem maior flexibilidade para atualização de conteúdos, resgatando fatos anteriores e incluindo atualizações através da navegação via hiperlink.



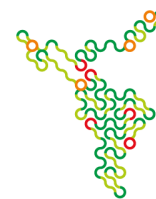
Del Bianco e Prata (2018) entendem que a propagabilidade do conteúdo radiofônico implica numa transformação significativa no processo comunicacional, deixando-o mais amplo, participativo, democrático e estratégico. Para as autoras, essa transformação vem a “agregar ao modelo de distribuição por ondas hertzianas o de circulação pela rede, no qual a ação ativa do público de compartilhar e disseminar conteúdos é essencial para ampliar a audiência e dar a visibilidade online para as emissoras” (DEL BIANCO; PRATA, 2018, p.103).

Mas como já profetizava Cebrián Herreros nas primeiras revisões sobre o rádio na era da convergência multimídia, a tecnologia pela tecnologia não faria sentido: “a mediação técnica não é puro instrumento. É um processo comunicacional. A técnica interessa enquanto adquire capacidade para gerar novos símbolos e outras formas de expressão e transmissão de significados” (2011, p.74). Para o autor, o rádio nasceu tecnologia e segue sendo uma tecnologia em sons. Mas diferentemente das fases anteriores de mutação, como a mobilidade através do transistor ou a chegada do FM, agora o rádio está embarcado em uma fase permanente de aceleração dessas tecnologias. E o que o tempo sugere, é que ainda não chegamos ao estágio de desacelerar.

Considerações finais

As potencialidades do novo cenário hipermediático e o potencial tradicional do rádio como meio móvel, imediato, instantâneo e interativo ainda parecem estar distantes de um cruzamento em sua plenitude. No entanto, o crescente uso de áudio por plataformas digitais gera uma nova oportunidade de aproximação nessa relação. O renascimento do áudio, como já creem vários pesquisadores, exigirá do rádio muito mais do que a simples transposição ou mesmo uma adaptação de via única dos conteúdos radiofônicos convencionais para o espaço hipermediático.

No âmbito interno do conteúdo radiojornalístico, a ruptura da linearidade discursiva em uma narrativa não sequencial facilita à reportagem radiofônica hipermídia uma relação entre os eventos narrados e as novidades sobre o assunto, contextualizando o presente através do entrelaçamento entre fatos anteriores e posteriores. Para isso, a reportagem hipermídia do rádio, a exemplo do que ocorre em outros meios, necessita utilizar suportes multimídia e interativo, além de fornecer condições adequadas de navegabilidade e compartilhamento ao receptor, transformado agora em coautor. Esse antigo consumidor de informações, revigorado agora como interlocutor das relações virtuais, exige



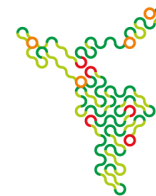
rápida e constante interação do jornalista de rádio, muito além do fechamento das edições noticiosas, transformando em mais opaco o limite entre as edições sonoras ora publicadas na rede.

É neste sentido que, ao se considerar que a sequência de escuta dos áudios será definida pelo próprio ouvinte-internauta, surge a necessidade de um novo padrão que adeque o conteúdo jornalístico produzido para o rádio hertziano concomitantemente com as novas plataformas, levando em conta a intervenção de multiplicadores que poderão alterar o produto original dentro de sua relação de engajamento e propagabilidade através de sua cooperativa ou comunidade virtual.

Uma observação que podemos fazer aqui é que as edições da mídia tradicional, inclusive as do rádio, seguiam o tempo do público e não exatamente o tempo dos acontecimentos. Embora o rádio contasse com as características já vistas, como mobilidade, imediatismo e instantaneidade para transmitir os fatos em tempo real, o contexto dos acontecimentos sempre foi reservado para as edições nos horários de maior audiência. Entretanto, o público das redes sociais na web cada vez mais exige seguir o tempo dos acontecimentos, já que seu horário de “maior audiência” é muito mais elástico. E uma das condições delineadas para a propagabilidade, segundo Jenkins, Ford e Green (2014), é que o conteúdo deve estar disponível quando e onde o público quiser.

Neste artigo, buscamos uma reflexão inicial sobre o potencial do rádio e, sobretudo, da reportagem radiofônica neste novo contexto tecnológico que altera suas feições constantemente, mas que se adapta aos hábitos de consumo deste novo interlocutor das relações sociais e midiáticas dentro e fora da web. Após os apontamentos deste trabalho, verificamos que é possível avançar um passo na relação entre os conceitos de engajamento e de propagabilidade, elaborados inicialmente para o mundo do entretenimento, com a concepção de uma reportagem hipermídia para o rádio.

Considerando a inserção do ouvinte-internauta nesse processo e ainda a presença de multiplicadores digitais, que gerariam novos valores ao conteúdo original, cabe concluir que a reportagem radiofônica, como formato jornalístico, deve agregar valores acumulados na sua forma de exibição no rádio hertziano com novas perspectivas de evolução dentro do universo digital. Isto quer dizer que o centro da produção da reportagem no rádio deve continuar sendo o áudio, mas sua contextualização pode vir através de textos, ícones, imagens e outros objetos conectados entre si, cumprindo papel semelhante ao do chamado “texto de passagem”, que na reportagem radiofônica convencional interliga trechos de sonoras e entrevistas.



Como proferem Anderson, Bell e Shirky (2013, p.73), “a chegada da internet não trouxe um novo ator para o ecossistema jornalístico. Trouxe um novo ecossistema”. Neste mesmo sentido podemos dizer que não se trata de apenas criar um novo modelo de reportagem para o rádio, mas de incluir a reportagem radiofônica nesse novo ecossistema.

Referências

ANDERSON, C. W.; BELL, Emily; SHIRKY, Clay. Jornalismo Pós-Industrial: adaptação aos novos tempos. **Revista de Jornalismo ESPM**, abril-junho de 2013, p. 30-89.

CANAVILHAS, João. Hipertextualidade: Novas arquiteturas noticiosas. *In*: CANAVILHAS, João (org.). **Webjornalismo: 7 características que marcam a diferença**. Covilhã (PT): Ed. LabCom, 2014, p. 3-24.

CEBRIÁN HERREROS, Mariano. O rádio no contexto da comunicação multiplataforma. **Rádio-Leituras**, Santa Maria, RS (UFSM), ano II, n.2, jul-dez 2011. Disponível em: <https://www.periodicos.ufop.br/pp/index.php/radio-leituras/article/view/378>. Acesso em: 14 jul. 2019.

DALL’AGNESE, Carolina Teixeira Weber; BARICHELO, Eugenia Maria Mariano da Roch; BELOCHIO, Vivian de Carvalho. Transmídia, propagabilidade, engajamento. Reflexões sobre visibilidade e legitimação do jornalismo em ambiências digitais. *In*: **Questões Transversais – Revista de Epistemologias da Comunicação**, Vol. 6, nº 11, jan-jun 2018, p. 40-47.

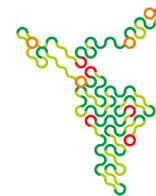
DEL BIANCO, Nelia. PRATA, Nair. Rádio, mobilidade e ubiquidade: análise do projeto de inclusão mobile digital da Abert. *In*: **Intercom: Revista Brasileira de Ciências da Comunicação**. São Paulo, v. 41, n. 1, jan-abr 2018.

JENKINS, Henry; FORD, Sam; GREEN, Joshua. **Cultura da Conexão**. São Paulo: Aleph, 2014.

KISCHINHEVSKY, Marcelo. **Rádio e mídias sociais: mediações e interações radiofônicas em plataformas digitais de comunicação**. 1. ed. Rio de Janeiro: Mauad X, 2016.

LOPEZ, Debora Cristina. **Radiojornalismo Hipermidiático: tendências e perspectivas do jornalismo de rádio all news brasileiro em um contexto de convergência tecnológica**. Covilhã, UBI, LabCom, 2010. E-book.

LOPEZ, Débora. (Re)Construindo o conceito de audiência no rádio em cenário de convergência. *In*: ZUCULOTO, Valci; LOPEZ, Debora; KISCHINHEVSKY, Marcelo (org.). **Estudos Radiofônicos no Brasil - 25 anos do Grupo de Pesquisa Rádio e Mídia Sonora da Intercom**. São Paulo: INTERCOM, 2016, v. 22, p. 326-342. E-book.



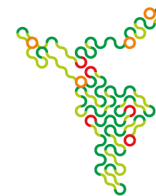
PONTUSCHKA, Maurício N. **O Áudio aleatório em um processo de comunicação**. 2009. 196f. Tese. (Doutorado em Comunicação e Semiótica) - Pontifícia Universidade Católica de São Paulo, São Paulo, 2009.

RECUERO, Raquel. **Redes Sociais na internet**. Porto Alegre: Sulina, 2009.

RECUERO, Raquel. "Deu no Twitter, alguém confirma?" Funções do Jornalismo na Era das Redes Sociais. *In*: 9º Encontro Nacional de Pesquisadores em Jornalismo, SBPJor – Associação Brasileira de Pesquisadores em Jornalismo, 9, 2011, Rio de Janeiro. **Anais [...]**, Rio de Janeiro: SBPJor, 2011.

RECUERO, Raquel. Curtir, compartilhar, comentar: trabalho de face, conversação e redes sociais no Facebook. *In*: **Verso e Reverso**, v. 28, n. 68, maio-ago 2014, p. 114-124.

VIANA, Luana. Reportagens Radiofônicas Expandidas: Uma Proposta de Conceituação. 40º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação – Intercom, 4 a 9 de setembro de 2017, Curitiba (PR). **Anais [...]**, Curitiba: Intercom, 2017. Disponível em: <http://portalintercom.org.br/anais/nacional2017/resumos/R12-0788-1.pdf>; Acesso em: 17 jul. 2019.



REFLEXÕES INICIAIS SOBRE O JORNALISMO EM ÁUDIO NOS PODCASTS JORNALÍSTICOS *THE TIP OFF* E PANORAMA CBN¹

Luis David Padilha²

Resumo: A proposta do presente artigo tem como objetivo refletir preliminarmente como é dado o audiojornalismo no ambiente da WEB, com foco no fenômeno comunicacional nativo da internet chamado *podcast*. O trabalho se delimita, portanto, no *podcast* jornalístico britânico *The Tip Off* e no brasileiro Panorama CBN. A partir desta definição, se utiliza, como corpus, a última edição do mês de fevereiro do ano de 2020 de ambos objetos, sendo estes o “EP.39 Fragments” e “Nova Classificação do Coronavírus, Força Nacional no Ceará e as Nomeações de Onyx”, respectivamente. Como principais estratégias metodológicas, além de revisão bibliográfica ainda em construção e do estudo de caso, recorre-se à análise documental, como método e técnica, e à análise de produção em audiojornalismo. Neste quesito, os critérios *a priori* verificam os usos dos elementos da linguagem sonora – palavra, silêncio, música e efeitos – aplicados à produção em jornalismo na composição dos *podcasts*. Especificamente para este trabalho, busca-se as primeiras evidências e reflexões sobre transformações contemporâneas do audiojornalismo na WEB com ênfase no formato *podcast*. Este artigo, dessa forma, compõe, parte ainda preliminar de estudo maior do autor com vistas à sua pesquisa de mestrado sobre o radiojornalismo e o audiojornalismo na era dos *podcasts*, em fase inicial no Programa de Pós-Graduação em Jornalismo da UFSC.

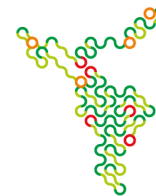
Palavras-chave: *Podcast*. Radiojornalismo. WEB. Jornalismo.

Initial reflections on audio in journalism in the journalistic podcasts *The Tip Off* and Panorama CBN

Astract: This article’s proposal have the objective to reflect preliminarily on how does audiojournalism works on WEB environment, with focus on the comunicational phenomenon called *podcast*. The article then focus in the british *podcast* *The Tip Off* and in the brasilian Panorama CBN. After this definition, it is used as *corpus* the last edition of february 2020 on both objects and so, they are “EP. 39 Fragments” and “Nova classificação do Coronavírus, Força Nacional no Ceará e as Nomeações de Onyx”, respectively. Methodologically, the main strategy is the continuous bibliographic analysis and case study, also it is used documental analysis as method and technique and analisys on audiojournalistic productions. On this case will be verified the elements used on audio language as such -Words, silence, music and effects - applied over journalistic productions on the conception of *podcasts*. Specifically for this article, will be searched the first evidences and reflections over the contemporary transformations on audiojournalism in the WEB, with emphasis on

¹ O presente trabalho foi realizado com apoio da Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior – Brasil (CAPES) – Código de Financiamento 001.

² Mestrando em Jornalismo no Programa de Pós-Graduação em Jornalismo (PPGJOR-UFSC), bacharel em Comunicação Social com Habilitação em Publicidade e Propaganda/UFSC. Membro do Girafa - Grupo de Investgação em Rádio, Fonografia e Áudio, certificado no CNPq. E-mail: luisdavidpadilha@gmail.com.



podcast. This article also make up part over the inicial phase in the author master's dissertation on the Post-graduation program in journalism at UFSC, about radiojournalism and audiojournalism in *podcast's* era.

Keywords: *Podcast*. Radiojournalism. Radio. Journalism.

INTRODUÇÃO

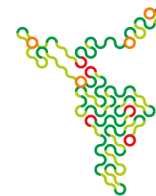
“O rádio analógico luta há mais de uma década contra uma sentença de morte imposta pelas novas tecnologias digitais - e sem chances expressivas de salvação” (KISCHINHEVSKY, 2007, p. 109). Esta introdução fatalista sobre o rádio é um pensamento presente no livro “O Rádio Sem Onda”, cuja a argumentativa fala sobre a feira industrial de Hannover de 1996 em que, finalmente, protótipos de aparelhos de *broadcasting* digitais foram apresentados. Vinte três anos depois, no ano de 2019, uma pesquisa da Associação Brasileira de Emissoras de Rádio e Televisão apresentou que 92% dos adultos conectados escutam rádio *Off-line*³. Não é de se estranhar que o rádio passa, novamente, por uma “batalha” contra um possível “fim radiofônico” que alguns profetizam e que até hoje tarda em chegar.

Neste sentido, este estudo se ancora em Jenkins (2009, p.41) pois, segundo ele:

No entanto, professores de história dizem-nos que os velhos meios de comunicação nunca morrem - nem desaparecem, necessariamente. O que morre são apenas as ferramentas que usamos para acessar seu conteúdo - a fita cassete, a Betacam. [...] O conteúdo de um meio pode mudar (como ocorreu quando a televisão substituiu o rádio como meio de contar histórias, deixando o rádio livre para se tornar a principal vitrine do rock and roll), seu público pode mudar (como ocorre quando as histórias em quadrinhos saem de voga, nos anos 1950, para entrar num nicho, hoje) e seu status social pode subir ou cair (como ocorre quando o teatro se desloca de um formato popular para um formato de elite), mas uma vez que um meio se estabelece, ao satisfazer alguma demanda humana essencial, ele continua a funcionar dentro de um sistema maior de operações de comunicação. Desde que o som gravado se tornou uma possibilidade, continuamos a desenvolver novos e aprimorados meios de gravação e reprodução de som. Palavras impressas não eliminaram as palavras faladas. O cinema não eliminou o teatro. A televisão não eliminou o rádio. Cada meio antigo foi forçado a conviver com os meios emergentes.

E em Jung (2013, p. 69) que diz que na convergência as mídias não desaparecem, mas se somam e impõem novos desafios ao jornalista. Estes exemplos, de como os meios convivem entre si em uma relação de avanço e transformações tecnológicas, é descrito aqui pelo viés da convergência.

³ < http://www.abert.org.br/web/plano/Ra%CC%81dio_Credebilidade_Resultado_e_Unia%CC%83o_Nacional.pdf >
Acesso em: 02/02/2020



Portanto é neste espaço que devemos compreender o objeto o qual o Jornalismo está fundamentalmente atrelado, e que hoje opera de forma virtualizada, que é a Informação.

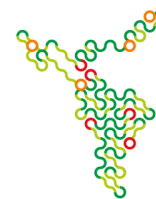
Rigorosamente falando, entre os bens puramente materiais só se encontrariam as matérias-primas. Inversamente, não se pode separar as informações de um suporte físico qualquer, sob pena de destruí-las. Claro que é possível recopiá-las, transmiti-las, multiplicá-las facilmente. Mas, se todos os lugares de inscrição “material” desaparecessem, a informação desapareceria para sempre. [...] Precisamente: o conhecimento e a informação não são “imateriais” e sim desterritorializados; longe de estarem exclusivamente presos a um suporte privilegiado, eles podem viajar. Mas informação e conhecimento tampouco são “materiais”! A alternativa do material e do imaterial vale apenas para substâncias, coisas, ao passo que a informação e o conhecimento são da ordem do acontecimento ou do processo (Lévy, 2017, P.56-57).

Pierre Lévy apresenta aqui uma concepção clara do que se estabelece como “informação” e como esta emerge da materialidade das coisas para a imaterialidade no ambiente virtual. Ao pensar sobre, podemos estabelecer que a notícia é um fenômeno comunicacional processual desterritorializado que informa e, na melhor das hipóteses, transmite conhecimento sobre um evento em determinada área, mas que se vê dependente de uma “materialidade dos fenômenos”. O papel do jornalista, especialmente hoje em um ambiente multimidiático, é o de ser capaz de desvendar tais fenômenos e, por meio de técnicas e linguagens particulares, apresentar a população o que o profissional deseja que seja dito.

O RÁDIO E O PODCAST

Os suportes que estão disponíveis para a sociedade são variados. Atualmente os indivíduos podem se conectar via *Smartphone*, computadores pessoais, aparelhos de rádio, aparelhos televisivos etc. Entretanto, os programas são disponibilizados por empresas de mídia que nos oferecem produtos de características singulares, cada uma dentro de seu nicho de mercado e quando falamos em áudio este pode ser tanto em rádio quanto em *podcast*.

Com isto, naturalmente há o surgimento de mudanças na produção de conteúdos jornalísticos, e se adaptar a este universo é fundamental. Se muitos serviços, inicialmente, eram restritos a arquivos de áudio, foi após o aumento da largura de banda da *internet* e da capacidade dos servidores de processar dados que se possibilitou, também, o compartilhamento de vídeos. Com isto, todos os tipos de arquivos digitais passaram a circular por bandas virtualizadas incluindo os arquivos de origem radiofônica (KISCHINHEVSKY, 2016).



As novas tecnologias da informação não são simplesmente ferramentas a serem aplicadas, mas processos a serem desenvolvidos. Usuários e criadores podem tornar-se a mesma coisa. Dessa forma, os usuários podem assumir o controle da tecnologia como no caso da internet. Há, por conseguinte, uma relação muito próxima entre os processos sociais de criação e manipulação de símbolos (a cultura e da sociedade) e a capacidade de produzir e distribuir bens e serviços (as formas produtivas). Pela primeira vez na história, a mente humana é uma força direta de produção, não apenas um elemento decisivo no sistema produtivo. Assim, computadores, sistemas de comunicação, decodificação e programação genética são todos amplificadores e extensões da mente humana. O que pensamos e como pensamos é expresso em bens, serviços, produção material e intelectual, sejam alimentos, moradia, sistemas de transporte e comunicação, mísseis, saúde, educação ou imagens (CASTELLS, 2019, p. 89).

De tal forma podemos definir que a tecnologia e o indivíduo puderam, por meios de exploração mútua de suas capacidades, trabalhar para a criação de novos produtos midiáticos.

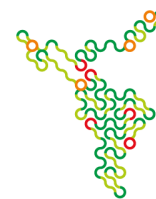
Nisto, o rádio passa a existir no ambiente *on-line* e, posteriormente, passa a co-existir com o *podcast*. Deve-se compreender que há diferenças claras quanto o *podcast* e o rádio, além de pontuar que estas mídias operam de formas diferentes, ainda que sejam semelhantes em algumas de suas técnicas.

Em via de regra, o *podcast* não pode ser rádio pois falta a ele a emissão de conteúdo em tempo real do ouvinte e sociedade (PRATA, 2009). Entende-se, também, que *podcasting* é uma “modalidade de radiofonia sob demanda, assíncrona, que vai além da oferta de conteúdos em websites de emissoras” (KISCHINHEVSKY, 2016, p.68). Salienta-se outra forma de conceituá-lo como o efeito de “disseminação de arquivos digitais em áudio através da web com periodicidade e utilizando tecnologias de indexação RSS (Rich Site Summary)” (BUFARAH, 2017, p. 1).

É claro, estes conceitos são os primeiros passos para entendermos este fenômeno comunicacional. Elencamos o suporte o qual separa *podcast* de rádio, mas as diferenças não se interrompem aqui e é neste cenário que iremos observar os modos de produção jornalística por meio do desta mídia digital.

OS ELEMENTOS SONOROS

Não podemos deixar de mencionar que há, na esfera virtual, alguns fenômenos que influenciam a produção de conteúdo jornalístico em áudio, especialmente quando nos referimos aos *Podcasts*. A programação sob-demanda de um arquivo de áudio neste formato não possui restrição baseada em horários pois a qualquer momento, delimitado por períodos do dia, o *Podcast* pode ser



publicado. Não há um horário definidor como nas programações radiofônicas. Mas não somente isto, podemos ver que:

Thrillingly, podcasts can be as long as a piece of string. Audio producers can focus on a natural narrative shape rather than artificially moulding a story to a pre-ordained duration. This enhanced Serial's appeal and opens new structural possibilities for the form (MCHUGH, 2016, p. 3)⁴.

Claro, a duração de um programa é relevante não como ‘elemento sonoro’, mas ajuda a compreendermos como que cada *podcast* constrói sua narrativa. Não há um valor predefinido, não existem ‘amarras’ mercadológicas onde são necessárias inserções de 30 ou 15 segundos de *Jingles* ou *Spots*. Peculiar dizer, ainda assim, que tal especificidade não é imposta pelas empresas de mídia, são apenas formas estéticas diferentes desenvolvidas pelos programas como um todo.

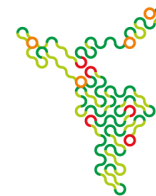
Podemos recorrer ao que Canavilhas (2014, p.9) nos diz sobre o fato de que “O jornalista não é confrontado com a necessidade de cortar informação, podendo manter tudo aquilo que considera essencial para o leitor perceber a mensagem”. Esta reflexão é dada sob o espectro do jornalismo impresso na *web*.

Entretanto, não somente isto é visto no fenômeno dentro do jornalismo escrito mas, também, no áudio e no vídeo pois as implicações e a dinâmica da *web* são muito mais permissivas na questão da possibilidade de um trabalho fora dos moldes das mídias tradicionais. Com isto temos o desenvolvimento de enredos mais complexos e de narrativas com edições oriundas das radionovelas por exemplo. As possibilidades multimidiáticas que se disponibilizam a partir disso transformam a informação por meio do som em um produto de múltiplas camadas.

Jung (2013, p.119) diz: “A fala ainda é o principal instrumento para comunicação no rádio e não deve deixar de ser, pelo próprio perfil do veículo. Os demais elementos da mensagem, como efeitos sonoros, som ambiente e música, lá estão para, quando necessário, valorizar o que é dito.”

Claro, obviamente a fala, ou a informação por meio da voz é, de fato, um dos principais elementos da comunicação radiofônica. “A palavra falada, modo pelo qual a voz aparece com mais frequência em rádio, possui alto poder comunicativo, carregando parte significativa do conteúdo da mensagem.” (FERRARETTO, 2014, p.32). Entretanto cabe salientar que os demais elementos

⁴ “Excitantemente, *podcasts* podem ser tão longos quanto um pedaço de corda. Produtores de áudio podem focar em uma forma de narrativa natural ao invés de artificialmente moldar a história em uma duração pré-ordenada. Isto aumentou o apelo do Serial e abriu uma nova possibilidade estrutural para a forma.” (Tradução do autor)



sonoros podem potencializar as mensagens e, por fim, até mesmo tornarem-se elementos fundamentais na narrativa jornalística.

Marchamalo & Orzit (2005) apresentam alguns conceitos chave para entendermos como é dada a estrutura de um programa radiofônico. Os autores elencam a trilha de caracterização, a divisão sonora, o prefixo, as inserções, efeitos sonoros e a *BG*.

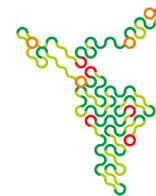
Com isto temos que a trilha de caracterização é nada mais que a sintonia mais elaborada de montagem a qual podem-se englobar os créditos e títulos fixos. A divisão sonora como um habitual uso de três seções de música de separação normalmente pré-gravada. Prefixo como a intervenção breve, podendo ser gravada ou falada, que recorda o ouvinte do programa/emissora a qual se está sintonizado. Inserções como montagens sonoras curtas que são utilizadas para promoção de uma seção ou programa, sendo mais comum de um produto comercial. Efeitos sonoros são efeitos de cunho dramáticos que destacam ou acentuam uma situação ou momento. Por fim temos a *BG*, do inglês *Background*, que nada mais é do que uma série de temas musicais que são utilizados de forma recorrente como trilha sonora. E com isto temos, também que:

A música radiofônica é um campo expressivo na criação das imagens acústicas. Produz ambientes psicológicos, atua como índice da programação e fragmentação de conteúdos. Pode ter autonomia ou cumprir a função auxiliar (aberturas, passagens, marcações, identificação de tempo, lugar, sujeitos) (GOLIN, 2010, p.764).

Lembramos que efeitos sonoros passam a ser utilizados na dramaturgia radiofônica nos anos de 1930, voltando-se à *priori*, na construção de imagens sensoriais podendo ser, por exemplo, uma folha de papel celofane sendo amassada simulando um ruído de fogueira e palitos sendo quebrados que acentuam a autenticidade deste efeito (FERRARETTO, 2014).

O silêncio deve ser ressaltado pois este é, também, uma fonte de produção de sentido, assim temos: “Elemento intrínseco à linguagem verbal, o silêncio potencializa a expressão, a dramaticidade e a polissemia da mensagem radiofônica, delimita núcleos narrativos e psicológicos e serve como elemento de distância e reflexão” (GOLIN, 2010, p.764).

Esta gama de conceitos pode ser entendida naquilo que Schafer (2011) nos apresenta como paisagem sonora onde o território básico de tais estudos podem situar-se entre a ciência, sociedade e as artes. O âmbito que pode ser utilizado neste trabalho contempla a proposta de classificação da ‘paisagem sonora e seus aspectos’. Este tópico compreende que o analista da paisagem sonora precisa,



em primeiro lugar, descobrir os aspectos significativos, aqueles sons que são importantes por efeito de suas individualidades, quantidades e preponderâncias (SCHAFFER, 2011).

Portanto é a partir da análise dos elementos sonoros acima citados, a recorrência, suas individualidades e preponderâncias que se dará o próximo capítulo que, por fim, irá englobar a análise dos programas *The Tip Off* e o Panorama CBN.

OS PODCASTS THE TIP-OFF E PANORAMA CBN E SUAS PAISAGENS SONORAS

Antes de analisarmos efetivamente os *Podcasts* aqui propostos, devemos apresentá-los aos leitores deste trabalho. O *The Tip Off* é um *Podcast* independente apresentado pela jornalista Maeve McClenaghan que possui em seu currículo o prêmio “*Best New Podcast 2018*” no *British Podcast Awards*⁵. E é listado na categoria “*Smartest Podcast*” na mesma premiação nos anos de 2018, 2019 e 2020. O programa também conquistou a categoria de “*Highly Commended*” no *Georgina Henry Awards* e no *Drum Media Awards*⁶.

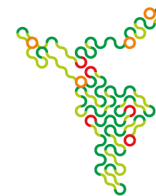
O programa Panorama CBN tem como principal tema “as principais notícias do dia em menos de meia hora” apresentando, assim, uma gama de notícias diárias em curto espaço de tempo. Com as últimas edições sendo apresentadas hora por Gabriela Viana hora por Bianca Santos, este *Podcast* surge como um dos principais produtos jornalísticos no formato.

No programa “Nova Classificação do Coronavírus, Força Nacional no Ceará e as nomeações de Onyx”, diferentemente das edições mais atuais, é apresentado por Camila Olivo. O *Podcast* começa com a trilha de caracterização aos 00:01 até os 00:08 segundos, logo seguido de um *fade-out* para a entrada da locução da apresentadora Camila Olivo. Com uma apresentação mais informal, ela começa dizendo “Olá *pra* você *que tá* comigo aqui. Eu sou Camila Olivo e vou te contar o que de mais importante aconteceu no Brasil e no mundo, e que foi destaque na programação da CBN. Hoje é, finalmente, uma sexta-feira. Se bem que *pra* muita gente a semana foi bem curtinha, né? Hoje é dia 28 de Fevereiro de 2020.”

A trilha de caracterização recebe um *Fade-In* aos 00:27 segundos e, em seguida, o prefixo pré-gravado com voz masculina diz “Panorama CBN”, logo em seguida a trilha continua até os 00:33

⁵ <https://www.britishpodcastawards.com/>

⁶ <https://www.onlinemediawards.net/thedrumawardsforonlinedia/en/page/home>

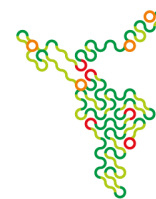


segundos onde a apresentadora retoma a apresentação do *Podcast* com a notícia “A organização mundial da saúde elevou *pra* muito alto o risco mundial para a epidemia de Coronavírus. O diretor geral da OMS afirmou que o aumento contínuo de casos da doença e o número de países afetados nos últimos dias são motivos de preocupação.”.

A locução segue com a *BG* preenchendo o fundo da paisagem sonora do *Podcast* e a notícia é desenvolvida até o minuto um e quarenta e um segundos, onde, a partir deste ponto, uma nova pauta entra no programa. Esta edição deixa de ser apenas narrada por Camila Olivo a partir do momento em que, no minuto 03’:06”, o secretário da educação de São Paulo Rossieli Soares tem um áudio inserido dentro do *Podcast*, com *fade-out* da *BG* e que segue: “... Que é orientação errada e ela não pode ser dada desta forma, *né*. O fato de ter viajado para o país não quer dizer que haja qualquer tipo de vírus, que tenha infectado a esses jovens e eles tem um direito maior que é de frequentar a escola. Somente haverá alguma coisa depois de alguma orientação médica depois de exames efetivamente elaborados e se aquele indivíduo, se aquela criança ou aquele jovem tiver realmente infectado. Se não é frequentar a escola mais do que nunca, vida normal, vida que segue.”. Esta inserção termina aos três minutos e trinta e nove segundos, onde novamente a *BG* recebe *Fade-In* e a apresentadora Camila Olivo já prossegue para a próxima notícia.

Relevante apontar que em determinados momentos a locutora dá maior ênfase, algumas pausas e conjuga de forma mais informal certos termos e palavras. Um destes exemplos que se sobressai quando é dito “A partir de Março, que já é agora, *né*? No final de semana dia primeiro de Março.”. A informalidade que permeia a apresentação transita com o formal, por vezes com mais ênfase em alguns termos e por outras seguidas de pequenas pausas. Em outros momentos do programa há inserções de outras falas, de depoimentos com qualidade semelhante a ouvida no ambiente radiofônico de quem concede participação via celular ou outro aparelho de telefone. Isto é evidentemente observado ao minuto 04’:57” onde é adicionado ao *Podcast* uma fala masculina sem prévia apresentação ou contextualização deste participante.

Há, no minuto 6’:11”, uma transição abrupta da *BG*. Uma nova música tema toma espaço no programa e o *Podcast* segue com uma nova frase informal que liga o tema com a notícia passada. A locução segue com “... Pois é, isso porque na Itália o número de casos subiu de 400 para 650”. A jornalista ainda enfatiza o segundo valor de seiscentos e cinquenta no seu modo de fala.



Um dos momentos mais relevantes do *Podcast* se dá na satírica inserção sonora referente às manifestações do dia 15 de Março de 2020 onde tal episódio atentou contra as instituições democráticas do Brasil. Aos 19':37'' minutos há um efeito de edição que simula a estática na sintonização de um programa de rádio onde, a partir disso, é dada a inserção sonora que mistura discursos do governo, propaganda política e sonoras contra as manifestações com áudios da novela Bem Amado. Tal momento reconfigura a narrativa do *Podcast* até então e, por fim, há a inserção da leitura do comentário via Instagram de um ouvinte. Com duração de pouco mais que 24 minutos, esta edição se encerra com os devidos créditos da apresentadora referente à Juliano Fonseca, editor do programa e, por fim, a trilha segue até se encerrar em *Fade-Out*.

No caso do programa britânico *The Tip Off* há uma total desestruturação do que pudemos observar quando em comparação com o Panorama CBN. Logo nos segundos iniciais a narrativa construída é mais próxima com Radionovelas do que com o formato jornalístico do *Podcast* anterior. Uma trilha em *Fade-In* preenche os ouvidos do ouvinte e uma narração feminina se apresenta sem manchetes ou frases tradicionais jornalísticas, mas sim o da apresentação de uma história em formato de *Storytelling*⁷.

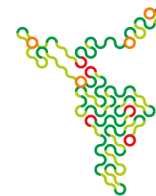
A narração se inicia contextualizando o ouvinte logo na sequência da entrada da trilha de caracterização: “*This is the story of three people miles apart searching for justice. And it starts on a day like any other back in September ninety eighteen.*”⁸ Na página do programa⁹ há, também, a descrição: “*Hundreds of miles apart, journalists Jessica Purkiss and JD are working to get answers. They are looking for accountability and justice for an Afghan man named Masih. Masih’s entire family was wiped out in an airstrike, on his house in a remote part of Afghanistan. This is the story of how Masih worked with journalists around the world to get to the truth.*”¹⁰.

⁷ O termo aqui utilizado como *Storytelling* é dada como referência aos Podcasts de cunho narrativo estórico, este por conseguinte sendo utilizado como neologismo dos contos narrados folclóricos ou narrativas populares. Semelhantes ao que se compreende como Radionovela.

⁸ Esta é a história de três pessoas a milhas de distância procurando por justiça. E se tem início em um dia como qualquer outro, lá em setembro de 2018. (Tradução do autor).

⁹ <https://play.acast.com/s/thetipoff/ep.39fragments>. Acesso em 08/03/2021.

¹⁰ Separados por milhas, os jornalistas Jessica Purkiss e JD estão trabalhando para conseguir respostas. Eles procuram pela prestação de contas e justiça por um Afegão de nome Masih. Toda família de Masih foi aniquilada por um ataque aéreo, em sua casa em uma área remota do Afeganistão. Esta é a história de como Masih trabalhou com jornalistas ao redor do mundo para chegar à verdade. (Tradução do autor).



Estes dois aspectos interligados, o texto escrito e o áudio inicial acompanhado da trilha, apresentam para nós a estética que se dará nesta narrativa. Salienta-se que na página há hiperligações que encaminham o ouvinte/leitor à reportagens que detalham jornalisticamente a história aqui contada.

A locutora, que não se apresenta, nos narra uma história após o *Fade-Out* da trilha inicial. Isto ocorre em terceira pessoa e referencia os pensamentos de um indivíduo chamado Masih que têm sua mente focada nos seus sete filhos que se encontram no Afeganistão, ele se encontra no Irã. Logo após, há um diálogo masculino na língua materna de Masih que é sobreposto por uma tradução para o inglês com sotaque característico do oriente médio. As duas falas ocorrem simultaneamente o que simula as traduções em tempo real que podemos observar quando um estrangeiro projeta sua fala e intérpretes nos dizem o que o indivíduo em questão está falando.

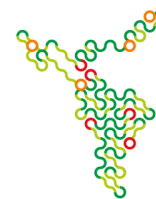
Ao fim deste momento, a locutora feminina retoma a narrativa e formula para o ouvinte ‘imagens sonoras’, ou seja, ela narra aspectos encontrados nas narrativas de radionovela para imaginarmos os personagens envolvidos no *Podcast*. Temos o exemplo: “*But he often missed home, and regularly found his thoughts returning to his kids.*”¹¹.

A narrativa retorna após a contextualização de um ataque ao vilarejo da família de Masih, e as locuções masculinas retornam -A árabe e o intérprete -, com isto compreendemos os primeiros passos da trama que levou à produção e desenvolvimento das pesquisas jornalísticas e do próprio *Podcast*: “*She told me that there was a Raid. The Soldier had seized our home and also the neighbours houses that among them were people speaking English, Pashto and Persian [...]*”¹². Somente aos 3’:39” minutos a trilha de caracterização retorna em *Fade-In* na narração da locutora que diz que toda a família de Masih havia sido “*wiped-out*” - “Varrida” em tradução livre - criando um efeito de transição para, finalmente, a locutora dizer seu nome, Maeve McClenaghan, e que estávamos acompanhando o programa *The Tip Off*.

O áudio do *Podcast* segue com a apresentadora falando em *storytelling* “*More than four thousand miles away, in London, Jessica Perkins security correspondent of the Bureau of*

¹¹ Mas ele recorrentemente sente falta de casa, e regularmente se encontra pensando em suas crianças. (Tradução do autor)

¹² Ela me disse que houve uma assalto. Os soldados cercaram nossas casas e a de nossos vizinhos. E que entre eles haviam pessoas falando inglês, pachto e persa. (Tradução do autor).



investigation Journalism was sitting down in her desk to check the daily e-mails."¹³. Neste momento, após esta introdução uma nova locução feminina surge, em inglês, falando sobre as atividades do dia e de como se viu envolvida neste cenário. A apresentação deste 'personagem' é previamente ligada à locutora oficial do *Podcast The Tip Off*, portanto subentende-se que a voz que se comunica com o ouvinte é a de Jessica Perkins.

A locução tem estética de depoimento. Em determinados momentos há pausas, há risos em concomitâncias com a fala e ênfases em algumas palavras. A narração é dada em primeira pessoa como se a pessoa que fala conosco diz-nos fatos e eventos de memória, inseridas no contexto já apresentado no trecho inicial do *Podcast*. Outros narradores aparecem ao longo do programa, sempre com inserções prévias no estilo *Storytelling* e posteriormente comunicando-se em primeira pessoa com linguagem depoimental nos moldes dos trechos já descritos acima.

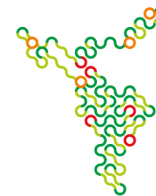
A trilha de caracterização acompanha apenas a locução da apresentadora do programa e é sempre sutil com *Fade-in* e *Fade-out* em momentos pontuais. Com duração pouco maior que 32':00'' minutos, este é considerado um produto jornalístico mas com estéticas muito particulares, buscando nas técnicas de contar histórias para apresentar dados e métodos de como alguns dos principais acontecimentos no jornalismo se desenvolveram.

CONSIDERAÇÕES

É inegável a grandiosa contribuição dos *Podcasts* no campo da comunicação como um todo. Obviamente isto se estende para todas as áreas e aqui observados pelo prisma do Jornalismo, seja utilizando uma estética mais semelhante à radiofônica, seja aproximando-se do *Storyteller*. O som, o silêncio, a trilha sonora, os efeitos de edição e as estruturas destes dois *Podcasts* são muito diferentes entre si, entretanto trabalham com o Radiojornalismo e o áudio de forma que a construção do campo profissional possua uma flexibilidade já peculiar ao produto nativo digital que é, portanto, o próprio *Podcast*.

O Panorama CBN é muito mais próximo do que conhecemos como Rádio, sua locução é mais tradicional para/com o meio, inserções de sonoras depoimentais com qualidade não semelhante ao da

¹³ A mais de quatro mil milhas de distância, em Londres, Jessica Perkins correspondente de segurança do escritório de investigação jornalística estava sentada em sua mesa checando seus e-mails diários. (Tradução do autor)



locutora que é muito tradicional no que se ouve nas estações *Hertzianas*, especialmente se a participação for via aparelho móvel.

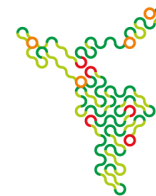
Quadros separados por temas, notícias apresentadas com estrutura de manchete e descrição dos principais elementos envolvidos nelas. Há a presença de uma inserção sonora que utiliza-se de uma pós-produção com estética incomum ao que se ouviu ao longo do *Podcast*, efeitos sonoros de estática e o próprio jogo de áudios dos representantes políticos em comunhão com trechos de áudio de novelas. No *The Tip Off* observa-se que há uma locutora que apresenta um único tema, uma única situação que envolvem todos os participantes.

O estilo da narração é mais voltado para ambientação imagética, semelhante ao que se têm em radionovelas, utilizando-se do *Storytelling*, com inserções pontuais de *BG*, e dando voz aos envolvidos na trama para a evolução da história dentro do *Podcast*. O trabalho jornalístico é apresentado junto dos depoimentos dos envolvidos, mas estes ainda são ancorados com o pano de fundo que a locutora nos dá, incitando ao ouvinte uma história com personagens, antagonistas, causas e efeitos.

Em ambos os casos se pode ver a riqueza do uso de técnicas de pós-produção, o som é desenvolvido de diversas formas, dando voz aos envolvidos, com a presença de entrevistados e, por vezes, com a liberdade criativa de ambientar o ouvinte em uma paisagem sonora complexa. A linguagem informal se faz presente de forma muito sutil, por vezes com risos, ênfases e destaque no uso de palavras e termos.

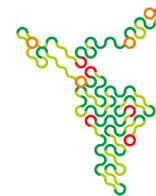
O silêncio é observado de forma mais próxima no *Podcast The Tip Off*, pois este abre mais espaços de ‘respiro’ entre os quadros com o auxílio do *Fade-in - Fade-out* em concomitância do uso da trilha de caracterização, diferentemente do Panorama CBN que utiliza-se de *BG*. Em ambos os exemplos apresentados neste artigo se tem, de fato, como principal elemento narrativo a voz.

É a partir de ambas as locutoras nos falando sobre os temas envolvidos em seus programas que o ouvinte cria a imagem mental do que se passa em ambos os trabalhos desenvolvidos pelas jornalistas. Salienta-se que, observando as páginas de ambos os produtos audiojornalísticos pode-se confirmar a ideia de que *Podcasts*, de fato, não possuem a qualidade de padronização no que se refere a duração. Há uma certa autonomia neste sentido, autonomia esta que é mais relevante observar se a mensagem e o conteúdo é totalmente transmitido do que necessariamente enquadrá-lo em metragem.



Referências

- BUFARAH, A. Podcast: possibilidades de uso nas emissoras de rádio noticiosas. In: **GP Rádio e Mídia Sonora do XVII Encontro dos Grupos de Pesquisa em Comunicação**. 40º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação: Curitiba: Paraná. 2017.
- CANAVILHAS, J. Hipertextualidade: Novas arquiteturas noticiosas. In: CANAVILHAS, J. (ORG). **Webjornalismo: 7 características que marcam a diferença**. Covilhã: Editora Labcom, 2014. p. 3 - 24.
- CASTELLS, M. **O poder da comunicação**. São Paulo: Editora Paz & Terra, 2019.
- CASTELLS, M. **Sociedade em rede**. São Paulo: Editora Paz & Terra, 2019.
- FERRARETTO, L. **Rádio: Teoria e prática**. São Paulo: Editora Summus. 2014.
- GOLIN, C. Verbete: Linguagem radiofônica. In: **Enciclopédia Intercom de Comunicação**. 1ed. São Paulo: Intercom, v. 1, p. 763-764. 2010.
- JENKINS, H. **Cultura da convergência**. São Paulo: Editora Aleph, 2009.
- JUNG, M. **Jornalismo de rádio**. São Paulo: Editora Contexto. 2013.
- KISCHINHEVSKY, M. **O rádio sem onda: Convergência digital e novos desafios na radiofusão**. Rio de Janeiro: Editora E-Papers, 2007.
- KISCHINHEVSKY, M. **Rádio e mídias sociais: Mediações e interações radiofônicas em plataformas digitais de comunicação**. Rio de Janeiro: Editora Mauad X, 2016.
- LÉVY, P. **O que é o virtual**. São Paulo: Editora 34, 1996.
- MCHUGH, Siobhan. **Video didn't kill the radio star - she's hosting a podcast**. *The Conversation*, Volume 4, Semestral (2) pág 1-3. 2016.
- MARCHAMALO, J.; ORTIZ, M. **Técnicas de comunicação pelo rádio: prática radiofônica**. São Paulo: Edições Loyola. 2005.
- SALAVERRÍA, R. Multimedialidade: Informar para os 5 sentidos. In: CANAVILHAS, J. (ORG). **Webjornalismo: 7 características que marcam a diferença**. Covilhã: Editora Labcom, 2014. p. 25-51.
- SCHAFER, M. **A afinação do mundo**. São Paulo: Editora Unesp. 2ª ed. 2011.
- SODRÉ, M. **A ciência do comum**. Petrópolis: Editora Vozes, 2014.



TRANSFORMAÇÕES DO RADIOJORNALISMO EM CONVERGÊNCIA COM A INTERNET: O CASO DA EMISSORA BANDA B

Gabriel Witiuk¹

Resumo: O objeto deste artigo é a produção jornalística do rádio em convergência com a internet e a relação entre os jornalistas e as ferramentas oportunizadas pelas novas tecnologias. O objetivo é compreender quais as modificações que a produção do radiojornalismo sofreu no contexto de convergência com o ciberespaço. Procedimentos metodológicos adotados: revisão bibliográfica sobre o tema, análise das redes sociais da emissora Banda B e dos conteúdos das entrevistas, realizadas no ano de 2018 com os jornalistas e profissionais da rádio. Delimita-se como objeto empírico deste trabalho as redes sociais (*Twitter*, *Facebook* e *Instagram*) da emissora Banda B e os materiais coletados junto aos entrevistados sobre as formas de transmissão e o processo de produção, apuração, rotina, edição e reutilização de materiais. A emissora Banda B é uma rádio que trabalha em Curitiba e Região Metropolitana, Paraná, Brasil, exemplo da realidade do rádio em contexto de convergência. A rádio expande suas transmissões pela web com players online no Portal Banda B, transmissões ao vivo em redes sociais (*Facebook* e *Instagram*), aplicativo e, também, podcasts.

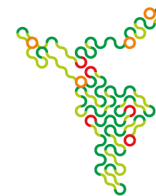
Palavras-chave: Radiojornalismo. Convergência midiática. Tecnologias da Comunicação. Banda B.

TRANSFORMATIONS OF RADIOJOURNALISM IN CONVERGENCE WITH THE INTERNET: THE CASE OF BANDA B

Astract: The object of this article is the journalistic production of radio in convergence with the internet and the relationship between journalists and the tools provided by the news technologies. The objective is to understand what changes the radio journalism's production has undergone in the context of convergence with the cyberspace. The methodical procedures utilized are the bibliographic review on the topic, analysis of the social media of broadcaster Banda B and the content of the interviews, held in 2018 with the journalists and other professionals of the radio station. The empirical object of this research is defined as the social networks (*Twitter*, *Facebook* and *Instagram*) of broadcaster Banda B and the materials collected from the interviewees about the forms of transmission and the process of production, verification, routine, editing and reuse of materials. Banda B is radio station that works in Curitiba and Metropolitan Region, Paraná, Brazil, an example on the reality of radio in the context of convergence with the cyberspace. The radio expands its broadcasts on the web with online players on the Banda B Portal, live broadcasting in the social media (*Facebook* and *Instagram*), applications and also podcasts.

Keywords: Radiojournalism. Convergence. Technologies of Communication. Radio Banda B.

¹ Mestrando do Programa de Pós-Graduação em Jornalismo da Universidade Federal de Santa Catarina, Posjor/UFSC, Florianópolis, Brasil. E-mail: gabrielwitiuk@outlook.com



Considerações iniciais

O presente artigo retrata as transformações geradas pela tecnologia no jornalismo com foco especial no radiojornalismo. Apresenta as novas características e possibilidades de transmissão e distribuição geradas pelas novas tecnologias. E, também, as novas qualidades e funções dos jornalistas de rádio que lidam com multimídia, interatividade e novas ferramentas de produção.

Para tanto, este trabalho apresentará inicialmente a relação entre a profissão e as tecnologias. Em seguida, vindo para a realidade do rádio, serão apresentadas a facilidade de adaptação e adoção das novas tecnologias por parte do rádio e as transformações geradas pela convergência entre o radiojornalismo e o ciberespaço.

Por fim, busca-se exemplificar essa nova realidade dos jornalistas de rádio por meio de entrevistas, realizadas em 2018, com profissionais da emissora Banda B, que transmite para Curitiba e região metropolitana.

Jornalismo, tecnologias e convergências

As inovações e tendências que surgem modificam a profissão. Rodrigo Zamith e Joshua Braun (2019, p. 5) exaltam essa ideia ao afirmarem que a “tecnologia impacta – como fez no passado, porém de maneira mais intrínseca hoje – aspectos chave da produção, distribuição e consumo das notícias”². Logo, pode-se entender que não existe jornalismo, nos dias atuais, sem as tecnologias.

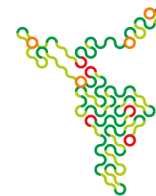
Zamith e Braun (2019) aprofundam ainda mais a união entre os dois quando afirmam que:

Tecnologias que estavam em desenvolvimento inicial há duas décadas – isso se elas existiam – transformaram aspectos chave da contemporaneidade da produção, distribuição e consumo de notícias, e desafiaram fundamentos de teorias de comunicação em massa, desde o *gatekeeping* até os fluxos das informações.³ (ZAMITH e BRAUN, 2019, P. 1).

Quanto mais são criadas tecnologias, mais a profissão muda. Nesse sentido indagamos é possível pensar o processo de produção ou a prática jornalista sem os *smartphones* e o serviço de busca *Google*? É possível imaginar entrar ao vivo numa rádio com um celular “tijolão”, ou precisar

²Tradução livre do autor. Texto original: “*Technology thus impacts—as it has in the past but more intricately so today—key aspects of news production, distribution, and consumption.*” (ZAMITH e BRAUN, 2019, p. 5).

³ Tradução livre do autor. Texto original: “*Technologies that were in early development just two decades ago – if they existed at all – have transformed key aspects of contemporary news production, distribution, and consumption and challenged foundational theories of mass communication, from gatekeeping to information flows.*” (ZAMITH e BRAUN, 2019, P. 1).



carregar uma câmera consigo para fazer filmagens inesperadas, ou ter que ir a bibliotecas públicas e ambientes de arquivamento de documentos para acessar informações?

Esse casamento com as tecnologias gera incontáveis mudanças que ainda estão acontecendo. Assim sendo, qual o papel das máquinas nessa parceria com os humanos em prol da comunicação?

Alex Primo e Gabriela Zago (2015) desumanizam um pouco as máquinas. Eles defendem que as tecnologias são, sim, muito influentes na produção de notícias, mas que elas deveriam ser reconhecidas como atores do jornalismo. Isto é, elas auxiliam e deveriam ter mais reconhecimento, porém não tem função de comunicador.

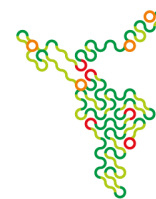
A abordagem neste artigo foge dessa noção de máquinas como atores ou comunicadores, entretanto não se afasta da ideia proposta por Primo e Zago (2015) *apud* Pavlik (2000) de que a tecnologia transforma “[...] como os jornalistas fazem seu trabalho, o conteúdo das notícias, a estrutura ou organização das redações, e a relação dentro das redações, entre os jornalistas, e entre os profissionais e seus públicos (audiência, fontes, concorrência, patrocinadores, e até controladores da imprensa)” ⁴(PRIMO e ZAGO, 2015, p. 40).

Trazendo a ideia para o radiojornalismo atual e a maneira com que ele se relaciona com as máquinas, a ideia de Rodrigo Zamith e Joshua Braun (2019) é a que mais se aproxima da realidade proposta pelo presente artigo. Os autores concordam com as modificações de rotina, produção, conteúdo e relação mencionada por Primo e Zago (2015), entretanto, acreditam que as tecnologias são as ferramentas, os acessórios e os meios de produzir o jornalismo, mas não extrapolam para os níveis de ator e comunicador.

Essas novas tecnologias trazem profundas modificações para os meios de comunicação e nesse sentido é importante entender o fenômeno denominado convergência.

Henry Jenkins (2009), afirma que “os velhos meios de comunicação não estão sendo substituídos. Mais propriamente, suas funções e status estão sendo transformados pela introdução de novas tecnologias” (JENKINS, 2009, p. 41 – 42). Dessa forma, a tecnologia mudou o jornalismo proporcionando novas ferramentas, novos acessórios e meios de transmissão e distribuição.

⁴Tradução livre do autor. Texto original: “[...] *how journalists do their work, the content of news, the structure or organization of the newsroom, and the relationships among news organizations, journalists, and their many publics (audiences, sources, competitors, sponsors, controllers of the press)*” (PRIMO e ZAGO, 2015, p. 40) .



O referido autor explica como a convergência já fazia parte do estilo de vida da audiência, utilizando-se do conceito de Convergência Orgânica ou Social, segundo ele “convergência orgânica é o que acontece quando um jovem está assistindo uma partida de baseball em uma grande tela de televisão, escutando música eletrônica no som estéreo, escrevendo um trabalho e enviando um e-mail para os amigos” (JENKINS, 2001, p. 93).⁵

O radiojornalismo em convergência com a internet

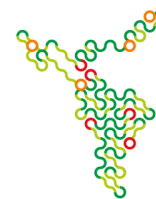
As inovações oportunizadas pela confluência com o ciberespaço geraram novas dimensões em relação às tecnologias mais antigas. Dentre os impactos causados pelas inovações, destaca-se a expansão das transmissões do rádio dentro do ciberespaço. Agora, o rádio pode se difundir de inúmeras maneiras. Kischinhevsky (2016, p.13) afirma que o rádio “extrapola as transmissões em ondas hertzianas e transborda para as mídias sociais, o celular, a TV por assinatura, sites de jornais, portais de música”. Ainda segundo o autor a “escuta se dá em telefones celulares, tocadores multimídia, computadores, *notebooks*, *tablets*; pode ocorrer ao vivo (no dial ou via *streaming*) ou sob demanda (*podcasting*)”.

Destas novidades, a que mais interfere na atuação dos profissionais é o *streaming*. O estilo de transmissão, quando feito de maneira multimídia por meio de transmissões ao vivo no *Facebook* ou no *Youtube*, cobra um comportamento diferente daqueles que estão dentro do estúdio e proporciona a possibilidade de adicionar imagens e vídeos durante a programação.

Contudo, esta opção não muda o estilo de comunicação feito pelo rádio. Um locutor, ainda que em uma *live*, deve proporcionar à audiência da mensagem a possibilidade de construir, no seu imaginário, o cenário que está contido apenas na narrativa sonora do emissor (MEDITSCH, 2001). Dessa forma, fica preservador o som, seu difusor oficial.

A globalização também atinge o radiojornalismo dentro do ciberespaço. As transmissões alcançam o mundo todo. Uma rádio que transmite por ondas hertzianas limita-se à sua potência, enquanto uma rádio que difunde por meio da internet consegue cobrir todos os cinco continentes.

⁵ Tradução livre do autor. Texto original: “*Organic convergence is what occurs when a high schooler is watching baseball on a big-screen television, listening to techno on the stereo, word-processing a paper and writing an email to his friends*”.



Segundo Dominique Wolton (2012, p. 207), em consequência da globalização “um jornalista, de qualquer parte do mundo, graças ao satélite, pode informar por meio de linguagens e isso é um progresso enorme”. Entretanto, ainda que consiga atingir níveis internacionais, os temas e a linguagem são características de uma região específica.

A produção, dentro do contexto de convergência, também funciona de maneira distinta. Apareceram, então, ferramentas como a busca do *Google*, *e-mail*, bancos de dados, redes sociais e os aplicativos de mensagens e ligação, como *WhatsApp* e *Skype*: “É o caso das chamadas de vídeos, e-mails, releases, chats online, redes sociais, que podem gerar, por exemplo, uma coleta mais rápida de informações (LOPEZ E RUTILLI, 2015, p. 284).

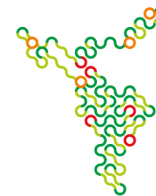
De acordo com Carla Schwingel (2012, p. 91) “uma das diferenciações da apuração jornalística [no ciberespaço] é a grande quantidade de informações disponíveis na web e a forma de busca-las”. Tais opções auxiliam na apuração, busca por entrevistados, documentos, criando uma agilidade maior nos processos.

Outra possibilidade foi gerada por *softwares* e seus aplicativos que permitem aos profissionais uma maior facilidade na edição e gravação de material para o rádio (DEL BIANCO, 2008). Essas atividades podem ser feitas de forma remota e potencializam a ação dos jornalistas (BERTONCELLO, 2019).

Logo, os profissionais de rádio contam com um leque de possibilidades para a edição, gravação, para checagem e para a obtenção de informações dentro do contexto de convergência com a internet. Isso gera velocidade, fundamental para o imediatismo do meio de comunicação e muito importante para lidar com as pautas que aparecem pela interação do público.

Para Marcos Bertoncello (2019, p. 78), “o rádio é uma mídia que desde o início de sua história estabelece essa relação com seu ouvinte, através de cartas, passando pelo uso de telefones fixos, até chegar à internet”. E, dentro do ciberespaço, a interatividade é outra característica do rádio que é potencializada pelo fenômeno da convergência e isso gera uma facilidade para os relacionamentos. Essa interação pode acontecer de três formas: entre os jornalistas da redação, entre jornalistas e assessores de imprensa e, a mais importante, jornalista e audiência.

O emissor falar e o receptor apenas escutar é uma utopia há muito tempo descartada. João Canavilhas (2001, p. 2) afirmava, há quase 20 anos, que “a máxima ‘nós escrevemos, vocês lêem’ pertence ao passado”, portanto, a audiência é um fator mais presente. Eles podem elogiar, criticar,



reclamar, reagir, ameaçar, compartilhar, trazer pautas, dar relevância e denunciar as notícias de maneira muito mais rápida e fácil.

O caso das *lives* do *Facebook*, por exemplo, trabalha uma interação que acontece em tempo real. Logo, enquanto o locutor está apresentando o programa, o público pode deixar comentários, compartilhar a transmissão e reagir ao que está sendo divulgado.

As redes sociais, portanto, permitem que os usuários tornem uma notícia relevante aos olhos de suas bolhas sociais e danifiquem a imagem de uma publicação que discordam ou acreditam que tenha agido de má fé. Tudo isso acontece por meio da possibilidade de redistribuição em sites como *Twitter*, *Facebook*, *LinkedIn* e o aplicativo *WhatsApp*. Nasce, assim, uma nova noção de importância dada à interação com o público (LOPEZ, 2010).

Todos os casos apresentados influenciam a maneira como os jornalistas e o público atuam e enxergam as suas funções.

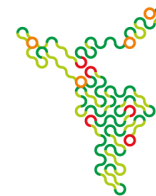
A interação e participação da audiência, portanto, alcançou um nível de importância tão alto que “o jornalismo se rendeu à crescente participação do internauta e reconfigurou, gradualmente, o seu conteúdo para uma maior interatividade em todas as etapas da produção jornalística” (LOPEZ, 2010, p. 35). Isto é, em contexto de convergência, a participação do público é quase intrínseca ao processo de produção de uma notícia.

Nesse sentido, para melhor compreender a materialização desta realidade no cotidiano, exemplificamos com o estudo feito na Rádio Banda B.

O caso da Banda B

A emissora de rádio Banda B mostra-se como um bom exemplo para compreender como o fenômeno da convergência influencia os processos do radiojornalismo e, dessa forma, as ações e as rotinas jornalistas da redação. É uma rádio que tem como público-alvo os moradores de Curitiba e Região Metropolitana, entretanto, tem um alcance global graças às transmissões difundidas pela *internet*.

Para entender como um jornalista utiliza as ferramentas dadas pela convergência e como trabalha em harmonia com as tecnologias, serão utilizados os dados das entrevistas realizadas em 2018 com 12 (doze) pessoas, que na época ocupavam os cargos de diretor executivo, gestor de



marketing, coordenadores de jornalismo e esporte, repórteres (de esporte, do portal e de rua) e o estagiário.

A análise da forma como a emissora utiliza a *internet* foi feita, também, por meio do acesso às redes sociais, portal de notícia, aplicativo e *YouTube*. Dessa forma, nota-se que a Banda B, dentro do ciberespaço, soma às difusões sonoras de AM e FM, as transmissões via *player online*, aplicativo da rádio e *lives* do *Facebook*. Também entrou em um novo tipo de jornalismo com o Portal Banda B e as redes sociais, trabalhando, assim, de maneira multiplataforma.

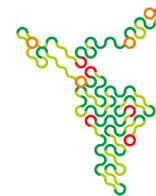
A partir da análise dos dados coletados na pesquisa de campo na rádio Banda B é possível afirmar que a referida rádio faz um forte uso das redes sociais. O *Instagram* é o menos utilizado. O aplicativo funciona mais como bastidores das produções da rádio. Entretanto, quando acontece algo relevante e os repórteres estão na região, também são feitas *lives* da situação. A intenção para o *Instagram* é ter um perfil mais bastidores e outro mais jornalístico.

As contas do *Twitter* da rádio funcionam replicando constantemente material das transmissões e das publicações do portal. Trabalham com três contas: Portal Banda B, Esporte Banda B e Rádio Banda B. A rede social se destaca por ser utilizada, também, para um Tempo Real (TR) de acontecimentos importantes. O TR é mais utilizado nos esportes quando publicam os lances de uma partida, as frases marcantes de entrevistas coletivas e de beira de campo, além de informações sobre os clubes. Todas essas informações são veiculadas ao vivo na rádio.

Dentro do *Facebook*, a Banda B tem o seu maior nível de interatividade e de público. A emissora conta com três páginas de alto índice de engajamento: Portal da Banda B, Rádio Banda B e Esporte Banda B. As *fanpages* têm, respectivamente, 945 mil seguidores, 66 mil seguidores e 61 mil seguidores.

A emissora distribui suas postagens e transmite ao vivo programas como o Jornal Da Banda B 1ª e 2ª edição. O uso da multimídia aparece nas transmissões ao vivo do *Facebook*. As *lives* também permitem que a rádio se conecte com um público mais jovem que não utiliza o rádio. Nessas transmissões é possível ver o apresentador no estúdio e imagens/vídeos que ilustram alguma informação importante. Nesse momento, começa o uso da multimídia pela rádio.

A multimídia é vista como essencial pelos membros da Banda B. A rádio utiliza imagens e vídeos em postagens das redes sociais e em notícias veiculadas pelo portal de notícias. Para abastecer as notícias e as *lives* com as mídias, os jornalistas de rua captam as entrevistas sonoras (que são o



foco da rádio), fazem fotos e vídeos dos acontecimentos e, também, algumas *lives* por meio do *Instagram* e do *Twitter*.

O foco principal dos repórteres de rua e dos jornalistas é sempre a rádio, entretanto, muitos dos materiais utilizados pelo meio de comunicação sonoro podem ser reutilizados para o Portal da Banda B e para as redes sociais da emissora. Os jornalistas, portanto, devem saber diferenciar as formas de linguagem para o rádio e para a *internet*. No rádio, a forma de se comunicar é definida como mais conversada; no portal, é definida como um texto mais culto e com informações rápidas para um leitor apressado; e nas redes sociais, é um texto mais leve que não perca a seriedade.

O envio de conteúdo multimídia para a redação é feito especificamente pelo *WhatsApp*. Os jornalistas da rádio usam o aplicativo para se comunicarem uns com os outros, enviarem arquivos de áudio, imagens e vídeos de maneira rápida e diretamente para os computadores onde são editadas e trabalhadas para serem utilizadas nos veículos de comunicação.

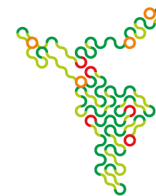
Nos computadores da redação, os membros da emissora podem editar facilmente vídeos e áudios para que eles fiquem nos formatos corretos para serem utilizados no Portal Banda B. Nesses mesmos computadores são feitas as edições das matérias que vão para a rádio e em um aquário são gravados os *offs* que vão diretamente para um computador facilitando a edição e preparação das reportagens sonoras.

Segundo os entrevistados, o *WhatsApp* também facilita muito o acesso a fontes que se tornam entrevistados e o acesso a informações. O aplicativo é visto como uma ferramenta que, caso a pessoa saiba usar, apenas agrega e colabora para o jornalismo. O aplicativo de conversas auxilia no processo de imediatismo e agilidade do rádio e da internet.

Outra ferramenta que se soma ao *WhatsApp* é o buscador *Google*. Por meio dele, os jornalistas da Banda B buscam informações dos bancos de dados e os endereços dos locais para onde vão. Também é utilizado para procurar fontes que confirmem acontecimentos.

Entretanto, é deixado claro que o *WhatsApp* e o *Google* não eliminam etapas da produção e apuração. Isso porque é sempre mais importante para o jornalista uma entrevista *in loco* que torna mais fácil ler o ambiente, entender o que está acontecendo, observar a reação da fonte, dificulta que o entrevistado se desvie das perguntas ou omita informações.

Pela internet, também são acessados bancos de dados como IBGE e IPEA são utilizados para conseguir dados e estatísticas. O uso desse tipo de material é maior na área dos esportes da Banda B.



Eles utilizam aplicativos e *softwares* que geram informações referentes às estatísticas das partidas de futebol. Eles utilizam o *Footstats* para conseguir adicionar mais números e, por meio deles, explicar e exemplificar as leituras feitas do jogo pelos comentaristas.

A interação na rádio funciona de muitas maneiras. A forma mais antiga é a ligação dos ouvintes. Eles ligam para a redação, a secretária atende e, caso seja uma possível pauta ou algo interessante, repassa para os jornalistas. Caso seja apenas uma opinião ou participação em programa, passa para os coordenadores e apresentadores.

As possíveis pautas que são apresentadas pelo público geram um sentimento de pertencimento na audiência. Os internautas da Banda B se sentem parte da produção da emissora ao enviar dicas de pautas, denúncias de acontecimentos, atualizações de trânsito e outras mensagens. São incentivados pela rádio que os batizou de “repórter-ouvinte” ou amarelinhos (uma referência à cor da camisa dos repórteres de rua).

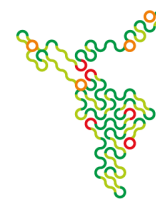
Esse tipo de interatividade é muito forte e produtiva para a rádio. Entretanto, acontece em um número bem menor do que os comentários, compartilhamentos e curtidas das redes sociais. Essas reações às postagens em *Facebook*, *Twitter* e *Instagram* são feitas em maior número, mas, querendo ou não, afetam menos o dia a dia da redação.

Agora, as interações nas transmissões ao vivo de *Facebook* são um material muito útil para os apresentadores. O âncora e o produtor do programa são quem têm acesso às informações e comentários da *live*. Por meio dessas participações, conseguem ter uma noção de se o assunto está interessando à audiência ou não, e também utilizar como participação do público durante o programa.

As *lives* também permitem que o pessoal da Banda B tenha noção, em tempo real, de um número mínimo de pessoas que está acompanhando a transmissão via *Facebook*. Ao somar com os que acessam por aplicativo, *player online* do portal e rádio, descobrem o número total de ouvintes.

Considerações Finais

A nova realidade do radiojornalismo se constata no material e no exemplo apresentados acima. A forma de a tecnologia funcionar como acessório, ferramenta e meio para a produção do radiojornalismo da emissora Banda B deixa claro que as máquinas são intrínsecas à profissão.



A expansão dentro do ciberespaço prova como os dois meios se complementam por meio da semelhança de suas características primordiais. As do rádio, imediatismo instantaneidade e proximidade, e as da *internet*, velocidade, diversidade de informações e a interatividade, se conectam e potencializam o radiojornalismo.

A convergência também trouxe a capacidade multiplataforma ao meio de comunicação e, também, novos ambientes onde transmitir seus programas sonoros que, agora, contam com a multimídia. Além de trabalhar apenas com jornalismo sonoro, as rádios têm a possibilidade de reutilizar os materiais em portais de notícia e material para redes sociais.

Essa nova realidade cobra dos jornalistas capacidades multimídia e, ao mesmo tempo, maior agilidade. É dessa forma que os profissionais se relacionam com as tecnologias, visto que elas potencializam as ações dos jornalistas.

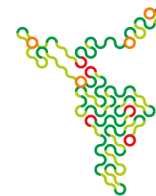
Os *softwares* proporcionam que os jornalistas editem, gravem, publiquem e divulguem suas notícias com uma velocidade que é crucial para o rádio dentro da *web*. As interações, dentro do contexto de convergência, geram outro patamar às produções jornalísticas potencializando os processos de produção e, ao mesmo tempo, resignificando a importância que o graduado em Jornalismo tem. São necessários todos os aprendizados conquistados dentro da universidade e um entendimento da ética jornalística para conseguir se manter um jornalista em tempos de *internet*.

A interação é a essência do comunicador em tempos de convergência. Saber utilizar a audiência e valorizar o que ela propõe é importante para fazer jornalismo em qualquer plataforma.

Pode-se concluir que o rádio vive um de seus melhores momentos desde que foi substituído pela televisão nas salas de estar brasileiras. O veículo encontrou um companheiro cuja união o fortalece, já que o rádio é um meio de comunicação mais completo e poderoso quando interage e abre espaço para o seu público.

Referências

BERTONCELLO, Marcos Notari. **A convergência no Radiojornalismo**: Uma análise das transmissões da Rádio Jovem Pan de São Paulo através do Facebook. 2019. 113f. Dissertação (Mestrado) – Programa de Pós-Graduação em Comunicação Social, Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, 2019.



CANAVILHAS, João. **Webjornalismo**: considerações gerais sobre jornalismo na web. Covilhã: BOCC.UBI, 2001. Disponível em: <<http://www.bocc.ubi.pt/pag/canavilhas-joao-webjornal.pdf>> Acesso em 28 de jan. 2020

DEL BIANCO, Nelia. **Remediação do radiojornalismo na era da informação**. Covilhã: BOCC.UBI, 2008.

FACEBOOK ESPORTE BANDA B. Disponível em: <<https://www.facebook.com/esportebandab/>> Acessado dia 27 mai. 2021 às 10h.

FACEBOOK PORTAL BANDA B. Disponível em: <<https://www.facebook.com/PortalBandaB/>> Acessado dia 27 mai. 2021 às 10h.

FACEBOOK RÁDIO BANDA B. Disponível em: <<https://www.facebook.com/RadioBandaB/>> Acessado dia 27 mai. 2021 às 10h.

JENKINS, Henry. Convergence? I Diverge. **Technology Review**, Massachusetts, p. 93, 2001.

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

KISCHINHEVSKY, Marcelo. **Rádio e Mídias Sociais**: Mediações e interações radiofônicas em plataformas digitais de comunicação. Rio de Janeiro: Mauad X, 2016.

LOPEZ, Debora. **Radiojornalismo hipermidiático**: tendências e perspectivas do jornalismo de rádio all news brasileiro em um contexto de convergência tecnológica. 1ª Edição. Covilhã: LabCom Books, 2010.

LOPEZ, Debora; RUTILLI, Marizandra. A fonte no rádio e a convergência midiática: fluxos informativos e espaços de circulação. **Revista de Estudos da Comunicação**, Curitiba, v. 16, n. 41, p. 280-295, set./dez. 2015.

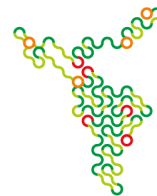
MEDITSCH, Eduardo. **O Rádio na Era da Informação**: teoria e técnica do novo radiojornalismo. Florianópolis: Editora Insular, 2001.

PAVLIK, John. The Impact of Technology on Journalism. **Journalism Studies**. 2000, p. 229–237.

PRIMO, Alex; ZAGO, Gabriela. Who And What Do Journalism? An Actor-Network perspective. **Digital Journalism**, v. 3, n.1, 2015. p. 38-52.

SCHWINGEL, Carla. **Ciberjornalismo**. São Paulo: Paulinas, 2012.

TWITTER ESPORTE BANDA B. Disponível em: <<https://twitter.com/esportebandab>> Acessado dia 27 mai. 2021 às 10h.



TWITTER PORTAL BANDA B. Disponível em: <<https://twitter.com/PortalBandaB>> Acessado dia 27 mai. 2021 às 10h.

WOLTON, Dominique. É preciso diminuir a velocidade da informação. **Revista Comunicação, Mídia e Consumo**, São Paulo, v.9, n.25, p. 201-212, ago. 2012.

ZAMITH, Rodrigo; BRAUN, Joshua. Technology and journalism. In: VOS, T. P.; HANUSCH, F. (Eds.). **The International Encyclopedia of Journalism Studies**. New York: JohnWiley & Sons, 2019.