

## EDIÇÃO ESPECIAL



TENDÊNCIAS E PERSPECTIVAS DO RADIOJORNALISMO NOS  
**100 ANOS DE RADIODIFUSÃO**  
NO BRASIL



# TENDÊNCIAS E PERSPECTIVAS DO RADIOJORNALISMO NOS 100 ANOS DE RADIODIFUSÃO NO BRASIL

Editoras Convidadas | **Norma MEIRELES**  
**Nair PRATA**  
**Paulo Fernando LOPES**



**ÂNCORA** - Revista Latino-americana de Jornalismo é uma publicação acadêmica semestral, vinculada ao Programa de Pós-graduação em Jornalismo - PPJ | UFPB. Objetiva o fomento da produção acadêmico-científica na área do jornalismo e suas interfaces no campo comunicacional e em áreas afins. Seu foco de abordagem temática está direcionado para publicações de artigos, relatos profissionais, artigos-resenha e entrevistas que retratem, de forma transdisciplinar, os ambientes, processos, linguagens, tecnologias, produtos e processos do jornalismo. Avaliação CAPES: **Qualis B1** [Educação] e **Qualis B4** [Comunicação e informação]. **As informações, opiniões e conceitos expressos nos artigos, relatos profissionais, resenhas ou entrevistas são de inteira responsabilidade dos autores/autoras.**

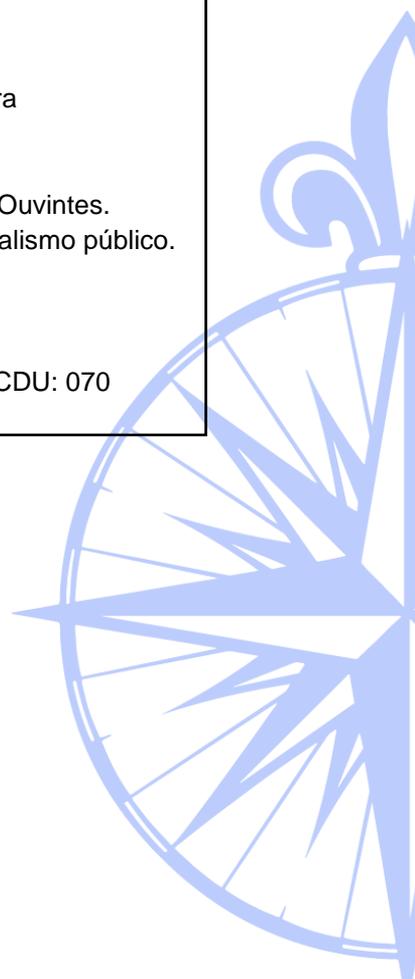
A revista eletrônica está disponível em: <http://periodicos.ufpb.br/ojs2/index.php/ancora>

#### CATALOGAÇÃO NA FONTE

R454 Revista Latino-americana de Jornalismo - Âncora [recurso eletrônico] – Ano 7, v.7; n.1; (jan/jun. 2020)- / João Pessoa: Editora do CCTA, 2020.  
526p  
Modo de acesso:  
<http://periodicos.ufpb.br/ojs2/index.php/ancora>  
Semestral.  
ISSN: 2359-375X  
1. Radiojornalismo. 2. Narração esportiva. 3. Ouvintes.  
4. Radiojornalismo universitário. 5. Radiojornalismo público.  
6. Migração do AM-FM.

UFPB/BC

CDU: 070



## UNIVERSIDADE FEDERAL DA PARAÍBA

### EDITORA CHEFE

**Prof<sup>a</sup>. Dr<sup>a</sup>. Paula de Souza Paes**  
Universidade Federal da Paraíba | Brasil

### EDITOR ADJUNTO

**Prof<sup>a</sup>. Dr<sup>a</sup>. Joana Belarmino de SOUSA**  
Universidade Federal da Paraíba | Brasil  
**Prof. Dr. José David CAMPOS Fernandes**  
Universidade Federal da Paraíba | Brasil

### EDITORAS CONVIDADAS

**Prof<sup>a</sup>. Dr<sup>a</sup>. Norma MEIRELES**  
Universidade Federal da Paraíba | Brasil  
**Prof<sup>a</sup>. Dr<sup>a</sup> Nair PRATA**  
Universidade Federal de Ouro Preto | Brasil  
**Prof. Dr. Paulo Fernandes LOPES**  
Universidade Federal do Piauí | Brasil

### CONSELHO EDITORIAL e de *PEER REVIEW*

**Prof<sup>a</sup>. Dr<sup>a</sup>. Gloria de Lourdes Freire RABAY**  
Universidade Federal da Paraíba | Brasil  
**Prof. Dr. Pedro BENEVIDES**  
Universidade Federal da Paraíba | Brasil  
**Prof<sup>a</sup>. Dr<sup>a</sup>. Sandra Regina MOURA**  
Universidade Federal da Paraíba | Brasil  
**Prof<sup>a</sup>. Dr<sup>a</sup>. Virgínia SÁ BARRETO**  
Universidade Federal da Paraíba | Brasil  
**Prof<sup>a</sup>. Dr<sup>a</sup>. Zulmira Silva NÓBREGA**

Coordenadora do Programa de Pós-graduação em Jornalismo - UFPB

### ESTAGIÁRIOS

**Iaco Lopes Dantas Cartaxo** | Editoração | Jornalismo - UFPB  
**Juliana Paula Fernandes Alves** | Editoração | Jornalismo - UFPB

• **Capa desta Edição** •

**Iaco Lopes** | Jornalismo - UFPB

### DIRETÓRIOS, INDEXADORES E PLATAFORMAS DE AVALIAÇÃO

[DOAJ](#) - Suécia | [Latindex](#) - México | [Crossref](#) - USA/United Kingdom |  
[OLCL WorldCat](#) - Estados Unidos | [Elektronische Zeitschriftenbibliothek](#) -  
Alemanha | [MIAR](#) - Espanha | [REDIB](#) - Espanha | [DAIJ](#) - Indonésia | [SHERPA/RoMEO](#) -  
Inglaterra | [ResearchBid](#) - Reino Unido | [Eurasian Scientific Journal Index](#) - República do  
Cazaquistão | [UNIVERSAL IMPACT FACTOR](#) - Journal Impact Factor | [Crosscheck](#) | [Vérsila](#) -  
USA | Brasil | [Directory of Research Journals Indexing](#) - Índia | [Journal TOCS](#) - Reino Unido

||| Brasil |||

[Sumários.org](#) | [Diadorim](#) | [SEER](#) | [IBICT](#) | [REVIScom](#)  
[Periódicos UFPB](#) | [LivRe](#) | [Biblioteke Virtual](#) | [Google Acadêmico](#)

### Programa de Pós-graduação em Jornalismo

Centro de Comunicação, Turismo e Artes | Universidade Federal da Paraíba  
Campus Universitário I | Cidade Universitária, 58059-900, João Pessoa - Paraíba  
(83) 3260-0000 - Contato: revistaancoraufpb@gmail.com

**PARECERISTAS AD HOC**

- Prof<sup>a</sup>. Dr<sup>a</sup>. Nélia Rodrigues Del BIANCO**  
Universidade de Brasília | Brasil
- Prof. Dr. Luã José Vaz CHAGAS**  
Universidade Federal de Mato Grosso | Brasil
- Prof. Dr. Bruno Araujo TORRES**  
Faculdade de Viçosa | Brasil
- Prof. Dr. Felipe Viero Kolinski MACHADO**  
Universidade Federal de Ouro Preto | Brasil
- Prof<sup>a</sup>. Dr<sup>a</sup>. Sheila Mendes ACCIOLY**  
Universidade Federal da Paraíba | Brasil
- Prof. Dr. Ismar Capistrano Costa FILHO**  
Universidade Federal do Ceará | Brasil
- Prof<sup>a</sup>. Dr<sup>a</sup>. Patrícia Paixão de Oliveira LEITE**  
Universidade Federal de Pernambuco | Brasil
- Prof<sup>a</sup>. Dr<sup>a</sup>. Eliana Cristina Paula Tenório de ALBUQUERQUE**  
Universidade Estadual de Santa Cruz | Brasil
- Prof<sup>a</sup>. Dr<sup>a</sup>. Débora BURINI**  
Universidade Federal de São Carlos | Brasil
- Prof<sup>a</sup>. Dr<sup>a</sup>. Débora Cristina LOPEZ**  
Universidade Federal de Ouro Preto | Brasil
- Prof<sup>a</sup>. Dr<sup>a</sup>. Goretti Maria Sampaio de FREITAS**  
Universidade Estadual da Paraíba | Brasil
- Prof<sup>a</sup>. Dr<sup>a</sup>. Edilene Mafra Mendes de OLIVEIRA**  
UNINORTE | Brasil
- Prof<sup>a</sup>. Dr<sup>a</sup>. Livia Moreira BARROSO**  
Universidade Federal do Sul e Sudeste do Pará | Brasil
- Prof. Dr. Pedro Serico Vaz FILHO**  
Universidade Anhembi Morumbi | Brasil
- Prof<sup>a</sup>. Dr<sup>a</sup>. Regina Lúcia Alves de LIMA**  
Universidade Federal do Pará | Brasil
- Prof<sup>a</sup>. Dr<sup>a</sup>. Suzana Cunha LOPES**  
Universidade Federal do Pará | Brasil
- Prof<sup>a</sup>. Dr<sup>a</sup>. Netília Silva dos Anjos SEIXAS**  
Universidade Federal do Pará | Brasil
- Prof. Dr. Thiago Meneses ALVES**  
Universidade Federal do Piauí | Brasil
- Prof. Dr. Carlos Gustavo Soeiro GUIMARÃES**  
Universidade Federal do Rio Grande do Sul | Brasil
- Prof<sup>a</sup>. Dr<sup>a</sup>. Samária Araújo de ANDRADE**  
Universidade Estadual do Piauí | Brasil
- Prof<sup>a</sup>. Dr<sup>a</sup>. Maria Aparecida de SOUSA**  
Universidade Federal do Ceará | Brasil
- Prof. Dr. Rodrigo Martins ARAGÃO**  
Universidade Federal da Paraíba | Brasil
- Prof. Dr. Marcelo Rodrigo da SILVA**  
Universidade Federal do Amazonas | Brasil
- Prof<sup>a</sup>. Dr<sup>a</sup>. Clarissa Sousa de CARVALHO**  
Universidade Estadual do Piauí | Brasil
- Prof. Dr. Edgard Patrício de Almeida FILHO**  
Universidade Federal do Ceará | Brasil
- Prof. Dr. Adriano Lopes GOMES**  
Universidade Federal do Rio Grande do Norte | Brasil
- Prof. Dr. Antonio ADAMI**  
Universidade Paulista | Brasil
- Prof. Dr. Marcelo KISCHINHEVSKY**  
Universidade Federal do Rio de Janeiro | Brasil
- Prof. Dr. João Batista de Abreu JUNIOR**  
Universidade Federal Fluminense | Brasil
- Prof. Dr. Mirian Redin de QUADROS**  
Universidade Federal de Santa Maria | Brasil
- Prof<sup>a</sup>. Dr<sup>a</sup>. Maria Ataíde MALCHER**  
Universidade Federal do Pará | Brasil

**CONSELHO CIENTÍFICO**

- Profª. Drª. Adelaide Alves DIAS**  
 Universidade Federal da Paraíba | Brasil
- Prof. Dr. Adilson Vaz CABRAL FILHO**  
 Universidade Federal Fluminense | Brasil
- Profª. Drª. Adriana Cristina Omena dos SANTOS**  
 Universidade Federal de Uberlândia | Brasil
- Prof. Dr. Adriano Duarte RODRIGUES**  
 Universidade Nova de Lisboa | Portugal
- Prof. Dr. Adriano Lopes GOMES**  
 Universidade Federal do Rio Grande do Norte | Brasil
- Prof. Dr. Afonso de ALBUQUERQUE**  
 Universidade Federal Fluminense | Brasil
- Prof. Dr. Alexandre Almeida BARBALHO**  
 Universidade Estadual do Ceará | Brasil
- Prof. Dr. Alfredo VIZEU**  
 Universidade Federal de Pernambuco | Brasil
- Profª. Drª. Aline do Amaral Garcia STRELOW**  
 Universidade Federal do Rio Grande do Sul | Brasil
- Prof. Dr. Álvaro Nunes LARANGEIRA**  
 Universidade Tuiuti do Paraná | Brasil
- Prof. Dr. Amarildo Batista CARNICEL**  
 Pontifícia Universidade Católica de Campinas | Brasil
- Profª. Drª Ana Carolina ESCOSTEGUY**  
 Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul | Brasil
- Profª. Drª. Ana Carolina Rocha Pessoa TEMER**  
 Universidade Federal de Goiás | Brasil
- Profª. Drª. Ana Lúcia Medeiros BATISTA**  
 Bolsista de Desenvolvimento Científico Regional/CNPQ | UFPB | Brasil
- Prof. Dr. André BRASIL**  
 Universidade Federal de Minas Gerais | Brasil
- Prof. Dr. André VILLAS-BOAS**  
 Universidade Federal do Rio de Janeiro | Brasil
- Profª. Drª. Andréa França MARTINS**  
 Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro | Brasil
- Profª. Drª. Ângela Cristina Salgueiro MARQUES**  
 Universidade Federal de Minas Gerais | Brasil
- Profª. Drª. Anita SIMIS**  
 Universidade Estadual Paulista | Brasil
- Prof. Dr. Antônio Francisco Ribeiro de FREITAS**  
 Universidade Federal de Alagoas | Brasil
- Prof. Dr. Antônio FAUSTO NETO**  
 Universidade do Vale do Rio dos Sinos | Brasil
- Prof. Dr. Arlindo Ornelas FIGUEIRA NETO**  
 Universidade de São Paulo | Brasil
- Prof. Dr. Armando Silva TELLEZ**  
 Universidad Externado de Colombia | Colômbia
- Profª. Drª. Beatriz BECKER**  
 Universidade Federal do Rio de Janeiro | Brasil
- Prof. Dr. Bruno CAMPANELLA**  
 Universidade Federal Fluminense | Brasil
- Profª. Drª. Cárilda EMERIM**  
 Universidade Federal de Santa Catarina | Brasil
- Prof. Dr. Carlos Arcila CALDERÓN**  
 Universidad de Salamanca | Espanha
- Prof. Dr. Carlos Eduardo FRANCISCATO**  
 Universidade Federal de Sergipe | Brasil
- Prof. Dr. Carlos Frederico de Brito D'ANDREA**  
 Universidade Federal de Minas Gerais | Brasil
- Prof. Dr. Carlos PERNISA JUNIOR**  
 Universidade Federal de Juiz de Fora | Brasil
- Profª. Drª. Christa Liselotte Berger Ramos KUSCHICK**  
 Universidade do Vale do Rio dos Sinos | Brasil
- Profª. Drª. Claudia Irene de QUADROS**  
 Universidade Federal do Paraná | Brasil
- Prof. Dr. Cláudio Cardoso de PAIVA**  
 Universidade Federal da Paraíba | Brasil
- Profª. Drª. Cosette Espíndola de CASTRO**  
 Universidade Católica de Brasília | Brasil
- Profª. Drª. Cremilda MEDINA**  
 Universidade de São Paulo | Brasil
- Prof. Dr. Danilo ROTHBERG**  
 Universidade Estadual Paulista | Brasil
- Prof. Dr. Demétrio de Azeredo SOSTER**  
 Universidade de Santa Cruz do Sul | Brasil
- Prof. Dr. Denis Porto RENÓ**  
 Universidade Estadual Paulista Júlio de Mesquita Filho | Brasil
- Profª. Drª. Denise COGO**  
 Escola Superior de Propaganda e Marketing | Brasil
- Profª. Drª. Denise da Costa Oliveira SIQUEIRA**  
 Universidade do Estado do Rio de Janeiro | Brasil
- Profª. Drª. Denise Tavares da SILVA**  
 Universidade Federal Fluminense | Brasil
- Profª. Drª. Denise Correa ARAÚJO**  
 Universidade Tuiuti do Paraná | Brasil
- Profª. Drª. Dóris Fagundes HAUSSEN**  
 Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul | Brasil
- Profª. Drª. Dulcília Helena Schroeder BUITONI**  
 Faculdade Casper Líbero | Brasil
- Prof. Dr. Edgard Patrício de ALMEIDA FILHO**  
 Universidade Federal do Ceará | Brasil
- Prof. Dr. Edônio Alves do NASCIMENTO**  
 Universidade Federal da Paraíba | Brasil
- Prof. Dr. Edson Fernando DALMONTE**  
 Universidade Federal da Bahia | Brasil
- Prof. Dr. Eduardo MEDITSCH**  
 Universidade Federal de Santa Catarina | Brasil
- Prof. Dr. Eduardo VICENTE**  
 Universidade de São Paulo | Brasil
- Prof. Dr. Edvaldo Pereira LIMA**  
 Universidade de São Paulo | Brasil
- Prof. Dr. Elias Machado GONÇALVES**  
 Universidade Federal de Santa Catarina | Brasil
- Prof. Dr. Eliseo VERÓN**  
*In memoriam*
- Prof. Dr. Ericson SAINT CLAIR**  
 Universidade Federal Fluminense | Brasil
- Profª. Drª. Fernanda MARTINELLI**  
 Universidade de Brasília | Brasil
- Prof. Dr. Fernando Albano Maia de Magalhães ILHARCO**  
 Universidade Católica Portuguesa | Portugal
- Prof. Dr. Fernando Antonio CROCOMO**  
 Universidade Federal de Santa Catarina | Brasil
- Prof. Dr. Fernando Antônio Dias ZAMITH**  
 Universidade do Porto | Portugal
- Prof. Dr. Fernando Antônio RESENDE**  
 Universidade Federal Fluminense | Brasil
- Prof. Dr. Fernando Firmino da SILVA**  
 Universidade Estadual da Paraíba | Brasil
- Prof. Dr. Fernando GONÇALVES**  
 Universidade do Estado do Rio de Janeiro | Brasil
- Prof. Dr. Fernão Vitor Pessoa de Almeida RAMOS**  
 Universidade Estadual de Campinas | Brasil
- Prof. Dr. Flávio Antônio Camargo PORCELLO**  
 Universidade Federal do Rio Grande do Sul | Brasil
- Prof. Dr. Francisco de ASSIS**  
 Centro Universitário Fiam-Faam | Brasil
- Prof. Dr. Francisco Gilson Rebouças PÔRTO JÚNIOR**  
 Universidade Federal do Tocantins | Brasil
- Prof. Dr. Francisco José Castilhos KARAM**  
 Universidade Federal de Santa Catarina | Brasil
- Prof. Dr. Francisco Laerte Juvêncio MAGALHÃES**  
 Universidade Federal do Piauí | Brasil
- Prof. Dr. Francisco Paulo Jamil Almeida MARQUES**  
 Universidade Federal do Paraná | Brasil
- Profª. Drª. Gabriela BORGES**  
 Universidade Federal de Juiz de Fora | Brasil
- Profª. Drª. Geane Carvalho ALZAMORA**  
 Universidade Federal de Minas Gerais | Brasil
- Prof. Dr. Gerson Luiz MARTINS**  
 Universidade Federal do Mato Grosso do Sul | Brasil
- Prof. Dr. Gilberto ALEXANDRE SOBRINHO**  
 Universidade Estadual de Campinas | Brasil
- Profª. Drª. Giovana Borges MESQUITA**  
 Universidade Federal do Maranhão | Brasil
- Profª. Drª. Graça CALDAS**  
 Universidade Estadual de Campinas | Brasil
- Profª. Drª. Graziela Soares BIANCHI**  
 Universidade Estadual de Ponta Grossa | Brasil
- Prof. Dr. Guido Lemos de SOUZA FILHO**  
 Universidade Federal da Paraíba | Brasil
- Prof. Dr. Heitor Costa Lima da ROCHA**  
 Universidade Federal de Pernambuco | Brasil
- Profª. Drª. Irene MACHADO**  
 Universidade de São Paulo | Brasil
- Profª. Drª. Isabel Ferin CUNHA**  
 Universidade de Coimbra | Portugal
- Profª. Drª. Jacques Alkalai WAINBERG**  
 Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul | Brasil
- Prof. Dr. Jairo FERREIRA**  
 Universidade do Vale do Rio dos Sinos | Brasil
- Prof. Dr. Jesús Miguel Flores VIVAR**  
 Universidad Complutense de Madrid | Espanha
- Prof. Dr. João Batista de ABREU JUNIOR**  
 Universidade Federal Fluminense | Brasil
- Prof. Dr. João CANAVILHAS**  
 Universidade Beira do Interior | Portugal
- Prof. Dr. João Carlos MASSAROLO**  
 Universidade Federal de São Carlos | Brasil
- Prof. Dr. João Guilherme BARONE Reis e Silva**  
 Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul | Brasil
- Prof. Dr. João SOMMA NETO**  
 Universidade Federal do Paraná | Brasil
- Prof. Dr. Jorge Alejandro GONZÁLEZ**  
 Universidad Nacional Autónoma de México | México
- Prof. Dr. Jorge CARDOSO FILHO**  
 Universidade Federal do Recôncavo da Bahia | Brasil
- Prof. Dr. Jorge Kanehide IJUIM**  
 Universidade Federal de Santa Catarina | Brasil
- Prof. Dr. Jorge Pedro Almeida Silva e SOUSA**  
 Universidade Fernando Pessoa | Portugal
- Prof. Dr. Jorge Trinidad Ferraz de ABREU**  
 Universidade de Aveiro | Portugal
- Prof. Dr. José Antônio Marques MOREIRA**  
 Universidade Aberta (UAb) | Portugal
- Prof. Dr. José Carlos MARQUES**  
 Universidade Estadual Paulista | Brasil
- Prof. Dr. Josenildo Luiz GUERRA**  
 Universidade Federal de Sergipe | Brasil
- Prof. Dr. Juciano de Sousa LACERDA**  
 Universidade Federal do Rio Grande do Norte | Brasil
- Profª. Drª. Juliana Colussi RIBEIRO**  
 Universidade Estadual de Ponta Grossa | Brasil

## CONSELHO CIENTÍFICO

- Prof. Dr. Juliano Maurício de CARVALHO**  
Universidade Estadual Paulista | Brasil
- Prof. Dr. Júlio PINTO**  
Pontifícia Universidade Católica de Minas Gerais | Brasil
- Prof. Dr. Koldo MESO**  
Universidad del País Vasco | Espanha
- Prof. Dr. Lauer Alves Nunes dos SANTOS**  
Universidade Federal de Pelotas | Brasil
- Profª. Drª. Lídia Oliveira SILVA**  
Universidade de Aveiro | Portugal
- Prof. Dr. Lionel Brossi GARAVAGLIA**  
Universidad de Chile | Chile
- Profª. Drª. Lívia Cirne de Azevêdo PEREIRA**  
Universidade Federal do Maranhão | Brasil
- Prof. Dr. Lorenzo Vilches MANTEROLA**  
Universidad Autónoma de Barcelona | Espanha
- Profª. Drª. Lorena Peret Teixeira TÁRCIA**  
Centro Universitário de Belo Horizonte | Brasil
- Profª. Drª. Lúcia Helena Ventrúsculo POSSARI**  
Universidade Federal de Mato Grosso | Brasil
- Profª. Drª. Lúcia SANTA CRUZ**  
Escola Superior de Propaganda e Marketing | Brasil
- Profª. Drª. Luciana MIELNICZUK *In memoriam***  
Universidade Federal de Rio Grande do Sul | Brasil
- Profª. Drª. Luciane Fassarella AGNEZ**  
Instituto de Educação Superior de Brasília | Brasil
- Prof. Dr. Luciano GUIMARÃES**  
Universidade de São Paulo | Brasil
- Prof. Dr. Luís Antônio Martins SANTOS**  
Universidade do Minho | Portugal
- Prof. Dr. Luís Mauro Sá MARTINO**  
Faculdade Cásper Líbero | Brasil
- Prof. Dr. Luiz Custódio da SILVA**  
Universidade Estadual da Paraíba | Brasil
- Prof. Dr. Luiz SIGNATES**  
Universidade Federal de Goiás | Brasil
- Profª. Drª. Magnolia Rejane Andrade dos SANTOS**  
Universidade Federal de Alagoas | Brasil
- Profª. Drª. Malgorzata KOLANKOWSKA**  
Escola Filológica de Wrocław | Polónia
- Profª. Drª. Manuela PENAFRIA**  
Universidade da Beira Interior | Portugal
- Profª. Drª. Marcel Vieira Barreto SILVA**  
Universidade Federal da Paraíba | Brasil
- Prof. Dr. Marcelo Didimo Souza VIEIRA**  
Universidade Federal do Ceará | Brasil
- Prof. Dr. Marcelo KISCHINHEVSKY**  
Universidade do Estado do Rio de Janeiro | Brasil
- Prof. Dr. Marcelo Martínez HERMIDA**  
Universidad de Santiago de Compostela | Espanha
- Profª. Drª. Marcia BENETTI**  
Universidade Federal do Rio Grande do Sul | Brasil
- Profª. Drª. Márcia Gomes MARQUES**  
Universidade Federal de Mato Grosso do Sul | Brasil
- Profª. Drª. Márcia Guena dos SANTOS**  
Universidade Estadual da Bahia | Brasil
- Profª. Drª. Marcília Gomes Costa MENDES**  
Universidade Estadual do Rio Grande do Norte | Brasil
- Prof. Dr. Márcio Carneiro dos SANTOS**  
Universidade Federal do Maranhão | Brasil
- Prof. Dr. Márcio Ronaldo Santos FERNANDES**  
Universidade Estadual do Centro-Oeste | Brasil
- Prof. Dr. Marco Antonio BONITO**  
Universidade Federal do Pampa | Brasil
- Prof. Dr. Marcos AMÉRICO**  
Universidade Estadual Paulista | Brasil
- Prof. Dr. Marcos Silva PALACIOS**  
Universidade da Beira Interior - Portugal | Universidade Federal da Bahia | Brasil
- Prof. Dr. Marcus RAMÚSYO**  
Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia do Maranhão | Brasil
- Profª. Drª. Maria Beatriz COLUCCI**  
Universidade Federal de Sergipe | Brasil
- Profª. Drª. Maria Berenice da Costa MACHADO**  
Universidade Federal do Rio Grande do Sul | Brasil
- Profª. Drª. María Constanza Mujica HOLLEY**  
Pontifícia Universidad de Chile | Chile
- Profª. Drª. Maria Cristina GOBBI**  
Universidade Estadual Paulista | Brasil
- Profª. Drª. Maria Elisabete ANTONIOLI**  
Escola Superior de Propaganda e Marketing | Brasil
- Profª. Drª. Maria José BALDESSAR**  
Universidade Federal de Santa Catarina | Brasil
- Profª. Drª. Maria Lúcia BECKER**  
Universidade Estadual de Ponta Grossa | Brasil
- Prof. Dr. Mário CARLÓN**  
Universidad de Buenos Aires | Argentina
- Profª. Drª. Marta Regina MAIA**  
Universidade Federal de Ouro Preto | Brasil
- Prof. Dr. Mateus Yuri Ribeiro da Silva PASSOS**  
Faculdade Cásper Líbero | Brasil
- Prof. Dr. Mauro de Souza VENTURA**  
Universidade Estadual Paulista | Brasil
- Prof. Dr. Michele Goulart MASSUCHIN**  
Universidade Federal do Maranhão | Brasil
- Prof. Dr. Michele NEGRINI**  
Universidade Federal de Pelotas | Brasil
- Prof. Dr. Miguel WIÑAZKI**  
Universidad de San Andrés | Argentina
- Profª. Drª. Mirian Estela Nogueira TAVARES**  
Universidade do Algarve | Portugal
- Profª. Drª. Miriam Moema Filgueira PINHEIRO**  
Universidade Federal do Rio Grande do Norte | Brasil
- Profª. Drª. Mirna TONUS**  
Universidade Federal de Uberlândia | Brasil
- Profª. Drª. Monica MARTINEZ**  
Universidade de Sorocaba | Brasil
- Prof. Dr. Muniz SODRÉ**  
Universidade Federal do Rio de Janeiro | Brasil
- Profª. Drª. Natalia Raimondo ANSELMINO**  
Universidad Nacional de Rosario | Argentina
- Profª. Drª. Nelia Rodrigues DEL BIANCO**  
Universidade de Brasília | Brasil
- Profª. Drª. Patrícia Rebelo da SILVA**  
Universidade do Estado do Rio de Janeiro | Brasil
- Prof. Dr. Paulo Eduardo Silva Lins CAJAZEIRA**  
Universidade Federal do Cariri | Brasil
- Prof. Dr. Pedro Nunes Filho**  
Universidade Federal da Paraíba | Brasil
- Profª. Drª. Pollyana Ferrari TEIXEIRA**  
Pontifícia Universidade Católica de São Paulo | Brasil
- Prof. Dr. Rafael de Luna FREIRE**  
Universidade Federal Fluminense | Brasil
- Profª. Drª. Raquel RECUERO**  
Universidade Católica de Pelotas | Brasil
- Profª. Drª. Regina GOMES**  
Universidade Federal da Bahia | Brasil
- Profª. Drª. Regiane Miranda de Oliveira NAKAGAWA**  
Universidade Federal do Recôncavo da Bahia | Brasil
- Prof. Dr. Ricardo Ferreira FREITAS**  
Universidade do Estado do Rio de Janeiro | Brasil
- Prof. Dr. Rodrigo do Espírito Santo da CUNHA**  
Universidade Federal de Pernambuco | Brasil
- Prof. Dr. Rogério Luiz COVALESKI**  
Universidade Federal de Pernambuco | Brasil
- Profª. Drª. Rosana Cabral ZUCOLO**  
Centro Universitário Franciscano | Brasil
- Profª. Drª. Rosana de Lima SOARES**  
Universidade de São Paulo | Brasil
- Profª. Drª. Rossana Viana GAIA**  
Instituto Federal de Alagoas | Brasil
- Prof. Dr. Sebastião Carlos de Morais SQUIRRA**  
Universidade Metodista de São Paulo | Brasil
- Prof. Dr. Sebastião Faustino PEREIRA FILHO**  
Universidade Federal do Rio Grande do Norte | Brasil
- Prof. Dr. Sérgio Arruda de MOURA**  
Universidade Estadual do Norte Fluminense Darcy Ribeiro | Brasil
- Prof. Dr. Sérgio Luiz GADINI**  
Universidade Estadual de Ponta Grossa | Brasil
- Profª. Drª. Silvana LOUZADA**  
Universidade Federal do Rio de Janeiro | Brasil
- Prof. Dr. Silvano Alves Bezerra da SILVA**  
Universidade Federal do Maranhão | Brasil
- Profª. Drª. Simone Maria ROCHA**  
Universidade Federal de Minas Gerais | Brasil
- Profª. Drª. Sonia Aguiar LOPES**  
Universidade Federal de Sergipe | Brasil
- Profª. Drª. Sonia Virginia MOREIRA**  
Universidade Estadual do Rio de Janeiro | Brasil
- Profª. Drª. Suely Maria Maux DIAS**  
Universidade Federal da Paraíba | Brasil
- Profª. Drª. Suzana KILPP**  
Universidade do Vale do Rio dos Sinos | Brasil
- Profª. Drª. Suzana Oliveira BARBOSA**  
Universidade Federal da Bahia | Brasil
- Profª. Drª. Taciana de Lima BURGOS**  
Universidade Federal do Rio Grande do Norte | Brasil
- Prof. Dr. Thiago SOARES**  
Universidade Federal de Pernambuco | Brasil
- Prof. Dr. Valdecir BECKER**  
Universidade Federal da Paraíba | Brasil
- Profª. Drª. Valquíria Aparecida Passos KNEIPP**  
Universidade Federal do Rio Grande do Norte | Brasil
- Profª. Drª. Veronica STIGGER**  
Fundação Armando Álvares Penteado | Brasil
- Profª. Drª. Virginia Pradellina da Silveira FONSECA**  
Universidade Federal do Rio Grande do Sul | Brasil
- Profª. Drª. Viviane BORELLI**  
Universidade Federal de Santa Maria | Brasil
- Profª. Drª. Zélia Leal ADGHIRINI**  
Universidade de Brasília | Brasil
- Prof. Dr. Walter Teixeira LIMA JUNIOR**  
Universidade Metodista de São Paulo | Brasil
- Prof. Dr. Washington José de SOUZA FILHO**  
Universidade Federal da Bahia | Brasil
- Prof. Dr. Wellington José de Oliveira PEREIRA**  
Universidade Federal da Paraíba | Brasil
- Prof. Dr. Wilson da Costa BUENO**  
Universidade Metodista de São Paulo | Brasil
- Prof. Dr. Wilton GARCIA**  
Universidade de Sorocaba | Brasil
- Prof. Dr. Yuji GUSHIKEN**  
Universidade Federal do Mato Grosso | Brasil

- 11** TENDÊNCIAS E PERSPECTIVAS DO RADIOJORNALISMO NOS 100 ANOS DE RADIODIFUSÃO NO BRASIL: do local ao transnacional  
**TRENDS AND PERSPECTIVES OF RADIOJOURNALISM IN THE 100 YEARS OF BROADCASTING IN BRAZIL: from local to transnational**  
Norma Meireles • Paulo Fernando LOPES • Nair Prata • Paula PAES

**EIXO TEMÁTICO | Thematic Dossier | Dossier Temático | Dossier thématique**

- 19** ALTERAÇÕES NO FORMATO DA REPORTAGEM NO PROGRAMA CHAMADA GERAL, DA GAÚCHA, DE PORTO ALEGRE: dos anos 1980 até a contemporaneidade  
**CHANGES IN THE FORMAT OF THE REPORT IN THE PROGRAM CHAMADA GERAL, OF GAÚCHA, FROM PORTO ALEGRE: from the 1980s to the contemporary**  
Léo Henrique Saballa JÚNIOR • Luiz Artur FERRARETTO
- 39** RÁDIOS DA REGIÃO NORDESTE DO BRASIL: as histórias narradas nos artigos da Alcar  
**RADIO STATIONS IN THE NORTHEAST REGION OF BRAZIL: the stories narrated in Alcar's papers**  
Izani MUSTAFÁ • Roseane ARCANJO • Nayane de BRITO
- 66** A NARRAÇÃO ESPORTIVA NO RÁDIO DO BRASIL: uma proposta de periodização histórica  
**SPORTS NARRATION ON RADIO IN BRAZIL: a proposal for historical periodization**  
Ciro Augusto Francisconi GÖTZ
- 87** A MODULAÇÃO DO DISCURSO DO RADIOJORNALISMO DIANTE DA INTERNET  
**THE MODULATION OF THE SPEECH OF RADIOJOURNALISM IN THE INTERNET**  
Alvaro Bufarah JÚNIOR
- 105** RADIOJORNALISMO UNIVERSITÁRIO NO CONTEXTO DO RÁDIO EXPANDIDO E DO JORNALISMO MULTIPLATAFORMA: práticas de ensino no programa Espaço Experimental da UFPB  
**UNIVERSITY RADIO JOURNALISM IN THE CONTEXT OF EXPANDED RADIO AND MULTIPLATFORM JOURNALISM: teaching practices in the program Espaço Experimental of UFPB**  
Patrícia MONTEIRO • Luís Augusto MENDES
- 125** RADIOJORNALISMO PÚBLICO: reflexões sobre aspectos tensionadores do serviço à luz do método compreensivo  
**PUBLIC RADIOJOURNALISM: reflections on tensioning aspects of service in the light of the comprehensive method**  
Elton Bruno PINHEIRO
- 155** O COMEÇO DO RADIOJORNALISMO NA AMAZÔNIA: o mapeamento das primeiras iniciativas nos estados da região Norte  
**THE BEGINNING OF RADIO JOURNALISM IN THE AMAZON: the mapping of the first initiatives in the states of the North region**  
Abinoan SANTIAGO • Paula Melani ROCHA

SUMÁRIO

- 174** O RADIOJORNALISMO NA CIDADE DE PALMAS: uma análise da atuação de seis rádios sobre suas contribuições para cidadania  
**RADIOJOURNALISM IN THE CITY OF PALMAS: an analysis of the performance of six radio stations about their contributions to citizenship**  
Valquíria Guimarães da SILVA
- 196** A VOZ DO BRASIL FAZ 85 ANOS: a história do programa de rádio mais antigo do país a partir da noção de Comunicação Pública  
**A VOZ DO BRASIL TURNS 85: history of Brazil's oldest radio show under a public communication point of view**  
Alessandra BASTOS • Florence Marie DRAVET
- 220** DO TRANSISTOR AO CELULAR: anotações históricas sobre transformações da reportagem radiofônica a partir de tecnologias  
**FROM TRANSISTOR TO CELL PHONE: historical notes on transformations of radio reportage using Technologies**  
Valci Regina Mousquer ZUCULOTO • Arnaldo ZIMMERMANN
- 239** O HIPER-RÁDIO COMO AGENTE MEDIATIZADOR: um estudo da final da CONMEBOL 2019  
**THE HYPER-RADIO AS A MEDIATIZING AGENT: a study of the CONMEBOL 2019 final**  
Valquíria Passos KNEIPP • Luciana Mendes FONSECA
- 263** INFLUÊNCIA DOS ASPECTOS REGIONAIS E LOCAIS NO CONSUMO DE WEB RÁDIO, NO MUNICÍPIO DE DOURADOS (MS)  
**INFLUENCE OF REGIONAL AND LOCAL ASPECTS ON WEB RADIO CONSUMPTION, IN DOURADOS (MS)**  
Daniela Cristiane OTA • Aline de Oliveira SILVA
- 280** RÁDIO WEB UFN: práticas e perspectivas de uma web rádio universitária  
**Rádio Web UFN: practices and perspectives of an university web radio**  
Carla Simone Doyle TORRES
- 301** AS CARACTERÍSTICAS DO OUVINTE DE RÁDIO CONTEMPORÂNEO NA PERSPECTIVA DAS PESQUISAS RADIOFÔNICAS BRASILEIRAS  
**THE CHARACTERISTICS OF THE RADIO LISTENER IN BRAZIL FROM THE PERSPECTIVE OF RADIO RESEARCH**  
Bruno BALACÓ • Edgard PATRÍCIO
- 322** O OUVINTE E A MESA-REDONDA ESPORTIVA NO RÁDIO: uma extensão do “papo de bar”  
**THE LISTENER AND THE SPORTS ROUNDTABLE ON THE RADIO: an extension of the “bar talk”**  
Carlos GUIMARÃES
- 342** INTERAÇÃO ENTRE OUVINTES E EMISSORAS DE RÁDIO POR MEIO DAS MÍDIAS SOCIAIS: o caso da Região Cealeiro (RS)  
**INTERACTION BETWEEN LISTENERS AND RADIO STATIONS THROUGH SOCIAL MEDIA: the case of the Região Cealeiro (RS)**  
Lídia Paula TRENTIN
- 360** A FUNÇÃO SOCIAL DO RÁDIO LOCAL ENTRE DESERTOS DE NOTÍCIA E ZONAS DE SILÊNCIO: reverberações da migração AM – FM  
**THE SOCIAL ROLE OF LOCAL RADIO BETWEEN DESERTS OF NEWS AND SILENCE ZONES: reverberations of AM - FM migration**  
Rafael MEDEIROS

- 379** DO AM AO FM: uma análise da programação das rádios Caçula e Difusora Pantanal de Mato Grosso do Sul)  
**FROM AM TO FM: an analysis of the programming of Caçula and Difusora Pantanal radio stations in Mato Grosso do Sul**  
Hélder Samuel dos Santos LIMA
- 411** NAS ONDAS CURTAS DO COSMOPOLITISMO: Programa Casé e as origens do rádio comercial brasileiro  
**ON THE SHORT WAVES OF COSMOPOLITANISM: Casé Program and the origins of the Brazilian commercial radio**  
Michele Wadja FARIAS • Thiago SOARES
- 434** RÁDIO MESMICE: O descontentamento com a programação das rádios como impulso para a prática da pirataria musical (1980-1981)  
**RADIO SAMENESS: Discontent with radio programming as an impetus for the practice of musical piracy (1980-1981)**  
Enio Everton A. VIEIRA
- 454** 47 ANOS DE FEIRA DO SOM E A RECONFIGURAÇÃO DA NARRATIVA MUSICAL: produção de sentidos na Rádio Cultura Pará  
**47 YEARS OF FEIRA DO SOM AND THE MUSICAL NARRATIVE RECONFIGURATION: production of meanings at Rádio Cultura Pará**  
Jússia VENTURA • Lídia RODARTE • Alda COSTA
- 474** ENTREVISTA com Madalena Oliveira | **INTERVIEW with Madalena Oliveira**
- RADIOJORNALISMO E OS VÁRIOS MODOS DA EXPERIÊNCIA SONORA: identidade, diversidade e pesquisa acadêmica nos novos contextos tecnológicos**  
**RADIOJOURNALISM AND THE VARIOUS MODES OF THE SOUND EXPERIENCE: identity, diversity, and academic research in the new technological contexts**  
Norma MEIRELES • Paulo Fernando LOPES • Nair PRATA

**PAUTA LIVRE | Free Theme Journalism | Temas Libres en el Periodismo**

- 493** A IMPRENSA ALTERNATIVA COMO ALIADA AO MOVIMENTO FEMINISTA DURANTE A DITADURA MILITAR NO BRASIL: uma análise no jornal Nós Mulheres  
**THE ALTERNATIVE PRESS AS ALLIED TO THE FEMINIST MOVEMENT DURING THE MILITARY DICTATORSHIP IN BRAZIL: an analysis of the Us Women journal**  
Marina Solon Fernandes Torres MARTINS • Marcia Vidal NUNES
- 511** LE JOURNALISME LITTERAIRE ET LE PERSONNAGE: un nouveau rapport d'altérité entre l'auteur et la source journalistique  
**JORNALISMO LITERÁRIO E PERSONAGEM: uma nova relação de alteridade entre o autor e a fonte jornalística**  
Ailton SOBRINHO



## TENDÊNCIAS E PERSPECTIVAS DO RADIOJORNALISMO NOS 100 ANOS DE RADIODIFUSÃO NO BRASIL: do local ao transnacional

### TRENDS AND PERSPECTIVES OF RADIOJOURNALISM IN THE 100 YEARS OF BROADCASTING IN BRAZIL: from local to transnational

**A** Revista Latino-americana de Jornalismo – **ÂNCORA** traz, neste primeiro semestre de 2020, o dossiê temático intitulado **“TENDÊNCIAS E PERSPECTIVAS DO RADIOJORNALISMO NOS 100 ANOS DE RADIODIFUSÃO NO BRASIL: DO LOCAL AO TRANSNACIONAL”**. Em sua décima segunda edição [vol. 7, nº1], a Revista convidou os pesquisadores Norma Meireles (UFPB), Paulo Fernando de Carvalho Lopes (UFPI) e Nair Prata (UFOP) que são membros do Grupo de Pesquisa de Rádio e Mídia Sonora a Intercom e realizam estudos sobre a temática do dossiê.

No Brasil, o rádio está comemorando cem anos de existência no período de 1919 a 2021 considerando tanto as transmissões do Nordeste quanto do Sudeste. Neste centenário do rádio que começou com o galena e atualmente se reinventa, a partir do digital, com novos modos de produção, circulação, recepção e armazenamento, modelos de negócio, ambiências, suportes, dispositivos; enfim, o meio se modifica em diferentes perspectivas no cenário atual.

Essa dinâmica é propícia para pensar as tendências e as perspectivas do rádio numa abordagem que abranja reflexões sobre o lugar do rádio e do radiojornalismo nos âmbitos do local, regional, nacional, transnacional e transfronteiriço. Sem ter a ousadia de uma prospecção sobre o futuro do rádio e o jornalismo no meio, este dossiê incentivou a reflexão de

pesquisadores sobre esse momento de passagem do atual para o devir, que reconfigura modos de fazer e escutar na radiodifusão sonora.

Desta forma, a Revista apresenta um dossiê com múltiplas perspectivas em artigos de pesquisadoras e pesquisadores de diferentes universidades de todas as regiões do país: Universidade Federal do Pará; Universidade Federal do Maranhão, Universidade Federal do Ceará, Universidade Federal do Rio Grande do Norte; Universidade Federal da Paraíba, Universidade Federal de Pernambuco; Universidade Maurício de Nassau; Universidade Federal de Goiás; Universidade Católica de Brasília; Universidade de Brasília; Universidade Federal do Tocantins; Universidade Federal de Mato Grosso do Sul; Universidade Presbiteriana Mackenzie de São Paulo; Universidade Federal de Santa Catarina; Universidade Federal do Rio Grande do Sul; Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul, Universidade Estadual de Ponta Grossa; Universidade Franciscana; Universidade Federal de Santa Maria e Universidade Tuiuti do Paraná.

Na sua totalidade, 21 artigos compõem o Dossiê Temático e dois o Pauta Livre, além da entrevista com a professora doutora Madalena Oliveira, da Universidade do Minho - Portugal. A publicação está dividida em seis eixos temáticos: 1) aspectos históricos do rádio; 2) radiojornalismo: discurso, universitário, público, cidadania; 3) o rádio e a Tecnologia; 4) ouvinte de rádio; 5) migração do AM-FM; e 6) o rádio e pirataria musical, cultura e programação. É mister destacar que os eixos temáticos não representam rupturas entre as pesquisas, pelo contrário, podemos perceber a transversalidade entre os tópicos, objetos, metodologias e olhares.

Abrimos este dossiê especial sobre os 100 anos da radiodifusão no Brasil com o **artigo** "ALTERAÇÕES NO FORMATO DA REPORTAGEM NO PROGRAMA CHAMADA GERAL, DA GAÚCHA, DE PORTO ALEGRE: dos anos 1980 até a contemporaneidade", escrito por Léo Henrique Saballa Júnior, Luiz Artur Ferraretto, (UFRS). O texto analisa reportagens das décadas de

1980 a 2010, no contexto da mudança da fase de segmentação para a de convergência. Procura entender as variações na forma apresentação, detectando “a passagem de um modelo de reportagem gravada e montada para outro integralmente ao vivo e mais coloquial.”

“RÁDIOS DA REGIÃO NORDESTE DO BRASIL: as histórias narradas nos artigos da Alcar”, de autoria de Izani Mustafá, Roseane Arcanjo e Nayane de Brito (UFMA; UFSC) é o **segundo artigo**. A pesquisa mapeia os estudos sobre o rádio nordestino a partir dos encontros da Associação Brasileira de Pesquisadores em História da Mídia nos âmbitos nacional e regional. A análise mostra a preponderância dos enfoques histórico e memorialista nas pesquisas sobre as emissoras nordestinas.

O **terceiro texto**, “A NARRAÇÃO ESPORTIVA NO RÁDIO DO BRASIL: uma proposta de periodização histórica”, foi escrito por Ciro Augusto Francisconi Götz (PUC – RS). O artigo, no diálogo com economia política da comunicação, com teoria da história, e modelos de periodização da história do rádio no Brasil, busca estabelecer uma linha do tempo no rádio esportivo brasileiro com enfoque específico na narração.

O **quarto artigo** é “A MODULAÇÃO DO DISCURSO DO RADIOJORNALISMO DIANTE DA INTERNET”, tem autoria de Álvaro Bufarah Júnior (Universidade Presbiteriana Mackenzie de São Paulo) e abre o eixo temático sobre o radiojornalismo. O texto destaca a relação entre rádio e internet e consequentes alterações nos modos de produção, transmissão e consumo, evidenciando transições para uma comunicação mais informal sob a influenciada das redes sociais.

No **quinto artigo**, Patrícia Monteiro (UFPB) e Luís Augusto Mendes (UNINASSAU) destacam o “RADIOJORNALISMO UNIVERSITÁRIO NO CONTEXTO DO RÁDIO EXPANDIDO E DO JORNALISMO MULTIPLATAFORMA: práticas de ensino no programa Espaço Experimental da UFPB”. O texto explicita práticas de ensino utilizadas quando o produto

laboratorial Espaço Experimental, veiculado anteriormente no rádio de antena, vai para o streaming, expandindo-se.

“RADIOJORNALISMO PÚBLICO: reflexões sobre aspectos tensionadores do serviço à luz do método compreensivo”, de Elton Bruno Pinheiro (UnB), é o **sexto artigo** do dossiê. O trabalho, que analisa aspectos históricos, sociopolíticos e culturais do radiojornalismo público brasileiro na contemporaneidade, identifica nas circunstâncias embrionárias do Serviço de Radiodifusão Pública brasileiro os elementos de tensão que impactam nas práticas atuais do radiojornalismo público nacional.

Já o **sétimo texto**, intitulado “O COMEÇO DO RADIOJORNALISMO NA AMAZÔNIA: o mapeamento das primeiras iniciativas nos estados da região Norte”, tem autoria de Abinoan Santiago (UFSC) e Paula Melani Rocha (UEPG). O trabalho utiliza pesquisa documental e história oral para encontrar distinções históricas do princípio o rádio nos estados na região Norte.

Valquíria Guimarães da SILVA (UFT) escreveu o **oitavo artigo** deste dossiê: “O RADIOJORNALISMO NA CIDADE DE PALMAS: uma análise da atuação de seis rádios sobre suas contribuições para cidadania”. A autora faz um estudo da programação de seis emissoras de Palmas entre 2017 e 2018. Mesmo destacando a importância e o potencial do meio, a análise aponta para uma baixa contribuição da programação radiofônica no que diz respeito à promoção da cidadania.

Na sequência, encerrando o segundo eixo temático, o **nono texto** é “A VOZ DO BRASIL FAZ 85 ANOS: a história do programa de rádio mais antigo do país a partir da noção de Comunicação Pública”, que tem como autoras Alessandra Bastos e Florence Marie Dravet (UCB). As pesquisadoras destacam a relação rádio e política através da história programa A Voz do Brasil, enfocando o conceito de Comunicação Pública.

Dando início ao terceiro eixo temático, o rádio e a tecnologia, temos

o **décimo artigo**: “DO TRANSISTOR AO CELULAR: anotações históricas sobre transformações da reportagem radiofônica a partir de tecnologias”, de Valci Regina Mousquer Zuculoto e Arnaldo Zimmermann (UFRS). Uma pesquisa exploratória com enfoque na relação da tecnologia com as características do meio para pensar a produção do radiojornalismo e sua evolução histórica.

Já as autoras Valquíria Passos Kneipp e Luciana Mendes Fonseca (UFRN) contribuem com o **décimo primeiro artigo**: “O HIPER-RÁDIO COMO AGENTE MEDIATEZADOR: um estudo da final da CONMEBOL 2019”. As pesquisadoras refletem acerca das alterações nas práticas sociais da produção radiofônica a partir do conceito de mediação. O artigo, que é um estudo de caso de cobertura esportiva, aponta para um rádio com crescente integração com o público e com a linguagem hipertextual.

A “INFLUÊNCIA DOS ASPECTOS REGIONAIS E LOCAIS NO CONSUMO DE WEB RÁDIO, NO MUNICÍPIO DE DOURADOS (MS), de Daniela Cristiane Ota e Aline de Oliveira Silva (UFMS), integra o dossiê como o **décimo segundo artigo**. O estudo exploratório busca identificar o perfil de web rádios locais e constata que os gêneros entretenimento, publicitário e jornalístico são dominantes.

O **décimo terceiro texto**, “RÁDIO WEB UFN: práticas e perspectivas de uma web rádio universitária”, foi escrito por Carla Simone Doyle Torres (UFN), que analisa a programação da emissora universitária no período de 2007 a 2019 e observa a transição de uma programação majoritariamente jornalística para predominantemente de entretenimento. O texto reflete acerca da articulação da informação com do entretenimento no ensino e na prática do radiojornalismo.

O **décimo quarto artigo** contempla o eixo quatro que trata da relação ouvinte e rádio. Bruno Balacó e Edgard Patrício (UFC), no artigo “AS CARACTERÍSTICAS DO OUVINTE DE RÁDIO CONTEMPORÂNEO NA

PERSPECTIVA DAS PESQUISAS RADIOFÔNICAS BRASILEIRAS” identificam as características do ouvinte de rádio contemporâneo a partir de um levantamento histórico de pesquisas acadêmicas sobre o papel da audiência radiofônica no País até chegar aos ouvinte internauta (LOPEZ, 2010), ouvinte fiel (PRATA, 2002) e ouvinte expandido (FERRAZ, 2019).

Carlos Guimarães (PUC-RS) analisa o comportamento dos ouvintes de quatro programas de mesa redonda no rádio esportivo de Porto Alegre no **décimo quinto artigo** intitulado “O OUVINTE E A MESA-REDONDA ESPORTIVA NO RÁDIO: uma extensão do “papo de bar”. A análise ocorre a partir da participação deles em fóruns de discussão na área de comentários do Facebook. Fechando o eixo quatro, Lidia Paula Trentin (UTP) investiga a interação entre público e emissoras através das mídias sociais das rádios Província 100.7 FM, Querência 89.7 FM e Difusora AM 1350, localizadas na Região Celeiro do Rio Grande do Sul, no **décimo sexto artigo** “INTERAÇÃO ENTRE OUVINTES E EMISSORAS DE RÁDIO POR MEIO DAS MÍDIAS SOCIAIS: o caso da Região Celeiro (RS)”.

A migração do AM-FM, tema do eixo cinco, é abordada por Rafael Medeiros (UFSM), no **décimo sétimo artigo**, “A FUNÇÃO SOCIAL DO RÁDIO LOCAL ENTRE DESERTOS DE NOTÍCIA E ZONAS DE SILÊNCIO: reverberações da migração AM – FM”. O texto reflete sobre o processo de migração do rádio AM para FM e como ele está transformando a estrutura do sistema de radiodifusão brasileiro e trazendo problemas para os ouvintes do interior. O fim da cobertura de rádios locais em zonas rurais ou áreas remotas pode aumentar as zonas de silêncio – cidades sem emissoras de rádio ou televisão – e os desertos de notícia – cidades sem cobertura midiática local. No **décimo oitavo artigo**, “DO AM AO FM: uma análise da programação das rádios Caçula e Difusora Pantanal de Mato Grosso do Sul”, Hélder Samuel dos Santos Lima (UFG) faz um estudo comparado da nova

configuração da programação das Rádios Caçula e Difusora Pantanal após o processo de migração da faixa AM para FM.

Abrindo o último eixo, deste dossiê, o **décimo nono artigo**, “NAS ONDAS CURTAS DO COSMOPOLITISMO: Programa Casé e as origens do rádio comercial brasileiro”, de Michele Wadja Farias e Thiago Soares (UFPE), faz estudo comparativo do primeiro programa de rádio comercial do Brasil, Programa Casé (1932-1951), da Rádio Phillips (Rio de Janeiro) com o programa The All-Negro Hour (1929-1935), a rádio WSBC (Chicago). O artigo mostra como o sistema de ondas curtas possibilitou o contato de realizadores do rádio nacional com atrativos estrangeiros, inserindo a produção radiofônica produzida no Brasil em modelos consagrados internacionalmente.

A pirataria musical é o tema do **vigésimo artigo**, escrito por Enio Everton Vieira, da Universidade Presbiteriana Mackenzie de São Paulo, com o título “RÁDIO MESMICE: O descontentamento com a programação das rádios como impulso para a prática da pirataria musical (1980-1981).” O autor busca elucidar os problemas criados pelo desenvolvimento das tecnologias de fitas e reprodutores cassete nos hábitos de consumo de música no fim da década de 1970 e início de 1980, durante a crise da indústria fonográfica, onde as rádios tinham uma programação repetitiva e os ouvintes buscavam uma maior diversidade. Na época, as tecnologias cassete foram consideradas culpadas pela pirataria musical, ignorando fatores econômicos ou a postura conservadora das gravadoras.

Fechando os artigos do dossiê, Jússia Carvalho da Silva Ventura, Lídia Karolina de Sousa Rodarte e Alda Cristina Silva da Costa (UFPA) retratam no **vigésimo primeiro artigo** os “47 ANOS DE FEIRA DO SOM E A RECONFIGURAÇÃO DA NARRATIVA MUSICAL: produção de sentidos na Rádio Cultura Pará”. O artigo parte da cenarização da linguagem radiofônica na ressignificação dos sentidos, memória e experiência social do programa

Feira do Som da Rádio Cultura. O programa configurado entre jornalismo musical e cultural, se mantém no ar por 47 anos, com os mesmos referenciais simbólicos e o mesmo modelo e formato, refletidos na linguagem, construindo sentidos e partilha com os ouvintes.

Na seção **Entrevista** "RADIOJORNALISMO E OS VÁRIOS MODOS DA EXPERIÊNCIA SONORA: identidade, diversidade e pesquisa acadêmica nos novos contextos tecnológicos", a professora e pesquisadora portuguesa, Madalena Oliveira (Universidade do Minho, Portugal), aborda as mudanças que o radiojornalismo tem enfrentado em relação às mudanças tecnológicas, e também durante a pandemia, e faz uma reflexão sobre os estudos em rádio no Brasil e em Portugal.

Na seção **Pauta Livre**, apresentamos dois artigos. **O primeiro** "A IMPRENSA ALTERNATIVA COMO ALIADA AO MOVIMENTO FEMINISTA DURANTE A DITADURA MILITAR NO BRASIL: uma análise no jornal Nós Mulheres", de Marina Solon e Marcia Vidal Nunes (UFC) aborda o papel da imprensa alternativa no fortalecimento do movimento feminista brasileiro durante a década de 1970.

O **segundo** intitulado "Le journalisme littéraire et le personnage : un nouveau rapport d'altérité entre l'auteur et la source journalistique" foi escrito pelo pesquisador brasileiro Ailton Sobrinho que é doutorando na Universidade Clermont Auvergne, na França. O texto trata da nova relação de alteridade que se estabelece entre o autor e a fonte jornalística a partir do trabalho de campo para a realização da reportagem narrativa.

Boa leitura!

**Norma MEIRELES** | Editora Convidada

**Paulo Fernando de Carvalho Lopes** | Editor Convidado

**Nair PRATA** | Editora Convidada

**Paula de Souza PAES** | Editora Geral

# ALTERAÇÕES NO FORMATO DA REPORTAGEM NO PROGRAMA CHAMADA GERAL, DA GAÚCHA, DE PORTO ALEGRE: dos anos 1980 até a contemporaneidade<sup>1</sup>

## CHANGES IN THE FORMAT OF THE REPORT IN THE PROGRAM CHAMADA GERAL, OF GAÚCHA, FROM PORTO ALEGRE: from the 1980s to the contemporary

Léo Henrique SABALLA JÚNIOR<sup>2</sup>

Luiz Artur FERRARETTO<sup>3</sup>

Universidade Federal do Rio Grande do Sul | Brasil

### Resumo

Busca compreender as alterações na forma de apresentação da reportagem radiofônica no programa *Chamada Geral*, da Gaúcha, de Porto Alegre, na passagem da fase de segmentação para a de convergência. Do ponto de vista histórico, baseia-se na periodização defendida por Ferraretto (maio-ago. 2012). Parte, ainda, das ideias de *modo de emissão autenticante*, proposta por Jost (2001), e de *efeito de real*, elaborada por Motta (2013), trabalhando-as em paralelo com a descrição das facetas do comunicador na contemporaneidade (FERRARETTO, 2014a). Como *corpus*, utiliza edições parciais e integrais de programas das décadas de 1980, 1990, 2000 e 2010. Dessa maneira, identifica a passagem de um modelo de reportagem gravada e montada para outro integralmente ao vivo e mais coloquial.

### Palavras-chave

Reportagem; Gaúcha; Chamada Geral; Convergência; Autenticação.

### Abstract

It seeks to understand the changes in the radio report is presented in the program *Chamada Geral*, from Gaúcha, from Porto Alegre, in the transition from segmentation to convergence. From the historical point of view, it is based on the periodization defended by Ferraretto (May-Aug. 2012). It also starts from the ideas of an authenticated mode of emission, proposed by Jost (2001), and of real effect, elaborated by Motta (2013), working them in parallel with the description of the facets of the communicator in contemporary (FERRARETTO, 2014a). As a corpus, it uses partial and integral editions of programs from the 1980s, 1990s, 2000s and 2010s. Thus, it identifies the passage from one recorded and assembled model of reportage to another entirely live and more colloquial.

### Keywords

Report; Gaúcha; *Chamada Geral*; Convergence; Authentication.

RECEBIDO EM 30 DE MARÇO DE 2020  
ACEITO EM 11 DE MAIO DE 2020

<sup>1</sup> Baseado em trabalho apresentado no GP Rádio e Mídia Sonora, no 41º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, em 2018.

<sup>2</sup> Mestre pelo Programa de Pós-graduação em Comunicação e Informação da Universidade Federal do Rio Grande do Sul. Contato: saballa@gmail.com.

<sup>3</sup> Professor do Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Informação da Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, RS. Responsável pelo Núcleo de Estudos de Rádio, grupo de pesquisa certificado junto ao Conselho Nacional de Desenvolvimento Científico e Tecnológico (CNPq). Contato: luiz.ferraretto@ufrgs.br.

## Introdução

 ano é 1992. O jornalista Oziris Marins, repórter da Gaúcha<sup>4</sup>, recorre a um *orelhão* para conseguir transmitir uma notícia ao vivo. A pedido do apresentador no estúdio, faz enquetes com pessoas que passam, chamando-as para que se aproximem e compartilhem suas opiniões com os ouvintes (MARINS, 20 jan. 2017). Doze anos depois, em 2014, na mesma rádio, o repórter Mateus Ferraz sai da redação para cobrir uma ocorrência policial. Vai munido de dois telefones celulares, um bastão para afixar um deles e um equipamento de transmissão de áudio com qualidade semelhante à de estúdio, o Access, que usa conexão via protocolo de internet e é fabricado pela estadunidense Comrex. Ferraz registra uma alteração entre os protagonistas. Entra ao vivo e, simultaneamente, grava imagens com um *smartphone*: “Entrou até no *Jornal Nacional*, na Globo. Se eu não tivesse gravado, ninguém iria ver aquilo” (FERRAZ, 16 de fev. 2017).

Desde a introdução do celular, em 1990, e da internet comercial, no ano de 1995, a entrada ao vivo em rádios foi facilitada graças à mobilidade e à qualidade de áudio proporcionada por aprimoramentos relacionados a essas tecnologias. Esse tipo de inserção já existia antes, mas, na década de 2010, tornou-se a forma predominante no *Chamada Geral*, principal radiojornal da Gaúcha, de Porto Alegre. Aqui, portanto, procura-se descrever o porquê de tal alteração, usando como recurso de pesquisa a comparação entre trechos de programas de diferentes períodos. Antes de seguir nessa linha de raciocínio, é necessário contextualizar o processo que valida essa mudança como significativa em termos de influência sobre outras emissoras.

Fundada em 1927, a Gaúcha possui uma programação dedicada ao jornalismo 24 horas por dia, liderando há cinco anos a audiência geral na Grande Porto Alegre (ZERO HORA, 14-15 mar. 2020, p. 43). A emissora é

---

<sup>4</sup> Adotou-se apenas a denominação “Gaúcha” – e não “Rádio Gaúcha” –, reproduzindo atitude da emissora em seu reposicionamento como veículo multiplataforma.

controlada pelo Grupo RBS, da família Sirotsky. Desde 1983, opera no formato *talk and news*, em que, segundo Luciano Klöckner (1997, p. 23-24), “as notícias são transmitidas de forma direta e dinâmica (*news*), contribuindo para que o ouvinte capte imediatamente a informação. A seguir, são comentadas e discutidas (*talk*) nos espaços específicos (comentários e programas)”. Este formato é uma mistura do *all-news* – modo exclusivo de notícias – com *all-talk* – preponderante na conversa (FERRARETTO, 2014b, p. 65).

O *Chamada Geral* estreou em meados de 1970, ficando fora do ar entre 1981 e 1984. Em sua fase inicial, ocupava a faixa das 18 às 18h30. Quando retornou dentro do projeto de reposicionamento da Gaúcha como *talk and news*, passou a ser transmitido das 17h05 às 17h55. Em dezembro de 1990, ganhou uma edição matutina, das 11 às 11h55 e, em maio de 2012, começou a contar com uma noturna, das 23h à 0h, descontinuada em março de 2015.

Para a análise pretendida, faz-se necessário estabelecer o que se compreende como radiojornal e reportagem. A respeito do primeiro, observa-se que “[...] corresponde a uma versão radiofônica dos periódicos impressos, reunindo várias formas jornalísticas (boletins, comentários, editoriais, seções fixas – meteorologia, trânsito, mercado financeiro... – e até mesmo entrevistas)”, assumindo-se o predomínio da reportagem nesse tipo de noticiário (FERRARETTO, 2014b, p. 73).

Tem-se claro também que o trabalho do repórter é a base do processo radiojornalístico (PORCHAT, 1989, p. 49), com o profissional procurando se esforçar ao máximo para ouvir todos os lados envolvidos (BARBEIRO; LIMA, 2003, p. 44). A respeito, acrescenta McLeish (2001, p. 77): “Nada deve ser transmitido sem que os fatos tenham sido verificados duas vezes, não por ouvir dizer ou por alguma sugestão, mas com total confiabilidade. ‘Retorne à fonte’ é um ditado muito útil”. Conforme Klöckner (2006, p. 89), as

Léo Henrique **SABALLA JÚNIOR** - Luiz Artur **FERRARETTO**

reportagens dividem-se em (1) ao vivo, (2) gravadas e (3) uma mescla de ambas. Ao fazer a gravação, o repórter, geralmente, obtém um material que precisa passar por edição. Já quando está ao vivo, é submetido a provas a todo o momento, como a exigência de “rapidez mental e verbal para transmitir o fato enquanto o observa, vasto vocabulário, facilidade de exposição, dotes de improvisação e o mais importante: um acentuado senso de ética profissional” (PORCHAT, 1989, p.43).

Ao propor uma recuperação da trajetória da reportagem no *Chamada Geral*, ampara-se no que diz Michael Schudson (1993) sobre os estudos de comunicação por um viés histórico. A reflexão situa-se no âmbito do que o autor chama de *história das instituições*, linha que busca responder à pergunta “de que modo se desenvolveu esta ou aquela instituição de comunicação de massa?” (SCHUDSON, 1993, p. 215). No entanto, atendendo ao alerta do pesquisador sobre o reducionismo dessa perspectiva, procura-se uma aproximação com a *história propriamente dita*, preocupada com o que “a comunicação nos diz sobre a sociedade e o que a sociedade nos conta da comunicação ou ambas ao mesmo tempo” (SCHUDSON, 1993, p. 214). Assim, analisa-se o objeto deste artigo “em relação à organização e às utilizações sociais das tecnologias em cenários históricos específicos”, considerando as próprias tecnologias “como práticas sociais e culturais” (SCHUDSON, 1993, p. 227). É justamente em torno dessas que orbitam mudanças no trabalho do repórter, preocupação central desta reflexão.

Faz-se necessário considerar a convergência, marcada pelo fluxo de conteúdos através de múltiplas plataformas, em que todo o consumidor é cortejado e a circulação de conteúdos depende da participação sua e dos demais. Como observa Henry Jenkins (2006, p. 28), vive-se imerso, desde o final do século 20, em uma *cultura da convergência*, processo não restrito apenas ao âmbito da tecnologia: “A convergência não ocorre por meio de aparelhos, por mais sofisticados que venham a ser. A convergência ocorre

dentro dos cérebros de consumidores individuais e em suas interações sociais com outros”.

Considera-se o aqui descrito como um processo posicionado em duas fases da história do rádio brasileiro: (1) a de *segmentação*, iniciada no final da década de 1950, estendendo-se até os primeiros anos do século 21, e caracterizada pela divisão do mercado em nichos de audiência e anunciantes, desenvolvendo-se para atendê-los programações centradas na figura do comunicador, aquele a simular, pendendo para coloquial, uma conversa com o ouvinte; e (2) a de *convergência*, que vai de meados da década de 1990, chegando aos dias de hoje, e se delineando pela redefinição do meio rádio para além das ondas hertzianas, com intenso incentivo à participação do público (FERRARETTO, maio-ago. 2012). Essa transição da segmentação para a convergência coincide com a consolidação da *multiplicidade da oferta*, denominação proposta por Valério Brittos (1999) para descrever, de início, o novo período vivido pela televisão face ao surgimento da distribuição de conteúdo por cabo. Posteriormente, o próprio autor ampliaria esta noção em direção a outros meios, inclusive para o rádio (BRITTOS, 2002). Deste modo, assume-se que, na contemporaneidade, predominam situações nas quais cada conteúdo concorre com todos os outros, independentemente de terem ou não finalidade massiva.

Dando conta de tais transformações, é oportuna a ideia de *rádio expandido* (KISCHINHEVSKY, 2016), descritiva da extrapolação da base tecnológica original do meio e associada ao uso das mídias sociais pelas emissoras e pelos seus profissionais. A atuação da Gaúcha exemplifica bem tal transbordamento. Seja da rua ou dentro da redação, o ao vivo, – ao microfone e pelo serviço Live do Facebook – passou a ser uma prioridade, não necessariamente apenas para a divulgação de fatos que estejam acontecendo naquele momento. Segundo o então apresentador e editor-

Léo Henrique **SABALLA JÚNIOR** - Luiz Artur **FERRARETTO**

chefe da emissora, Daniel Scola (12 jan. 2017), “a intenção é passar uma sensação ao ouvinte de um permanente *breaking news*”.

Na sequência, após breves considerações sobre a reportagem radiofônica e o modo de emissão autenticante (JOST, 2001), realiza-se uma análise comparativa para demarcar as diferenças entre a apresentação desse tipo de conteúdo no programa *Chamada Geral* nas fases de segmentação e de convergência. Assume-se que “a comparação aparece como sendo inerente a qualquer pesquisa no campo das ciências sociais, esteja ela direcionada para a compreensão de um evento singular ou voltada para o estudo de uma série de casos previamente escolhidos” (SCHNEIDER; SCHMITT, 1998, p.49). Na busca por semelhanças e diferenças, parte-se da estrutura tradicional da reportagem como descrita, ainda na fase de segmentação, por Ferraretto e Kopplin (1992, p. 31-32) e apresentada na Tabela 1.

**Tabela 1:** Elementos básicos da reportagem radiofônica

<b>CABEÇA</b>	Introdução que resume o assunto a ser desenvolvido no texto. Corresponde ao lide <sup>5</sup> da imprensa escrita.
<b>ILUSTRAÇÃO<sup>6</sup></b>	É a entrevista realizada com a fonte e que <i>ilustra</i> a reportagem.
<b>ENCERRAMENTO</b>	Informação complementar. Em geral, é acompanhada da identificação do entrevistado.
<b>ASSINATURA</b>	Local de onde a informação é transmitida e identificação do repórter. Por vezes, inclui o nome do programa, o de um patrocinador ou um slogan da emissora.

**Fonte:** FERRARETTO; KOPPLIN, 1992, p. 32

<sup>5</sup> A abertura do texto noticioso, aquela que resume os principais dados a respeito do tema abordado e tem a função de fisgar a atenção do público.

<sup>6</sup> Em obras posteriores (FERRARETTO, 2014), como sinônimo de ilustração, aparece a palavra “sonora”, originária do jargão profissional de televisão, mas assimilada pelo rádio.

Como não é habitual, nas emissoras, o arquivamento sistemático desse tipo de conteúdo, a análise usou um *corpus* algo assistemático<sup>7</sup> dentro do que foi possível localizar: quatro programas gravados na íntegra e referentes às edições da manhã dos dias 26 de fevereiro de 1993, 28 de fevereiro de 2007 e 26 de fevereiro de 2018 e um fragmento de uma edição de 30 de julho de 1986.

## **A reportagem e o modo de emissão autenticante**

A análise aqui realizada dá sequência a uma série de reflexões a respeito da simulação da conversa em rádio e de sua amplificação pelas redes sociais, “extensões ao natural do diálogo proposto” (FERRARETTO, 2016, p. 159). Destaca-se que: “O repórter conversa com âncoras e comentaristas e, em meio à interação gerada no estúdio e fora deste nas redes sociais, são inseridos os trechos previamente preparados de seu trabalho” (FERRARETTO, 2017, p. 160). Tal fluxo de informações entre o profissional que se encontra no palco de ação do fato e os que estão no estúdio auxilia na simulação de uma conversa com o ouvinte. Para compreender como a participação ao vivo reforça a ideia de veracidade da narrativa do repórter, lança-se mão de formulações de Jost (2001). O pesquisador francês propõe um modelo para analisar o conteúdo televisivo contemplando diferentes modos de emissão. Sua formulação já foi anteriormente aplicada à programação radiofônica (FERRARETTO, 2014a). Do exposto por Jost, interessa o chamado modo *autenticante*. Esse engloba emissões que “possuem asserções verdadeiras sobre o mundo, fornecendo informações para ampliar o conhecimento e que se destacam, em última instância, como um exercício da prova” (JOST, 2001, p. 19). Cabe observar que, na contemporaneidade, todos se tornam, em certa medida, comunicadores,

---

<sup>7</sup> A própria Gaúcha não possui esse tipo de material arquivado na íntegra. O fragmento citado pertence ao seu acervo. Os programas são do arquivo pessoal do professor Luiz Artur Ferraretto, tendo sido usados em suas aulas ao longo do tempo.

Léo Henrique **SABALLA JÚNIOR** • Luiz Artur **FERRARETTO**

incluindo o repórter. Para delimitar a relevância, nesse sentido, da identificação de tais emissões como *autenticantes*, cabe destacar:

Uma das maneiras pela qual a televisão atesta que um acontecimento é real – característica compartilhada com o rádio – é a simultaneidade entre a captação e a recepção. Se alguém, por vezes, considera passível de contestação o tema de uma emissão de um espetáculo, por convenção, reconhecido como irradiado em tempo real, é porque produtores e telespectadores concordaram que nele existe veracidade. Eu chamo isto de *modo autenticante*, e não apenas informativo. Para além das transmissões de notícias do mundo, de sua atualidade, identifica todos os programas que remetem a um discurso de realidade e que nós interpretamos sobre o eixo verdadeiro-falso. As transmissões ao vivo nos dão a impressão de acessar diretamente os acontecimentos, de ser testemunhas do mundo [...]. (JOST, 2001. p. 19).

Jost explica, ainda, que a audiência aceita como autêntica uma transmissão, admitindo que esta (a) propõe algo considerado válido; (b) expressa uma verdade profunda, um sentimento ou relato, como nos depoimentos e nas transmissões ao vivo em geral; e (c) possui a marca de um indivíduo, cuja autoridade não pode ser contestada, valorizando, por vezes, uma informação em razão da sua fonte. De acordo com Ferraretto (2014a, p. 64), estes fatores estão presentes na postura que o comunicador radiofônico assume nas emissões ao vivo.

Conforme Motta, são usadas estratégias para provocar um *efeito de real*, fazendo com que o público interprete a narrativa como uma verdade, “como se os fatos estivessem *falando por si mesmo*” (MOTTA, 2013, p. 199). Uma dessas, segundo o professor da Universidade de Brasília, é utilizar expressões que remetem ao momento presente, como “aqui” e “agora”, por meio das quais também o hoje, o ao vivo e o *on-line* passam a ser valorizados: “Na afirmação radical do presente (a atualidade), o jornalismo constrói a sua versão de neutralidade e objetividade, reduzindo e encerrando tudo no momento atual” (MOTTA, 2013, p. 200).

Ainda dentro da reflexão em torno do modo autenticante, admite-se como importante, o papel do repórter como cúmplice da audiência. Isso

ocorre, conforme entendimento de Piccinin, Etges e Borges<sup>8</sup> (2015, f. 15), a partir da ideia de que o profissional pode expressar emoções ou opiniões e se humanizar, convocando a audiência para enfrentar o real, a partir de uma identificação entre o público e ele.

## **A reportagem no *Chamada Geral* na fase de segmentação**

Na fase da segmentação, a inserção de reportagens no *Chamada Geral* ocorria nas formas gravada e ao vivo. É importante considerar como se dava o trabalho do profissional na coleta de informações e quais os recursos disponíveis:

[...] no final da década de 1980, (a) o repórter ia ao palco de ação do fato, coletava informações, ligava para a redação, passava dados que seriam convertidos em texto e entrava no ar, terminando, enfim, o seu trabalho; e (b) a tecnologia empregada englobava gravadores de fita, telefones fixos e unidades móveis com rádios em UHF para comunicação com a emissora e entrada ao vivo no ar (FERRARETTO, set.-dez. 2015, p. 226).

Na reportagem gravada, mais frequente até a consolidação da telefonia celular, o conteúdo seguia em geral a estrutura: cabeça + ilustração (entrevistas) + encerramento + assinatura. No caso de duas ou mais falas de uma fonte, o repórter inseria um texto de passagem entre essas. Já se tinha consciência sobre as limitações e vantagens do material editado. Na época, Maria Elisa Porchat (1989, p. 54) observa que, ao se optar por esse tipo de conteúdo: “Perde-se a instantaneidade e um pouco da espontaneidade, em troca de tempo e de uma forma aperfeiçoada, já que a gravação permite que cortes e correções sejam feitos”. No ao vivo, a presença do entrevistado servia como suporte principal da narrativa do repórter, que dialogava com um protagonista, uma testemunha ou um especialista, todos obviamente relacionados ao tema abordado.

---

<sup>8</sup> Faz-se, aqui, transposição, para o rádio, de considerações a respeito do papel dos apresentadores nos programas *O mundo segundo os brasileiros*, produção conjunta da Eyeworks e da Rede Bandeirantes de Televisão, e *Não conta lá em casa*, do Multishow, ambos analisados pelas autoras no artigo citado.

Léo Henrique **SABALLA JÚNIOR** - Luiz Artur **FERRARETTO**

Manual de redação editado em 1987 pela equipe da Gaúcha traz breves recomendações ao repórter. Apesar de pedir simplicidade na forma de transmitir a notícia, as orientações defendem uma linguagem mais formal, proibindo saudações ao apresentador nas participações ao vivo.

Os repórteres participam da programação de duas maneiras básicas:

1) Com boletim, em média com 1 minuto de duração, ao vivo ou gravado, assinando sempre "Gaúcha, a Fonte da Informação, local e nome, a seguir".

2) Com intervenções ao longo da programação, em diálogo ou não com apresentadores, sem tempo fixo.

Nos dois casos, o repórter não deve começar com qualquer tipo de saudação [...], entrando direto na notícia. (RÁDIO GAÚCHA, 1987, f. 21).

Dez anos depois, manual elaborado por Luciano Klöckner (1997) sugere, genericamente, informalidade ao repórter que entra ao vivo, além de alertar para a importância de fazer anotações para dar mais segurança. Traz ainda detalhadas orientações para a reportagem gravada.

1) Escute a fita com a entrevista anotando as falas principais.

2) Faça um Plano de Edição (cabeça, fala do entrevistado, assinatura do repórter).

3) Na hora de escrever, preferencialmente, não diga no texto (cabeça) o que o entrevistado vai falar. Desperte no ouvinte o interesse pela declaração do entrevistado.

4) O som deve ser de ótima qualidade. Se ele estiver ruim, só deve ir ao ar se o depoimento for muito importante.

5) Identifique o entrevistado, no início, no meio e no fim da matéria pelo cargo e pelo nome completo.

6) Repita, sinteticamente, a principal informação ao final da reportagem ou boletim. (KLÖCKNER, 1997, p. 72).

Ao consultar o fragmento de uma edição do *Chamada Geral*, de 30 de julho de 1986, encontra-se uma reportagem gravada, de Flávio Pereira, que aborda uma coligação partidária visando às eleições. Com duração de 2 minutos e 40 segundos, percebe-se que o repórter escreveu e gravou o texto. Há uma ilustração com duração de 1 minuto e 9 segundos. O âncora João Carlos Belmonte lê a cabeça da reportagem: "Pedessista garante que coligação com PDT visa aos interesses do Rio Grande do Sul. Os detalhes chegam através do repórter Flávio Pereira" (RÁDIO GAÚCHA, 30 jul. 1986).

O repórter abre a reportagem: "O vice-líder do PDS na Assembleia Legislativa, deputado Sérgio Ilha Moreira, entregou hoje à direção estadual do partido um documento pelo qual ele consente que seu nome seja examinado como candidato a vice-governador" (RÁDIO GAÚCHA, 30 jul. 1986). O repórter utiliza um trecho de entrevista com o deputado citado captada com um gravador. Na sequência, volta a citar o nome do entrevistado: "Este foi o deputado Sérgio Ilha Moreira, vice-líder do PDS" (RÁDIO GAÚCHA, 30 jul. 1986).

No mesmo programa, há uma reportagem de Elódio Zorzetto, com 2 minutos e 9 segundos, também tratando da possibilidade de coligação entre o PDT e o PDS, além das articulações do PMDB. Há duas ilustrações: uma de 8 segundos, outra de 52 segundos. O apresentador lê a cabeça: "Presidente do PDT gaúcho confirma acordo com o PDS para as próximas horas. No PMDB, é articulada a candidatura de Sinval Guazzelli para vice-governador. Repórter Elódio Zorzetto" (RÁDIO GAÚCHA, 30 jul. 1986). O repórter abre o texto: "Mais um dia de negociações para definir a aliança PDS e PDT. A assessoria jurídica dos dois partidos está reunida na assembleia analisando as recomendações legais para casos de coligação" (RÁDIO GAÚCHA, 30 jul. 1986). Mesmo que a reportagem trate de um fato que *está acontecendo*, o material é apresentado na forma gravada. É utilizada uma entrevista, captada usando gravador, com o presidente do PDT, Sereno Chaise, confirmando a aliança. Em seguida, o repórter completa com informações de uma outra reunião que estaria acontecendo. Mais uma vez, mesmo que o fato estivesse se desenrolando, a reportagem é apresentada na forma gravada. É utilizada ainda outra ilustração, a do deputado Lélcio Souza, vice-presidente do PMDB, falando sobre o possível candidato a vice-governador pelo partido: "Não é preciso fazer grandes elocubrações, é o nome do ex-governador e ex-deputado, Silval Guazzelli" (RÁDIO GAÚCHA, 30 jul. 1986). Por fim, o repórter

Léo Henrique **SABALLA JÚNIOR** - Luiz Artur **FERRARETTO**

diz que o PFL vai definir nos próximos dias a composição da chapa majoritária.

Sete anos depois, para o *Chamada Geral – Primeira Edição* de 26 de fevereiro de 1993, a repórter Nelcira Nascimento grava uma reportagem com duração de 2 minutos e 26 segundos, incluindo uma ilustração de 1 minuto e 50 segundos. O assunto era uma reunião que ocorreria horas depois entre o então governador do Rio Grande do Sul, Alceu Collares, do PDT, e o senador gaúcho Pedro Simon, do PMDB: “Alceu Collares e o senador Pedro Simon se reúnem ainda hoje na praia de Rainha do Mar a fim de debater financiamentos para recuperação das estradas federais do estado e os projetos para reforma da constituição federal de 88. No encontro, que acontece daqui a pouco, o governador vai entregar ainda ao senador uma carta destinada ao presidente Itamar Franco” (RÁDIO GAÚCHA, 26 fev. 1993). Em termos de fala da repórter, há ainda a assinatura: “Com informações sobre a reunião do governador Alceu Collares e o senador Pedro Simon, Nelcira Nascimento” (RÁDIO GAÚCHA, 26 fev. 1993). Entre esses trechos, aparece o entrevistado gravado, ocupando 68% do total da reportagem. Alceu Collares explica os motivos para a conversa com o senador: “Vou colocar esse problema das estradas, que ainda continuam nos enrolando, devemos colocar ainda o problema das nossas fronteiras [...], enfim, um conjunto de pleitos que o Rio Grande tem direito de ser beneficiado” (RÁDIO GAÚCHA, 26 fev. 1993).

Nos três exemplos, os repórteres, aparentemente, saíram da redação para a execução de seu trabalho. Em nenhum deles, por se tratar de gravação, houve interação com o âncora no estúdio. Aparecem ainda alguns comentaristas fixos entre as reportagens.

Nos anos 1980 e 1990, as participações ao vivo eram limitadas pela tecnologia existente. O então coordenador de Jornalismo da Gaúcha, Claudio Moretto (20 jan. 2017), explica que os repórteres usavam equipamentos

transceptores de mão ou em unidades móveis. A antena estava instalada na torre da RBS TV, no morro Santa Tereza. Segundo Francisco Paulo Bisogno (21 jan. 2017), responsável pelas transmissões externas da Gaúcha: “Funcionava, só que a qualidade de áudio era muito ruim”. Uma alternativa era o uso de telefones privados ou públicos. Repórter na época, Oziris Marins (20 jan. 2017) conta que, no começo da década de 1990, costumava circular por órgãos públicos em busca de assuntos de interesse. Desses locais, suas participações eram feitas em telefones fixos. Quando estava na rua, por vezes, recorria ao uso de *orelhões*.

## **A reportagem no *Chamada Geral* na fase de convergência**

Dois celulares, um bastão para afixar um deles e um equipamento pendurado por uma alça no ombro para transmissão de áudio. É assim que, na contemporaneidade, os profissionais da Gaúcha costumam atuar no palco de ação dos fatos. De acordo com o repórter Mateus Ferraz (16 de fev. 2017), um celular é usado para falar com a produção (por ligação telefônica ou por WhatsApp) e o outro para gravar imagens ou transmiti-las ao vivo. Além dessas facilidades tecnológicas, as reportagens no *Chamada Geral* são predominantemente ao vivo, por uma decisão editorial. É adotada não apenas para o relato do acontecimento urgente – um incêndio ou uma enchente, por exemplo –, mas também para assuntos rotineiros, com o objetivo de atrair a atenção da audiência. Conforme o editor-chefe da Gaúcha, Daniel Scola (12 jan. 2017): “O ouvinte, subliminarmente, pensa ‘esses caras estão ao vivo, conversando comigo’ É a *charla*”.

O próprio fazer jornalístico altera-se:

[...] no início dos anos 2010, (a) as novas possibilidades tecnológicas trouxeram mais funções ao jornalista, já não sendo suficiente planejar a execução de sua pauta exclusivamente para o rádio e devendo esta ser pensada também para a internet e as mídias sociais; e (b) tais funções passam a requerer revisão do

---

<sup>9</sup> Em espanhol, fala coloquial perante um público ou, simplesmente, a conversa. A expressão, por influência argentina e uruguaia, é muito usada no Rio Grande do Sul.

Léo Henrique **SABALLA JÚNIOR** - Luiz Artur **FERRARETTO**

que realmente é o seu trabalho, havendo tarefas relacionadas à produção de fotografias, textos e vídeos para veiculação *on-line* [...] (FERRARETTO, set.-dez. 2015, p. 226).

Com o repórter precisando expandir seu trabalho para a imagem e o texto em perfis de redes sociais, nos *sites* e nos aplicativos da emissora, não há mais tempo para edições de materiais. O mesmo Mateus Ferraz (16 fev.2017) conta que, na maioria das vezes, escreve textos apenas para publicá-los na internet, atribuição dos repórteres da Gaúcha desde 2013. Algo comum na fase de segmentação, o texto escrito e lido dá lugar ao exclusivamente falado:

Apurou uma informação e tem segurança sobre essa informação, vai para o ar imediatamente. Ter uma sonora é bom, mas passa a ser acessório. Prefiro um repórter que tenha uma boa informação, que entre ao vivo, mesmo que não tenha gravado um áudio com ninguém. Prefiro que vá para o ar imediatamente. (SCOLA, 12 jan. 2017).

No *Chamada Geral – Primeira Edição* de 26 de janeiro de 2017, o repórter Mateus Ferraz participa ao vivo com informações sobre a possibilidade de privatização do Banco do Estado do Rio Grande do Sul (Banrisul): “Assim como fez ontem em entrevista ao programa *Gaúcha Atualidade*, o secretário da Fazenda, Giovane Feltes, negou de forma enfática, hoje, que o governo federal tem imposto a privatização do Banrisul” (RÁDIO GAÚCHA, 26 jan. 2017). Em seguida, o âncora Antônio Carlos Macedo chama a repercussão em Brasília, estabelecendo um diálogo com o correspondente Guilherme Mazui:

**Macedo** – E aí em Brasília, o que se diz sobre isso, Guilherme Mazui?

**Mazui** – Macedo, conversei com o ministro da Casa Civil, Eliseu Padilha, e ele afirma que a decisão de vender o Banrisul é do governador José Ivo Sartori e da população do estado. Padilha explica que o tamanho do socorro financeiro negociado como o Ministério da Fazenda vai depender do valor de mercado dos ativos [...]. (RÁDIO GAÚCHA, 26. jan. 2017).

Na sequência, o apresentador comenta: “A decisão não é do governo do estado, a decisão é da população gaúcha, porque tem que fazer plebiscito

para decidir sobre a venda do Banrisul” (RÁDIO GAÚCHA, 26. jan. 2017). Imediatamente, o repórter Mateus Ferraz volta a participar, sem precisar ser chamado pelo apresentador. Como se estivesse entrando em uma conversa, complementa com repercussões das redes sociais, misturando opiniões de terceiros com as suas próprias considerações a respeito:

E deputados ligados ao PMDB, Macedo e Mazui, já se posicionaram através do Twitter. Por exemplo, Gilberto Capoani disse que votaria contra caso esse assunto chegasse à Assembleia. Mesmo com a Sulgás, a CEEE e a CRM, que teriam um pouco menos de resistência... Dificilmente o governo vai conseguir derrubar o plebiscito. O Banrisul, então, precisaria de uma força, de um prestígio político que a base aliada, que o governo, o Piratini não tem aqui no estado. (RÁDIO GAÚCHA, 26. jan. 2017).

O apresentador completa, opinando: “E não há motivo algum para vender o Banrisul. Essa é que é a verdade. Vende o Banrisul, torra o dinheiro ali adiante e fica sem o Banrisul e com crise financeira igual [...]. Essa história de vender o Banrisul tem outros interesses aí” (RÁDIO GAÚCHA, 26. jan. 2017).

Já no *Chamada Geral – Primeira Edição* de 27 de fevereiro de 2018, o repórter Eduardo Paganella entra no ar ao vivo, utilizando o *Acess* e relatando uma carreata de motoristas ligados ao transporte por aplicativo. O repórter começa citando o nome do apresentador e segue com informações atualizadas sobre o congestionamento provocado pela manifestação. A participação dura 46 segundos e é restrita à fala do próprio Paganella:

Macedo, manifestação que começou há pouco... Os motoristas saíram do largo da Epatur, na Loureiro da Silva, e vão se deslocar por diversos pontos na região central da capital. Já há lentidão, neste momento, em alguns pontos da Loureiro da Silva e, também, na Setembrina com Garibaldi e trechos da Farrapos. Manifestação que deve se estender até o final desta manhã, vai passar ainda pela Mauá, Bento Martins, Duque de Caxias, João Pessoa, até chegar na região do Gasômetro. O grupo é contrário à proposta que será discutida amanhã, na Câmara dos Deputados, em Brasília, que prevê mudanças na regulamentação dos aplicativos. Segundo os condutores, essa proposta vai inviabilizar o serviço de transporte de aplicativo no país. (RÁDIO GAÚCHA, 27 fev. 2018).

Léo Henrique **SABALLA JÚNIOR** - Luiz Artur **FERRARETTO**

Nos três exemplos descritos, predomina o bate-papo. A reportagem gravada, atualmente é uma excepcionalidade no *Chamada Geral*. Segundo o repórter Mateus Ferraz (16 fev. 2017), mesmo quando ocorre uma entrevista gravada passível de ser veiculada, a orientação é buscar informalidade na fala, como se estivesse improvisando, sem a assinatura do repórter ao final da participação.

## Considerações finais

As alterações na reportagem da Gaúcha podem ser interpretadas como resultado de “uma demanda por novas estruturas narrativas, multimidiáticas e multiplatafor-mas que ampliam o conteúdo”. (KISCHINHEVSKY, 2016, p. 105). Mesmo limitado pela ausência de programas arquivados na íntegra no acervo da emissora, o cruzamento de dados qualitativos e quantitativos demonstra a passagem para um modelo mais coloquial de narrativa. Observe-se para tanto os números da Tabela 2:

**Tabela 2:** Quantitativo da participação de repórteres e comentaristas no Chamada Geral

DATA	PARTICIPAÇÃO DA REPORTAGEM	REPÓRTERES AO VIVO	REPETIÇÃO DE REPÓRTER NO MESMO PROGRAMA	COMENTARISTAS
26.02.1993	8	4 (50%) <sup>10</sup>	1	3
28.02.2007	14	3 (21%)	5	1
26.02.2018	22	21 (95%)	7	0

**Fonte:** elaboração própria

Destaca-se o aumento da participação da reportagem em 2018, com o amplo espaço para as entradas ao vivo (95%), o que confirma a hipótese levantada ao longo deste artigo. A única inserção gravada ocorreu por uma

<sup>10</sup> Percentuais sobre a quantidade de inserções de repórteres.

impossibilidade da repórter, que estava desempenhando uma outra atividade ao mesmo tempo, de acordo com a editora do programa, Mariana Ceccon (27 fev. 2018). Também não há, em 2018, o recurso ao uso de comentaristas, abrindo mais espaço para a reportagem.

A predominância do ao vivo vai ao encontro de uma maior busca por instantaneidade, ampliando algo que sempre foi característico do jornalismo radiofônico. Apenas para lembrar, décadas atrás, De Felice destacava:

A principal característica de um programa de radiojornalismo é o imediatismo, a instantaneidade, a possibilidade de se levar ao ouvinte um fato simultaneamente ao acontecimento ou com diferença de minutos. Por isso, devem sempre ter precedência sobre os demais assuntos aqueles que tenham acontecido HOJE, que estejam acontecendo HOJE ou que ainda estejam previstos para acontecer HOJE. (DE FELICE, 1981, p.88).

Outras inferências são possíveis a partir do descrito na *Tabela 3*. Por exemplo, reforça-se a ideia de desaparecimento de ilustrações ou sonoras e da assinatura do repórter. Basta observar a edição com data de 26 de fevereiro de 2018.

**Tabela 3:** Quantitativo de uso dos elementos básicos da reportagem no Chamada Geral

DATA	REPORTAGENS	
	Com ilustração ou sonora	Com assinatura
26.02.1993	2 (25%)	6 (75%)
28.02.2007	3 (21%)	13 (93%)
26.02.2018	0 (0%)	0 (0%)

**Fonte:** elaboração própria

Tem-se consciência que a amostra é reduzida, como destacado, em função da inexistência de acervo com edições integrais do programa. No entanto, o demonstrado pelos números vai ao encontro das impressões dos próprios profissionais envolvidos nesse processo. Cabe observar que:

Léo Henrique **SABALLA JÚNIOR** - Luiz Artur **FERRARETTO**

(1) as alterações na forma de apresentação da reportagem no *Chamada Geral* são marcadas por uma crescente coloquialidade;

(2) a reportagem gravada e editada desaparece no processo, perdendo-se, de um lado, aquela “forma aperfeiçoada” (PORCHAT, 1989, p. 54) já citada anteriormente, mas se ganhando agilidade na difusão das informações no rádio e no transbordamento dessas para redes sociais;

(3) perdem relevância aqueles elementos – cabeça, ilustração ou sonora, passagem, encerramento e assinatura – comuns até a fase de segmentação;

(4) na fase de convergência, pode-se aventar, a reportagem ganha, portanto, graças à predominância do ao vivo, um caráter ainda mais autenticante (JOST, 2001), potencializando o efeito de real (MOTTA, 2013) do que é noticiado;

## Referências

BARBEIRO, Heródoto.; LIMA, Paulo Rodolfo de. **Manual de radiojornalismo**. 2.ed. Rio de Janeiro: Campus, 2003.

BRITTOS, Valério Cruz. A televisão no Brasil, hoje: a multiplicidade da oferta. **Comunicação & Sociedade**, São Bernardo do Campo: Universidade Metodista de São Paulo, ano 20, n. 31, p. 9-34, 1999.

BRITTOS, Valério Cruz. O rádio brasileiro na fase da multiplicidade da oferta. **Verso & Reverso**, São Leopoldo: Editora da Unisinos, ano 16, n. 35, p. 31-54, jul.-dez. 2002.

CLAUDIO MORETTO. Funcionário da Gaúcha de 1980 a 2015, tendo desempenhado, entre outras, as funções de editor do *Chamada Geral*, chefe de reportagem e coordenador de jornalismo. Entrevista pessoal em 20 de janeiro de 2017.

DANIEL SCOLA. Editor-chefe da Gaúcha e âncora dos programas *Gaúcha Atualidade* e *Chamada Geral – Segunda Edição*. Entrevista pessoal em 12 de janeiro de 2017.

DE FELICE, M. **Jornalismo de rádio**. Brasília: Thesaurus, 1981.

FERRARETTO, Luiz Artur. Comunicador radiofônico. In: ENCICLOPÉDIA INTERCOM DE COMUNICAÇÃO. São Paulo: Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação, 2010. v. 1, p. 312-3 (Dicionário Brasileiro do Conhecimento Comunicacional). CD-ROM.

FERRARETTO, Luiz Artur. Uma proposta de periodização para a história do rádio no Brasil. **Eptic – Revista de Economia Política das Tecnologias da Informação e Comunicação**, Aracaju: Observatório de Economia e Comunicação da Universidade Federal de Sergipe, v. XIV, n. 2, maio-ago. 2012.

FERRARETTO, Luiz Artur. Da segmentação à convergência, apontamentos a respeito do papel do comunicador de rádio. **Comunicação & Sociedade**, São Bernardo do Campo: Universidade Metodista de São Paulo, v. 36, n. 1, 2014a, p. 59-84.

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

FERRARETTO, Luiz Artur. Inquietudes e tensionamentos: pistas para a compreensão do rádio comercial em sua fase de convergência. **Intexto**, Porto Alegre: Universidade Federal do Rio Grande do Sul, n. 34, p. 214-235, set.-dez. 2015.

FERRARETTO, Luiz Artur. A autenticação da realidade pelo radiojornalismo: pistas para a compreensão do papel do âncora, do comentarista e do repórter no século 21. In: ROSARIO, N.M. do; SILVA, A. (Org.). **Pesquisa, comunicação, informação**. Porto Alegre: Sulina, 2016. p. 147-163.

FERRARETTO, Luiz Artur; KOPPLIN, Elisa. **Técnica da redação radiofônica**. Porto Alegre: Sagra-DC Luzzatto, 1992.

FRANCISCO PAULO BISOGNO. Funcionário da Gaúcha de 1978 a 2006, tendo desempenhado, entre outras, as funções de operador de externas e coordenador. Entrevista pessoal em 21 de janeiro de 2017.

GAÚCHA. Há 60 meses, a rádio mais ouvida. **Zero Hora**, Porto Alegre, 14-15 mar. 2020. p. 43. Anúncio.

GONÇALVES, Carlos. Radiojornal. In: MOURA, Mario de (Org.) **Introdução à técnica radiofônica**. Rio de Janeiro: Páginas, 1956. p. 29-45.

JOST, François. **La télévision du quotidien: entre réalité et action**. Bruxelles: De Boeck, 2001.

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: Mauad, 2016.

KLÖCKNER, Luciano. **A notícia na Rádio Gaúcha: orientações básicas sobre texto reportagem e produção**. Porto Alegre: Sulina, 1997.

KLÖCKNER, Luciano. A edição radiofônica no Brasil: aspectos históricos e técnicos. In: FELIPPI, A.; SOSTER, D. de A.; PICCININ, F. (Org.). **Edição**

**em jornalismo:** ensino, teoria e prática. Santa Cruz do Sul: Editora da Unisc, 2006. p. 78-95.

McLEISH, Robert. **Produção de rádio:** um guia abrangente de produção radiofônica. 4.ed. São Paulo: Summus, 1999.

MARIANA CECCON. Produtora da Gaúcha. Entrevista pessoal em 27 de fevereiro de 2018.

MATEUS FERRAZ. Repórter da Gaúcha. Entrevista pessoal em 16 de fevereiro de 2017.

MOSCO, Vincent. **The political economy of communications:** rethinking and renewal. Londres: Sage, 1996.

MOTTA, Luiz Gonzaga. **Análise crítica da narrativa.** Brasília: Editora Universidade de Brasília, 2013.

OZIRIS MARINS. Funcionário da Gaúcha de 1991 a 2006, tendo desempenhado, entre outras, as funções de produtor, repórter e apresentador. Entrevista pessoal em 20 de janeiro de 2017.

PICCININ, Fabiane; ETGES, Ananda; BORGES, Natany. Das narrativas de real e suas autenticações na hipertelevisão: notas sobre os programas *O mundo segundo os brasileiros* e *Não conta lá em casa*. In: Encontro Nacional de Pesquisadores em Jornalismo, 13, 2015, São Paulo. **Anais...** Campo Grande: Associação Brasileira de Pesquisadores em Jornalismo.

PORCHAT, Maria Elisa. **Manual de radiojornalismo Jovem Pan.** 2.ed. São Paulo: Ática, 1989.

RÁDIO GAÚCHA. Normas de produção, redação e apresentação. Porto Alegre, 1987.

RÁDIO GAÚCHA. **Chamada Geral.** Porto Alegre, 27 nov. 1986. Fragmento de programa de rádio.

RÁDIO GAÚCHA. **Chamada Geral – Primeira Edição.** Porto Alegre, 26 fev. 1993. Fragmento de programa de rádio.

RÁDIO GAÚCHA. **Chamada Geral – Primeira Edição.** Porto Alegre, 28 fev. 2007. Programa de rádio.

RÁDIO GAÚCHA. **Chamada Geral – Primeira Edição.** Porto Alegre, 26 fev. 2018. Programa de rádio.

SCHNEIDER, S.; SCHIMITT, C.J. O uso do método comparativo nas Ciências Sociais. **Cadernos de Sociologia**, Porto Alegre, v. 9, p. 49-87, 1998.

SCHUDSON, Michael. Enfoques históricos a los estudios de la Comunicación. In.: JENSEN, Klaus Bruhn; JANKOWSKI, Nicholas W. (Ed). **Metodologias cualitativas de investigación en comunicación de masas.** Barcelona: Bosch, 1993. p. 211-228.



# RÁDIOS DA REGIÃO NORDESTE DO BRASIL: as histórias narradas nos artigos da Alcar<sup>1</sup>

## RADIO STATIONS IN THE NORTHEAST REGION OF BRAZIL: the stories narrated in Alcar's papers

Izani MUSTAFÁ<sup>2</sup>

Universidade Federal do Maranhão | Brasil

Roseane ARCANJO<sup>3</sup>

Universidade Federal do Maranhão | Brasil

Nayane de BRITO<sup>4</sup>

Universidade Federal de Santa Catarina | Brasil

### Resumo

O artigo exploratório, de caráter descritivo, sistematiza um levantamento das pesquisas sobre as rádios na região Nordeste do Brasil, apresentadas em 12 encontros nacionais e em quatro da Região Nordeste, realizados pela Associação Brasileira de Pesquisadores em História da Mídia (Alcar). Os objetivos foram identificar as produções sobre alguma rádio do Nordeste e compreender as perspectivas teóricas e as abordagens adotadas pelos autores. A análise teórica tem contribuição de Haussen (2004) e Ferrarreto (2012) que apontam a necessidade de reflexão crítica dos estudos sobre o rádio. O mapeamento registrou 79 trabalhos, 62 apresentados nos eventos nacionais e 17 nos regionais.

### Palavras-chave

Rádio; Eventos Alcar; Comunicação; Nordeste; Metapesquisa

### Abstract

The exploratory paper, with a descriptive character, systematizes a survey of radio research in the Northeast region of Brazil, presented in 12 national meetings and four in the Northeast Region, conducted by the Brazilian Association of Researchers in Media History (Alcar). The purposes were to identify the productions about some radio in the Northeast and to understand the theoretical perspectives and approaches used by the authors. The theoretical analysis brings contributions from Haussen (2004) and Ferrarreto (2012), who point out the need for critical reflection of studies about radio. The mapping registered 79 papers, 62 presented at national events and 17 at regional ones.

### Keywords

Radio; Alcar Events; Communication; Northeast; Meta-research.

RECEBIDO EM 23 DE MARÇO DE 2020  
ACEITO EM 25 DE MAIO DE 2020

<sup>1</sup> Trabalho revisado e ampliado a partir da pesquisa apresentada à DTI 10– Comunicação Audiovisual do XVI Congresso IBERCOM, Facultad de Comunicación y Lenguaje, Pontificia Universidad Javeriana, Bogotá, 27-29 de novembro de 2019. Este artigo foi elaborado com o apoio da Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior – Brasil (CAPES) - FINANCE CODE 001.

<sup>2</sup> 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). Contato: izani.mustafa@gmail.com.

<sup>3</sup> Professora adjunta da graduação e da Pós-Graduação do curso de Comunicação Social/Jornalismo da UFMA, campus Imperatriz. Doutora em Comunicação Social (PUCRS), é coordenadora do Grupo de Pesquisa Jornalismo, Mídia e Memória (JOIMP). Contato: roseane.ufma@gmail.com.

<sup>4</sup> 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). Bolsista da FAPESC/SC – Brasil. Contato: nayanebritojornalista@gmail.com.

## Introdução

A presente pesquisa partiu de algumas perguntas: quais as características dos estudos que envolvem rádios da região nordeste brasileira? Quais os enfoques teóricos mais presentes nessas iniciativas? Essas inquietações levaram as pesquisadoras a reunir os artigos científicos sobre os assuntos nos congressos regionais e nacionais da Associação Brasileira de Pesquisadores de História da Mídia. A partir da pesquisa exploratória, o objetivo foi realizar um inventário dos estudos sobre a mídia sonora em artigos científicos dos congressos da Alcar, nas edições nacionais e nas regionais no Nordeste, com enfoque nas rádios da região Nordeste do Brasil.

Nos registros dos congressos, disponíveis na internet, foram localizados nos nacionais um total de 62 artigos e nos regionais mais 17 que trataram sobre alguma emissora da Região Nordeste, totalizando 79 trabalhos. O que está sendo feito? O que podemos fazer daqui para a frente? Quais fenômenos faltam ser estudados nas múltiplas perspectivas de um rádio em mutação? Após a comemoração dos 100 anos da história do rádio brasileiro, em 2019, relembrando o surgimento da Rádio Clube de Pernambuco, onde mesclam-se passado, presente e futuro, as autoras deste artigo buscaram identificar outros horizontes, além dos já traçados nos debates sobre a história da mídia sonora brasileira, dessa vez com as contribuições que têm sotaque nordestino.

O levantamento dos artigos produzidos sobre as rádios nordestinas, os métodos de pesquisa utilizados, como ocorreram a apreensão dos objetos empíricos dos trabalhos, os ângulos de abordagem e as histórias narradas vão de encontro ao alerta feito por Prata (2015) quanto a necessidade de mais estudos sobre esta mídia sonora. Segundo Prata, ainda é pouca a participação de pesquisadores do Norte, Nordeste e do Centro-Oeste no GP Rádio e Mídia Sonora, da Intercom, e no GT História da Mídia Sonora da Alcar.

A Associação Brasileira de História da Mídia surgiu através da organização da Rede Alfredo de Carvalho, constituída formalmente em reunião efetuada na sede da ABI - Associação Brasileira de Imprensa, na cidade do Rio de Janeiro, no dia 5 de abril de 2001. A iniciativa foi capitaneada pelo professor José Marques de Melo e pesquisadores de todo Brasil (ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE HISTÓRIA DA MÍDIA, 2019). O anfitrião do encontro, jornalista Fernando Segismundo, fez emblemática alusão histórica. Ele disse que a utopia ali esboçada se assemelhava ao sonho que, há um século, impulsionara Gustavo de Lacerda a lançar as bases do associativismo jornalístico no país.

A partir desse mapeamento, será possível identificar quais rádios do Nordeste são estudadas e compreender, por exemplo, as perspectivas teóricas que os pesquisadores adotaram. Esses cenários nos possibilitam ainda apreender quais os fenômenos relacionados às rádios mais estudados e quais as novas investigações que precisam ser feitas.

## **Quadro teórico construído**

Conforme Haussen (2004), nos anos de 1990, as pesquisas de rádio também analisadas focaram nos estudos da história e da memória. Haussen salienta ainda que a “[...] memória dessa evolução está sendo foco de interesse de vários pesquisadores que têm se preocupado em registrar esse panorama” (HAUSSEN, 2011, p. 110). Segundo ela,

[...] é interessante que no nosso grupo também há essa característica, que é nossa de já, de ir resgatando e não deixando perder a memória. Talvez pelo fato de muitos de nós sermos de rádio, nossa origem ser no rádio, a gente sabe o que é perder a memória. Hoje já não acontece isso, mas os primeiros trabalhos, as primeiras pesquisas todas e principalmente as programações radiofônicas foram perdidas ao longo da história, em grande parte (HAUSSEN, 2011, p. 110).

Nesse sentido, a pesquisadora realizou outros levantamentos sobre a produção envolvendo o rádio no Brasil em artigos, livros, teses e dissertações,

Izani **MUSTAFÁ** · Roseane **ARCANJO** · Nayane de **BRITO**

sempre com a finalidade de “[...] gravar a história e tudo que interessa ao rádio” (HAUSSEN, 2011, p. 110).

E, de acordo com Ferraretto, o aporte teórico ajuda a “[...] oferecer uma contribuição não para estabelecer certezas absolutas a respeito do desenvolvimento do veículo [...], mas sim para diminuir as incertezas existentes.” (FERRARETTO, 2002, p. 21). Para ele, o testemunho do passado é necessário e importante para a compreensão da atual radiodifusão. É como se o autor olhasse para o passado no retrovisor, mas com a perspectiva do presente.

## **Métodos usados**

A presente pesquisa tem como finalidade conhecer mais detalhadamente os estudos acadêmicos que envolvem as rádios na região Nordeste do Brasil, formada por nove estados (Maranhão, Piauí, Ceará, Rio Grande do Norte, Pernambuco, Bahia, Sergipe, Alagoas e Paraíba). Dessa forma, poderemos apontar as características dos trabalhos, através de uma visão ampliada do conjunto das investigações produzidas. Foram utilizadas as técnicas de pesquisa bibliográfica e análise documental. De acordo com Gil (2007), a pesquisa exploratória permite maior compreensão dos fenômenos investigados.

A técnica da pesquisa documental foi materializada por meio do acesso aos artigos apresentados nos congressos nacionais e nos da Região Nordeste, disponíveis no site da Associação de História da Mídia no endereço eletrônico [www.ufrgs.br/alcar/](http://www.ufrgs.br/alcar/). No total foram localizados 79 trabalhos apresentados com foco em rádios nordestinas. A análise documental, detalha Fonseca, envolve documentos que ainda não tinham recebido tratamento analítico e que vão passar pela visão crítica do pesquisador (FONSECA, 2002, p. 33). Difere da pesquisa bibliográfica, que parte de registros acadêmicos que receberam sistematização.

A primeira etapa da investigação consistiu na realização de levantamento dos trabalhos sobre rádios do Nordeste, a partir da consulta aos Anais da Associação Brasileira de Pesquisadores de História da Mídia – Alcar, observando atentamente os resumos. Foram levantados os quatro anos de Alcar Nordeste, a versão regional do encontro (2012 a 2018) e foram verificados também os 12 anos dos Encontros Nacionais (2003 a 2019), disponíveis no mesmo site. Os dados coletados foram organizados em tabelas do Excel, depois foram construídos quadros no Word e, posteriormente, os dados foram analisados e enquadrados em perspectivas teóricas das áreas de Ciências Sociais Aplicadas e Humanas como História e Memória.

## O rádio do Nordeste nos artigos dos congressos nacionais da Alcar (2003-2019)

De 2003 a 2019 foram realizados 12 encontros nacionais, em diferentes cidades do Brasil. Inicialmente, os congressos eram organizados uma vez por ano. A partir de 2009, os eventos científicos passaram a ocorrer de dois em dois anos. Nessas edições foram apresentados 2.677 trabalhos, sendo que somente no GT História da Mídia Sonora foram 318. E do total de artigos da História da Mídia Sonora, 62 trataram sobre rádios do Nordeste, como observamos no **Quadro 1**.

**Quadro 1:** Artigos sobre rádios na Alcar Nacional

ANO DE REALIZAÇÃO DO ENCONTRO NACIONAL	LOCAL DA REALIZAÇÃO DO EVENTO	NÚMERO DE TRABALHOS INSCRITOS EM TODOS OS GTs	NÚMERO DE TRABALHOS SOBRE RÁDIO NO GT HISTÓRIA DA MÍDIA SONORA	NÚMERO DE TRABALHOS SOBRE RÁDIOS NO NORDESTE NO GT HISTÓRIA DA MÍDIA SONORA
2003	Rio de Janeiro (RJ)	50	5	2

Izani **MUSTAFÁ** • Roseane **ARCANJO** • Nayane de **BRITO**

2004	Florianópolis (SC)	119	25	3
2005	Novo Hamburgo (RS)	184	27	2
2006	São Luís (MA)	124	27	11
2007	São Paulo (SP)	157	22	3
2008	Niterói (RJ)	332	32	8
2009	Fortaleza (CE)	214	29	11
2011	Guarapuava (PR)	217	22	1
2013	Ouro Preto (MG)	373	43	5
2015	Porto Alegre (RS)	429	34	2
2017	São Paulo (SP)	305	29	1
2019	Natal (RN)	173	23	13
<b>TOTAL</b>	-	<b>2.677</b>	<b>318</b>	<b>62</b>

**Fonte:** As autoras

Entre 2003 e 2011, os artigos inscritos para os encontros nacionais da Alcar eram publicados nos Anais sem separação por Grupos Temáticos. A partir de 2013 os trabalhos inscritos para os encontros nacionais da Alcar passaram a ser distribuídos em oito GTs: História do Jornalismo, História da Mídia Digital, História da Mídia Alternativa, História da Mídia Sonora, Historiografia da Mídia, História da Publicidade e da Comunicação Institucional, História da Mídia Audiovisual e Visual e História da Mídia Impressa.

Em 2015, o evento abarcou oito GTs, porém alguns com o nome reformulado: História do Jornalismo, História da Publicidade e da Comunicação Institucional, História da Mídia Digital, História da Mídia Impressa, História da

Mídia Alternativa, Historiografia da Mídia, História da Mídia Sonora e História da Mídia Audiovisual e Visual.

No ano de 2017, a Alcar teve nove grupos: História do Jornalismo, História da Publicidade e da Comunicação Institucional, História da Mídia Digital, História da Mídia Impressa, História da Mídia Sonora, História das Mídias Audiovisuais, História da Mídia Visual, História da Mídia Alternativa e Historiografia da Mídia.

Na edição de 2019, a Alcar organizou nove GTs: História do Jornalismo, História da Publicidade e da Comunicação Institucional, História da Mídia Digital, História da Mídia Impressa, História da Mídia Sonora, História das Mídias Audiovisuais, História da Mídia Visual, História da Mídia Alternativa e Historiografia da Mídia.

Na análise dos Anais dos eventos realizados entre 2013 e 2019, por causa da separação dos trabalhos inscritos, também foi realizada uma contagem manual de cada GT para fechar o número total. No período foram identificados 16 artigos sobre o rádio apresentados em outros grupos como História da Mídia Alternativa, Historiografia da Mídia Alternativa, Historiografia da Mídia Audiovisual e Visual, História da Publicidade e da Comunicação Institucional, História da Mídia Audiovisual e Visual, História da Mídia e Historiografia da Mídia. Porém, nenhum deles estudou alguma emissora da região Nordeste.

O levantamento dos trabalhos que estão nos Anais dos Encontros Nacionais de História da Mídia mostra que entre 2003 e 2019 foram apresentados 318 trabalhos tendo como objeto de estudo o rádio em seus diferentes aspectos e de diversas cidades brasileiras. A partir desta totalização, foram localizados apenas 62 artigos que tratavam sobre alguma rádio da Região Nordeste, que abrange 9 estados, representando 19,49% do total de artigos defendidos nesse período observado.

E foi nos anos de 2006 (11 artigos), 2008 (8 artigos), 2009 (11 artigos) e 2019 (13 artigos) que os pesquisadores apresentaram mais estudos sobre

as rádios que funcionam no Nordeste. Observamos que a presença é maior quando os encontros acontecem em cidades mais próximas à região onde os participantes moram.

## **Os artigos dos Encontros Nacionais nas perspectivas teóricas**

A partir desta compilação de números nos Anais da Alcar Nacional, a análise se deteve na perspectiva teórica utilizada por autores que analisaram a produção científica radiofônica no Brasil (HAUSSEN, 2004; MOREIRA, 2008; MOREIRA e DEL BIANCO, 1999; PRATA, 2015; PRATA, MUSTAFÁ e PESSOA, 2014; LOPEZ e MUSTAFÁ, 2012). Além de apresentar as pesquisas sobre o rádio da região Nordeste, em cada um dos 12 encontros, elas serão incluídas numa das 23 perspectivas teóricas levantadas por investigadores dentro das áreas de Ciências Sociais Aplicadas e Humanas como: História/Memória; Ensino-Aprendizagem/Educomunicação; Economia Política da Comunicação/Políticas de Comunicação; Estudos de Recepção; Semiótica; Análise de Discurso; Linguagens; Cibercultura; Estudos de Jornalismo; Comunicação Comunitária; Comunicação Organizacional; Gêneros; Mediações/Estudos Culturais; Mediatização; Interações/Interacionismo Simbólico; Estética; Imaginário; Identidade; Representações; Cartografia/Panorama/Mapeamento; Oralidade; Cultura do Ouvir/Escuta/Audição; e Performance de Corpo/Voz. Nessa observação é necessário ressaltar que alguns trabalhos podem ser inseridos em mais de uma categoria.

Em 2003, o 1º Encontro Nacional da Rede Alfredo de Carvalho foi realizado de 1º a 3 de junho, no Rio de Janeiro (RJ), e o tema foi “Mídia brasileira: dois séculos de história”. O evento teve a apresentação de 50 trabalhos, sendo que cinco tiveram como objeto de estudo o rádio e dois tratando sobre as rádios do Nordeste: “A Guerra dos Mundos em São Luís do

Maranhão”, Ed Wilson Ferreira Araújo, e “As primeiras transmissões de rádio na Paraíba”, Moacir Barbosa de Sousa. Os dois artigos trabalham com a perspectiva teórica História/Memória.

No ano de 2004, o 2º Encontro Nacional da Rede Alfredo de Carvalho aconteceu de 15 a 17 de abril, em Florianópolis (SC), com o tema “História do ensino de Jornalismo e das profissões midiáticas no Brasil”. Nessa edição totalizaram 119 artigos apresentados, sendo que 25 tratavam sobre o rádio e três de rádios do Nordeste: “Anotações para a história do rádio em Pernambuco”, Maria Luiza Nóbrega de Moraes, André Luiz de Lima e Bárbara Marques, reconstituindo a História/Memória; “Evolução do radiojornalismo paraibano”, Moacir Barbosa de Sousa, utilizando a perspectiva dos Estudos do Jornalismo; e “Morte de Getúlio, política e rádio na Bahia”, Ayêska Paula Freitas, voltado para História/Memória.

Um ano depois, em 2005, 184 artigos foram inscritos no 3º Encontro Nacional da Rede Alfredo de Carvalho, realizado de 14 a 16 de abril, em Novo Hamburgo (RS), tendo como tema “Preservando a memória da imprensa e construindo a história da mídia no Brasil”. Desse universo, 27 trataram sobre o rádio e apenas dois sobre alguma emissora do Nordeste: “Radiojornalismo cearense nos anos de chumbo: Rádio Uirapuru e a censura de 1968”, Ana Karine Zaranza, escrito sob a perspectiva de Estudos do Jornalismo; e “Timbira: a primeira Era do Rádio no Maranhão”, Amanda Cecília Marchi Silva, Darlane Rose Costa de Assis e Osmarina Pereira de Souza, reconstituindo a História/Memória.

No 4º Encontro Nacional da Alcar, realizado de 30 de maio a 2 de junho de 2006, em São Luís (MA), cujo tema foi “Imprensa 200 anos - Memória Maranhão”, do total de 124 artigos, 27 foram sobre rádio, sendo 11 a respeito de emissoras do Nordeste, representando uma participação maior de pesquisadores da região em relação aos eventos anteriores: “A Guerra dos Mundos nas ondas do rádio maranhense”, Aline Cristina Ribeiro Alves, Andréia de Lima Silva, Elen Barbosa Mateus, Kamila de Mesquita Campos, Karla Maria

Izani **MUSTAFÁ** · Roseane **ARCANJO** · Nayane de **BRITO**

Silva de Miranda, Mariela Costa Carvalho, Romulo Fernando Lemos Gomes e Sarita Bastos Costa, voltado para História/Memória; “A Rádio Universidade FM como instrumento de mediação cultural”, Paulo Pellegrini e Rose Ferreira, trabalha com Estudos de Recepção e Linguagens; “Memória do Rádio Grapiúna”, Ayêska Paula Freitas, Flávia Maciel, Jade Nascimento, Anabel Cavalcanti, Tacila Reis, Jorge Andrade Filho e Eliane Neves, é voltado para História/Memória; “O rádio dos anos cinquenta no Nordeste do Brasil: produtores e ouvintes em perspectiva”, Roberta Manuela Barros de Andrade e Erotilde Honório Silva, tem as perspectivas teóricas História/Memória e Estudos de Recepção; “Pelas ondas do rádio: a radiodifusão no início do século XX em Natal”, Rosangela Monteiro Aragão e Cristiane Monteiro Aragão, voltado para História/Memória; “Programas de auditório no rádio pernambucano”, Maria Luiza Nóbrega de Moraes, Ana Cristina Nascimento Lima e Gisele Cristina Amaral Moraes, focado em História/Memória e Gêneros; “Rádio Comunitária Mandacaru FM, trajetória e recepção”, Catarina Tereza Farias Oliveira, fundamentado em História/Memória, Comunicação Comunitária e Estudos de Recepção; “Radionovela cearense: valores sociais em 1950”, Izakeline de Paiva Ribeiro, sob a ótica da História/Memória e Gênero; “Rádios comunitárias de São Luís: histórias, lutas e conquistas das rádios Bacanga FM e Conquista FM”, Wesley Pereira Grijó, escrito a partir da História/Memória e Comunicação Comunitária; “Rádios comunitárias no Maranhão: avanços e contradições na disputa de hegemonia na mídia”, Ed Wilson Ferreira Araújo, com viés da História/Memória, Comunicação Comunitária e Economia Política da Comunicação; “Vozes que ecoam e não se calam: o programa de Rádio Axé, cultura como ferramenta no combate às intolerâncias afro-religiosas”, Gerson Carlos Pereira Lindoso e Sérgio Figueiredo Ferretti, embasado na História/Memória, Identidade e Comunicação Comunitária.

Em 2007, durante o 5º Encontro Nacional da Rede Alfredo de Carvalho, realizado em São Paulo (SP), de 31 de maio a 02 de junho, com o tema “Mídia,

Indústria e Sociedade: desafios historiográficos brasileiros” foram apresentados 157 artigos. Desse total, 22 foram focados no rádio, sendo que apenas três trataram do rádio no Nordeste: “A história e a luta pela legalização das primeiras rádios comunitárias do sertão central do Piauí”, Orlando Maurício de Carvalho Berti, fundamentados na História/Memória e Comunicação Comunitária; “Rádio-jornalismo esportivo no Piauí: do surgimento ao auge”, Gustavo Fortes Said e Raquel de Holanda Rufino, escrito com base na História/Memória e Gêneros; e “Reouvindo o Nordeste em terras paulistas: uma ponte radiofônica Fortaleza-São Paulo”, Irineu Guerrini Jr, com perspectiva de Gêneros e Identidade.

Em 2008, durante o 6º encontro, que aconteceu de 13 a 16 de maio, em Niterói (RJ), com o tema: “200 anos de mídia no Brasil - Historiografia e Tendências”, 332 artigos foram defendidos, sendo que 32 são sobre o rádio e, desses, oito trataram sobre emissoras do Nordeste: “A histórica exclusão do sertão nordestino – como as comunidades sertanejas do Piauí têm o menor número de rádios comunitárias legalizadas do Brasil”, Orlando Maurício de Carvalho Berti, escrito a partir da Comunicação Comunitária; “A mídia dos pobres - o rádio e a formação de opinião das populações de baixa renda – estudo de caso no sul da Bahia”, Abel Dias de Oliveira, Pedro de Albuquerque Oliveira e Eliana Cristina Paula Tenório de Albuquerque, tendo como suporte a perspectiva dos Estudos de Recepção; “Do improvisado à padronização: a linguagem dos locutores esportivos cearenses (1930-1950), Erotilde Silva Honório e Íkara Ferreira Rodrigues”, embasado na História/Memória, Linguagens e Gêneros; “Magro de Aço: a história viva do rádio-jornalismo esportivo piauiense”, Gustavo Fortes Said e Raquel de Holanda Rufino, contém História/Memória e Gêneros; “O rádio cearense e a chegada da televisão: o impacto da telinha sobre o microfone”, Fabricia de Sousa Vieira, foi escrito a partir da História/Memória e Economia Política da Comunicação; “Páginas “polifônicas”, sons gravados na memória: memória escrita e rádio em Fortaleza. (1932-1944)”, Emy Falcão Maia Neto, trabalha com

Izani **MUSTAFÁ** · Roseane **ARCANJO** · Nayane de **BRITO**

História/Memória e Economia Política da Comunicação; “Projeto Aler Nordeste: uma experiência de rádio participativa”, Hécio Pacheco de Medeiros, foi escrito a partir da História/Memória e Educomunicação; e “Rádio no Recôncavo da Bahia – do alto falante às transmissões radiofônicas (um estudo de caso em Cachoeira e São Félix)”, Aleneda Silva Lins, voltado para a História/Memória e Economia Política da Comunicação.

No 7º Encontro Nacional da Rede Alfredo de Carvalho, organizado de 19 a 21 de agosto de 2009, em Fortaleza (CE), com o tema “Mídia alternativa e alternativas midiáticas”, foram apresentados 214 artigos. Desse universo, 29 abordam o rádio e 11 sobre as estações do Nordeste: “A perseguição comunista no contexto do denunciamento do jornalismo carioca moderno: Dias Gomes e o caso Rádio Clube do Brasil”, Igor Sacramento, escrito com a perspectiva da História/Memória e Economia Política da Comunicação; “A popularização do rádio no Ceará na década de 1940”, Francisca Íkara Ferreira Rodrigues e Erotilde Honório Silva, é um estudo de História/Memória; “A rádio-escola no contexto de adolescentes do semiárido cearense”, Luana Amorim Gomes, com fundamentação na Educomunicação; “As memórias de Eduardo Campos e a sua atuação no rádio cearense”, Jackson de Moura Oliveira e Erotilde Honório Silva, tem História/Memória; “Chico Anysio: um radialista polivalente”, Alvaro Bufarah, também é embasado na História/Memória; “Forró e Ai: história e memória nas ondas do rádio”, Ibrantina Guedes de Carvalho Lopes, do ponto de vista da História/Memória; “O rádio na educação do homem do campo nos anos 1960: memória afetiva dos participantes do MEB no Rio Grande do Norte”, Adriano Charles Cruz e Aidil Brites Guimarães Fonseca, com estudos de História/Memória e Educomunicação; “Poder simbólico e poder político no RN: as políticas de concessões de rádio e televisão no estado do Rio Grande do Norte”, Marcilia Luzia Gomes da Costa Mendes e Kildare de Medeiros Gomes Holanda, com viés da Economia Política da Comunicação; “Rádio na cidade de Jaguaribara: Mediações no Sertão que virou

Castanhão”, Tarciana de Queiroz Mendes Campos, com aporte teoria da História/Memória e Economia Política da Comunicação; “Rádio pública e política: depoimentos sobre a Rádio Difusora de Alagoas”, Anderson David Gomes dos Santos e Naara Lima Normande, fundamentado na História/Memória e Economia Política da Comunicação; e ““Sá, Se, Si, Só Sucesso!” Paulo Limaverde e a inovação do rádio cearense na década de 1960”, Ermina Larissa de Aquino Moura Teixeira e Erotilde Honório Silva, sob a perspectiva da História/Memória.

Lembramos que a partir de 2009, os encontros nacionais da Rede Alfredo de Carvalho começaram a ser organizados de dois em dois anos, e os encontros regionais intercalando cada período. Em 2011, o 8º Encontro Nacional de História da Mídia foi realizado em Guarapuava (PR), de 28 a 30 de abril, quando 217 artigos foram apresentados, sendo 22 tendo como objeto de estudo o rádio e apenas um tratando de uma emissora do Nordeste: “A implantação do rádio no Cariri Cearense”, Erotilde Silva e Mara Rebouças, cuja fundamentação teórica se baseia na História/Memória.

Depois de 2013, a publicação dos Anais da Alcar passou a distribuir os trabalhos dentro de cada um dos oito Grupos de Trabalho. A partir daqui o levantamento ficou restrito ao de Rádio e Mídia Sonora. O 9º Encontro Nacional de História da Mídia aconteceu de 30 de maio a 1º de junho, em Ouro Preto (MG), com o tema “História da Comunicação ou História da Mídia? Fronteiras Conceituais e Diferenças”. O grupo teve a 43 artigos inscritos, com cinco sobre rádios do Nordeste: “A rádio pioneira de Imperatriz-MA a partir da memória dos ouvintes”, Nayane Cristina Rodrigues de Brito e Roseane Arcanjo Pinheiro, elaborado sob a perspectiva História/Memória; “Rádio Difusora de Alagoas – a caçula das Américas”, Ricardo Ferro e Lídia Ramires, com análise História/Memória; “Estética sonora da campanha de 30 anos da Rádio Universitária FM do Ceará”, Raimundo Nonato de Lima e Marco Leonel Fukuda, utilizando a Estética, Gêneros e Linguagem; “Pernambuco de volta a falar para o mundo: a

Izani **MUSTAFÁ** · Roseane **ARCANJO** · Nayane de **BRITO**

evolução tecnológica da Rádio Jornal do Commercio”, Marcos Araújo e Erick França, abordando o aspecto da Economia Política da Comunicação; “O radioteatro em Maceió: histórias, estórias, pessoas e personagens”, Otávio Cabral, Ana Flávia de Andrade Ferraz, Tamires de Gois e Ana Carolina Moraes Dorvillé Araújo, embasado na História/Memória, Imaginário e Gênero.

No 10º Encontro Nacional de História da Mídia, realizado de 3 a 5 de junho de 2015, em Porto Alegre (RS), com o tema “A Memória na Era Digital”, o GT História da Mídia Sonora reuniu 34 artigos, sendo que apenas dois abordaram o rádio no Nordeste: “Desafios do passado e do presente para emissoras comunitárias: uma exploração do panorama Sulmaranhense”, Nayane Cristina Rodrigues de Brito e Graziela Soares Bianchi, fundamentado na História/Memória e Comunicação Comunitária; e “Era digital: um panorama das rádios AM de São Luís”, Bruna Rafaella Almeida da Costa e Juliana Monteiro Vieira, com a perspectiva na Economia Política da Comunicação.

Em 2017, o 11º Encontro aconteceu de 8 a 10 de junho, em São Paulo (SP), com tema “Manipulações midiáticas em perspectiva histórica”. O GT de História da Mídia Sonora teve a apresentação de 29 artigos sobre rádio e apenas um tratando sobre uma estação do Nordeste: “A Popularização da programação das emissoras de Rádio FM de Campina Grande no período de 1990 a 2005”, Johan Cavalcanti Van Haandel, com abordagem teórica dos Estudos da Recepção, Linguagens e Gêneros.

O 12º encontro foi realizado em Natal (RN), entre 19 e 21 de junho de 2019. Neste evento, com o tema “A Mídia e os Estratos do Tempo: Memória, Presente e Futuros da Mídia”, foram apresentados no GT História da Mídia Sonora 23 artigos sobre o rádio. Desse total, 13 abordam diferentes aspectos de emissoras do Nordeste: “Comunicação, oralidade e criatividade: uma análise da feira livre de Nova Cruz/RN”, Renata de Andrade Alves, com perspectiva teórica na Oralidade; “Memória da cidade no rádio: no ar o que

Sobral (CE) tem de 'marromeno'", Claudiene dos Santos Costa, Bruna Franco Castelo Branco Carvalho e Silvia Helena Belmino, escrito com base na História/Memória; "Rádios universitárias da UFPE: rádios escolas e espaços para democratização da comunicação", Ana Veloso, Sheila Borges de Oliveira, Paula Reis Melo, Yvana Fachine, Diego Gouveia, voltado para Educomunicação, Economia Política da Comunicação e Cartografia/Panorama/Mapeamento; "A voz feminina: perfil e memórias das mulheres radialistas em João Pessoa", Marcella Silva Mousinho Machado e Sandra Regina Moura, abordando a História/Memória e Linguagens; "História concisa da radiodifusão universitária em Natal/RN", Ciro José Peixoto Pedroza, envolvendo a História/Memória e Cartografia/Panorama/Mapeamento; "A história dos usos das redes sociais digitais em programas esportivos das emissoras de rádio *all news* de Fortaleza", Bruno Balacó, focado na História/Memória e Economia Política da Comunicação; "A centenária Rádio Clube de Pernambuco: Registros em meios impressos documentam a origem da emissora pernambucana em 06 de abril de 1919", Pedro Serico Vaz Filho, embasado na História/Memória; "Na era do podcast, a rádio-poste sobrevive no cenário nordestino", Izani Mustafá e Giovana Mesquita, elaborado a partir da História/Memória e Comunicação Comunitária; "Vozes do rádio AM potiguar: a memória afetiva que sai do esquecimento", Hélcio Pacheco de Medeiros e Jeferson Rocha, com perspectiva História/Memória; "Histórias e Trajetórias do Rádio em Campina Grande: Por um (reconhecimento dos seus profissionais)", Inaldete Almeida Oliveira e Goretti Maria Sampaio de Freitas, com viés na História/Memória; "O rádio campinense: palcos e protagonistas dos programas de Auditório", Ana Geisa Barbosa Viana e Goretti Maria Sampaio de Freitas, com teoria da História/memória e Gêneros; "Traços da história de veículos comunitários maranhenses e suas respectivas produções radiojornalísticas", Nayane Cristina Rodrigues de Brito, fundamentado na História/Memória e Cartografia/Panorama/Mapeamento; e "Rádio transmídia em Natal: uma análise da trajetória da radiodifusão", Luciana Mendes Fonseca

Izani **MUSTAFÁ** · Roseane **ARCANJO** · Nayane de **BRITO**

e Valquíria Passos Kneipp, abordando a História/Memória, Economia Política da Comunicação e Gêneros. Essa edição foi a que teve mais trabalhos tendo como objeto de estudo o rádio do Nordeste registrado na Alcar.

No **Quadro 2** está relação das perspectivas teóricas mais utilizadas pelos autores nos artigos apresentados em 12 Encontros Nacionais da Alcar. Das 23 perspectivas teóricas listadas, apenas 13 foram identificadas nas pesquisas científicas mapeadas.

**Quadro 2:** Perspectivas teóricas dos Encontros Nacionais da Alcar

<b>PERSPECTIVAS TEÓRICAS</b>	<b>TRABALHOS (QUANTIDADE)</b>
História/Memória	47
Economia Política da Comunicação/Políticas de Comunicação	13
Gêneros	10
Comunicação Comunitária	8
Estudos de Recepção	5
Linguagens	5
Ensino-Aprendizagem/Educomunicação	4
Estudos de Jornalismo	2
Cartografia/Panorama/Mapeamento	2
Identidade	2
Estética	1
Imaginário	1
Oralidade	1

**Fonte:** As autoras

É necessário destacar que vários artigos se encaixam em mais de uma das 13 categorias. Por isso, no caso acima, não há uma totalização de 62 artigos com a temática voltada para as rádios do Nordeste.

## **Encontros Regionais do Nordeste da Alcar nos anos de 2012, 2014, 2016 e 2018**

Em 2018 os Encontros da Região Nordeste de História da Mídia Sonora completaram a quinta edição, mas as publicações dos trabalhos nos Anais da Alcar iniciaram a partir do segundo encontro, em 2012. Os eventos dessa

## RÁDIOS DA REGIÃO NORDESTE DO BRASIL: as histórias narradas nos artigos da Alcar

região têm ocorrido nas capitais dos respectivos estados: em 2012, aconteceu em Teresina, no Piauí; a capital do Maranhão, São Luís, foi sede em 2014; no ano de 2016 foi a vez de Maceió, Alagoas, receber os pesquisadores de história da mídia; e por último Recife, Pernambuco, acolheu o encontro em 2018.

O **Quadro 3**, a seguir, exhibe dados sobre os trabalhos apresentados e publicados nos Anais dos Encontros do Nordeste de História da Mídia, com abordagens sobre as rádios nordestinas.

**Quadro 3:** Rádios nordestinas na Alcar do Nordeste

<b>ANO</b>	<b>LOCAL DO EVENTO</b>	<b>NÚMERO DE TRABALHOS</b>	<b>GRUPO DE TRABALHO</b>
2012	Teresina	5	Todos os trabalhos foram apresentados no GT História da Mídia Sonora.
2014	São Luís	7	Todos os trabalhos foram apresentados no GT História da Mídia Sonora.
2016	Maceió	3	Um trabalho apresentado no GT de História do Jornalismo, um no GT História da Mídia Sonora e um no GT Historiografia da Mídia.
2018	Recife	2	Os dois trabalhos foram apresentados no GT História da Mídia Alternativa.
<b>TOTAL</b>	-	<b>17</b>	-

**Fonte:** As autoras

A verificação dos estudos sobre o meio radiofônico também foi realizada em todos os Grupos de Trabalho. Do total de 17, 13 foram apresentados no GT História da Mídia Sonora. No quadro acima foi identificado que quatro trabalhos estão distribuídos em outros três Grupos de Trabalho: História do Jornalismo, Historiografia da Mídia e História da Mídia Alternativa.

Os encontros em Teresina (2012) e no Maranhão (2014) concentraram a maior quantidade de pesquisas sobre rádios nordestinas, respectivamente cinco e sete artigos. Nos dois últimos eventos ocorridos em Maceió (2016) e Recife (2018) registrou-se pouca produção com objetos de estudos sobre o rádio no Nordeste.

## Os artigos dos Encontros Nordeste de História da Mídia nas perspectivas teóricas

Ainda partindo de uma análise panorâmica dos artigos, verifica-se que geralmente a maioria dos trabalhos apresentados estão relacionados com as histórias das rádios do respectivo estado em que ocorre o encontro regional. Algo previsível, pois facilita o acesso dos pesquisadores do estado ao evento. No **Quadro 4** estão os artigos sobre rádios e personagens da Região Nordeste identificados nos Anais da Alcar Nordeste (2012-2018).

**Quadro 4:** Artigos narram as histórias das rádios nordestinas

ANO	TRABALHOS	AUTORES
<b>2012</b>	A formação de profissionais no radialismo esportivo: recorrências na trajetória dos profissionais pernambucanos na segunda metade do século XX.	Carolina Dantas de Figueiredo.
	O surgimento do rádio no Piauí.	João Magalhães Carvalho, Thiago Ramos de Melo e Ana Regina Rêgo.
	Dídimo de Castro: destaque no radiojornalismo esportivo piauiense.	Josiane de Sousa Silva, Priscilla Vanessa dos Reis Sousa e Ana Regina Rêgo.
	Começou o jornal na Rádio Imperatriz.	Nayane Cristina Rodrigues de Brito e Alexandre Zarate Maciel.
	Os avanços da radiodifusão e a produção cultural nas rádios piauienses.	Pedro Júlio Santos de Oliveira, Thalyta Cristine Arrais Furtado Gonçalves e Ana Regina Rêgo.
<b>2014</b>	Na frequência do sucesso: trajetória da FM Terra.	Aleilton dos Santos Silva, Edmara Silva da Silva, Gilmara Lopes Teixeira, Leiliane de Araújo dos Santos, Luís Fernando França da Cunha, Rosiane Feitoza Pires, Nayane Cristina Rodrigues de Brito e Rodrigo Nascimento Reis.
	Radiodocumentário: Reynaldo Faray – O pai do ballet clássico no Maranhão.	Ana Luzia de Oliveira, Natália Christine Madeira e Giselle Marques
	Frequência 105,1: de Rádio Cultura FM à Difusora Sul FM.	Beatriz Karine Machado Sousa, Diego de Sousa, Silva, Francisca

		Daniela dos Santos Souza, Laís Pereira Ferreira, Natalia Catherine Moura Ferreira, Welton Gomes Araújo e Nayane Cristina Rodrigues de Brito.
	Produção fonográfica de São Luís. Um ponto de vista histórico.	Jailton Fonseca Sodré e Márcio Carneiro.
<b>ANO</b>	<b>TRABALHOS</b>	<b>AUTORES</b>
<b>2014</b>	Rádio comunitária em Imperatriz: o pioneirismo da Rádio Missão FM 87,9 MHz.	Rodrigo Ribeiro Bezerra, Nayane Cristina Rodrigues de Brito, Nilo Pereira Lima, Margaret Valente Pereira, Karla Mendes Santos, Angra Nascimento Silva e Lineker Costa Silva.
	Buscando alternativa: Rádio Nativa FM.	Brenda Herênio Fernandes, Stephanie Rufino Menzes, Ananda Kallyne Muniz Portilho, Raônni Veloso dos Santos, Lucas Jhonata Andrade da Silva, Vanessa de Paula de Moura Sousa Silva e Nayane Cristina Rodrigues de Brito.
	Ondas da memória: a Mirante FM e o pioneirismo da Frequência Modulada em Imperatriz.	Rhaysa Novakoski Carvalho, Nayane Cristina Rodrigues de Brito, Isabel Delice Gomes Macedo, Letícia Kuniko Sekitani e Adaylma Rocha de Sousa.
<b>2016</b>	O rádio no Brasil: do cenário nacional às Rádios Comunitárias em Alagoas.	José Wagner Ribeiro e Sheyla Crystina de Albuquerque Lima.
	<b>Enquanto o rádio digital não vem: a Rádio Feliz FM e a conquista do espaço virtual.</b>	<b>Luciana Miranda Costa, Laura Santos de Souza e Joice Dias do Nascimento.</b>
	O contexto sócio-político alagoano da fundação da Rádio Difusora de Alagoas.	Bruno Levy, José Moraes Júnior, Smack Bastos Neto e Carlos Alberto Sarmento Cavalcanti de Gusmão.
<b>2018</b>	Rádio Mulher: Gênero e resistência nas ondas da comunicação comunitária.	Ana Maria da Conceição Veloso, Fabíola Mendonça de Vasconcelos e Laís Cristine Ferreira Cardoso.
	A construção do programa Fora da Curva como opção crítica no rádio.	Yvana Fechine e Paula Reis Melo.

**Fonte:** As autoras

Izani **MUSTAFÁ** • Roseane **ARCANJO** • Nayane de **BRITO**

O Encontro Nordeste ocorrido em 2012 marca o início da publicação dos artigos nos Anais da Alcar. Cinco trabalhos com a perspectiva da História/Memória foram apresentados. Desse total, três registraram a trajetória do meio radiofônico piauiense, por personagens “folclóricos”, como o jornalista Dídimo de Castro e rádios do estado, foram eles: “Os avanços da radiodifusão e a produção cultural nas rádios piauienses”, elaborado por Pedro Júlio Santos de Oliveira e Thalyta Cristine Arrais Furtado Gonçalves; “Dídimo de Castro: destaque no radiojornalismo esportivo piauiense”, produzido pelos acadêmicos Josiane de Sousa Silva e Priscilla Vanessa dos Reis Sousa; e “O surgimento do rádio no Piauí”, de João Magalhães Carvalho e Thiago Ramos de Melo. As três produções foram orientadas pela professora doutora Ana Regina Rêgo, da Universidade Federal do Piauí.

Ainda entre os artigos de 2012 verifica-se “A formação de profissionais no radialismo esportivo: recorrências na trajetória dos profissionais pernambucanos na segunda metade do século XX”, escrito por Carolina Dantas de Figueiredo. A autora realizou uma pesquisa entre os comunicadores da mídia pernambucana para indicarem os dez nomes que consideravam mais relevantes entre os profissionais atuantes no radiojornalismo esportivo de Pernambuco. Após essa etapa realizou-se entrevistas com os personagens mais citados.

Alguns traços históricos da primeira emissora de rádio legalizada do município de Imperatriz (MA), são verificados no texto “Começou o jornal na Rádio Imperatriz”, de autoria de Nayane Brito, orientada pelo professor doutor Alexandre Zarate Maciel, da Universidade Federal do Maranhão. O texto é uma parte do livro-reportagem-história elaborado como trabalho de conclusão do curso de Comunicação Social – habilitação em Jornalismo. Verifica-se os 27 anos da emissora, de 28 de outubro de 1975 a 2005,

quando a rádio é vendida e passa a fazer parte do Sistema de Comunicação Cidade Esperança, direcionada para o público evangélico.

Os artigos de 2014 estão todos registrados no GT História da Mídia Sonora. Outras semelhanças entre os textos é o foco na História/Memória da mídia radiofônica maranhense. Somente “Rádio comunitária em Imperatriz: o pioneirismo da Rádio Missão FM 87,9 MHz” também teoriza a Comunicação Comunitária. O texto “Radiodocumentário: Reynaldo Faray – O pai do ballet clássico no Maranhão”, de Ana Luzia de Oliveira, Natália Christine Madeira e Giselle Marques, descreve o radiodocumentário biográfico sobre um personagem do ballet clássico maranhense, Reynaldo Faray, com o incentivo a conhecer a história local por meio de uma produção radiofônica.

A pesquisa do acadêmico Jailton Fonseca Sodré, orientado pelo professor doutor Márcio Carneiro, da Universidade Federal do Maranhão, “Produção fonográfica de São Luís. Um ponto de vista histórico”, investiga a criação dos estúdios profissionais de gravação de áudio em São Luís. O estudo elaborado como monografia também comporta um panorama do mercado fonográfico ludovicense, ao catalogar aproximadamente 43 estúdios.

Nos demais trabalhos apresentados em 2014 registra-se a trajetória de cinco veículos radiofônicos da cidade de Imperatriz (MA): Rádio Terra, Rádio Difusora Sul, Rádio Mirante FM, Rádio Nativa e Rádio Missão. O artigos receberam os seguintes títulos: “Na frequência do sucesso: trajetória da FM Terra”, “Frequência 105,1: de Rádio Cultura FM à Difusora Sul FM”, “Buscando alternativa: Rádio Nativa FM”, “Rádio Comunitária em Imperatriz: o pioneirismo da Rádio Missão FM 87,9 MHz” e “Ondas da Memória: a Mirante FM e o pioneirismo da Frequência Modulada em Imperatriz”, pesquisas realizadas pelos acadêmicos da UFMA, campus Imperatriz, que contribuem para o registro da história da mídia sonora imperatrizense.

Entre os três artigos registrados em 2016, dois têm como objeto de estudo o rádio alagoano. “O rádio no Brasil: do cenário nacional às rádios comunitárias em Alagoas”, escrito por José Wagner Ribeiro e Sheyla Crystina

Izani **MUSTAFÁ** · Roseane **ARCANJO** · Nayane de **BRITO**

de Albuquerque Lima, parte da história do rádio no Brasil até o início da comunicação radiofônica em Alagoas. Os autores contextualizam historicamente as emissoras comerciais destacadas como as principais do estado, citando as seguintes: Rádio Difusora de Alagoas, Rádio Gazeta de Alagoas, Rádio Educativa FM e Rádio Pajuçara FM. O trabalho menciona ainda algumas emissoras comunitárias de Maceió, como a Rádio Comunitária Serraria FM, Rádio Comunitária Litoral FM e Rádio Comunitária Voz FM.

Resultado da disciplina Memória da Mídia Alagoana “O contexto sócio-político alagoano da fundação da Rádio Difusora de Alagoas” reflete quanto ao cenário sócio-político na fundação da emissora. A partir da perspectiva História/Memória os autores Bruno Levy, José Moraes Júnior, Smack Bastos Neto e Carlos Alberto Sarmento Cavalcanti de Gusmão têm como plano de fundo as décadas de 1940 e 1950 para escreverem sobre os fatores que colaboraram para a implantação da Rádio Difusora de Alagoas, período em que o coronelismo era a principal forma política.

Partindo de uma pesquisa ampla sobre a história do rádio no Rio Grande do Norte, os pesquisadores Luciana Miranda Costa, Laura Santos de Souza e Joice Dias do Nascimento delimitaram um artigo sobre a Rádio Feliz FM, um veículo de comunicação pertencente à Igreja Paz e Vida e à Rede Feliz de Comunicação, “Enquanto o rádio digital não vem: a Rádio Feliz FM e a conquista do espaço virtual”. A partir da abordagem de História/Memória, as autoras mencionam o surgimento da emissora em dezembro de 2013, na cidade de Natal (RN), e como o veículo utiliza as redes sociais para alavancar a audiência.

Em 2018 registra-se o menor número de trabalhos. Apenas dois abordaram sobre rádios nordestinas, apresentados no GT História da Mídia Alternativa. Um deles, o artigo “Rádio Mulher: gênero e resistência nas ondas da comunicação comunitária”, elaborado a partir da perspectiva teórica de Comunicação Comunitária, desperta uma reflexão para os espaços da mulher

em veículos radiofônicos, de maneira especial na rádio comunitária Calheta FM, localizada em Cabo de Santo Agostinho, Pernambuco. A pesquisa retrata a atuação do programa *Rádio Mulher*, produzido pela ONG Centro das Mulheres do Cabo.

O segundo texto está focado nas motivações para a criação do programa *Fora da Curva*, veiculado pela Rádio Universitária FM da Universidade Federal de Pernambuco. Com abordagem História/Memória, “A construção do programa Fora da Curva como opção crítica no rádio”, de autoria das professoras Yvana Fachine e Paula Reis Melo, discorre sobre a criação do programa radiofônico como uma alternativa de análise midiática e política em meio as insatisfações das coberturas jornalísticas da mídia empresarial.

Os dois artigos oportunizam discutir, sobretudo, a democratização da mídia brasileira, a mulher no exercício do direito à comunicação e os diálogos com a sociedade. Conforme as docentes Fachine e Melo (2018, p.13) “[...] o saber é um processo de construção coletiva e a comunicação é estruturante das interações sociais”.

Todos os 17 trabalhos mapeados entre os Encontros Nordeste de História da Mídia estão relacionados com a perspectiva teórica História/Memória. Desse total, dois artigos além de abordagens históricas também agregam discussões teóricas de Comunicação comunitária.

## **Considerações finais**

A produção deste inventário exploratório sobre as rádios da região Nordeste do Brasil, identificada em artigos científicos dos congressos nacionais (2003-2019) e da região Nordeste, realizados nos anos de 2012, 2014, 2016 e 2018, da Alcar - Associação Brasileira de Pesquisadores de História da Mídia, é de fundamental importância porque se percebeu o quanto ainda é necessário investigar sobre as emissoras situadas nos nove estados que compõem a Região Nordeste.

Izani **MUSTAFÁ** · Roseane **ARCANJO** · Nayane de **BRITO**

Este mapeamento preliminar indica que em 12 encontros nacionais foram apresentados 62 artigos no GT História da Mídia Sonora que narraram principalmente aspectos da História e da Memória das rádios e de alguns personagens ligados à Radiodifusão do Nordeste. A predominância na perspectiva teórica foi da História/Memória, com 47 trabalhos, seguido da Economia Política da Comunicação, com 13 e Gêneros com 10.

Nos Anais dos Encontros Nordeste de História da Mídia foram identificados 17 artigos com objetos de estudos sobre o meio radiofônico nordestino. Todos os trabalhos partem da perspectiva teórica História/Memória e, desse total, dois estudos também fazem parte das discussões de Comunicação comunitária. Dos nove estados do Nordeste não foi localizada nenhuma pesquisa com emissoras da Bahia, Sergipe e Paraíba.

Os resultados apontam para uma similaridade em enfoques, sendo a História/Memória a de maior destaque no geral e de larga preferência, tanto nas versões dos congressos nacionais como nos regionais do Nordeste. Essa perspectiva teórica evidencia que os pesquisadores do rádio nordestino preferem um recorte acerca do passado distante, trazendo pistas, vestígios e lembranças de um rádio cujas características estão em transformação. São as memórias que auxiliam na compreensão dos personagens e das práticas que marcaram a história do rádio nordestino.

Além das temáticas mais presentes, podemos apontar os caminhos teóricos que os estudos de rádio no Nordeste não trilharam. Tanto nos encontros nacionais quanto nos regionais as temáticas estudos de jornalismo, identidades e comunicação comunitária aparecem de forma tímida, esse quadro mostra que a produção jornalística e conteúdos sonoros sobre as realidades socioculturais específicas podem ser mais investigados, principalmente em contextos tão diversos e complexos como os apresentados nos nove estados nordestinos.

Portanto, o mapeamento realizado com a observação da perspectiva teórica adotada nos artigos científicos indica que outras categorias podem ser estudadas. Principalmente por causa da chegada da internet que possibilita a convergência digital, ampliando a audiência por causa do compartilhamento nas redes sociais. Além disso, o aplicativo WhatsApp e as novas plataformas digitais permitem a escuta de podcast sob demanda, quando e onde quiser.

O rádio não é somente *broadcast* (transmissão ao vivo), porque se transmutou e hoje apresenta outras vertentes quanto à produção, circulação e captação dos materiais sonoros. Além de inserir essas temáticas nas pesquisas, novos trabalhos podem ampliar reflexões sobre as mudanças atuais no rádio nordestino, quanto às mudanças tecnológicas, aos novos padrões de produção jornalística e à participação dos ouvidos/internautas. Dessa forma, traz as conquistas e esforços do passado com as novas faces da história da mídia sonora, conectando o pretérito e o novo, o antigo e o presente.

## Referências

Associação Brasileira de História da Mídia. **O pragmatismo utópico da Rede Alfredo de Carvalho**. Disponível em: <<http://www.ufrgs.br/alcar>>. Acesso em: 29 ago. 2019.

BIANCO, Nélia Del (Org). **O Rádio Brasileiro na Era da Convergência**. Coleção GPs E-Books. São Paulo: Intercom, 2012. Disponível em: <<http://www.portcom.intercom.org.br/ebooks/arquivos/36de5131e92458974c7c409b6742cc2c.pdf>>. Acesso em: 30 nov. 2019.

FECHINE, Yvana; MELO, Paula Reis. A Construção do Programa Fora da Curva como Opção Crítica no Rádio. In: **ENCONTRO NORDESTE DE HISTÓRIA DA MÍDIA**, 5º, 2018. Universidade Católica de Pernambuco (UNICAP), em Recife. Anais do Alcar Nordeste 2018.

FERRARETTO, Luiz Artur. **Rádio no Rio Grande do Sul (anos 20, 30 e 40: dos pioneiros às emissoras comerciais)**. Canoas: Ed. da Ulbra, 2002.

FONSECA, João José Saraiva da. **Metodologia da pesquisa científica**. Fortaleza, UEC, 2002.

GIL, Antônio. **Como elaborar projetos de pesquisa**. São Paulo: Atlas, 2007.

HAUSSEN, Doris Fagundes. **A produção científica sobre o rádio no Brasil**: livros, artigos, dissertações e teses (1991-2001). Revista Famecos, Porto Alegre, v. 25, p.119-126, 2004.

\_\_\_\_\_. **Trajетória das pesquisas em rádio no Brasil**. Revista Rádio-Leituras. Ano II, Nº. 02. Edição Julho-Dezembro 2011. p. 107-115. Disponível em: <<https://periodicos.ufop.br:8082/pp/index.php/radio-leituras/article/view/379>>. Acesso em: 19 set. 2019.

KISCHINHEVSKY, Marcelo. **Rádio e mídias sociais**. Rio de Janeiro: Ed. Mauad X, 2016.

KISCHINHEVSKY, Marcelo; FERNÁNDEZ, José Luis; BENZECRY, Lena; MUSTAFÁ, Izani; CAMPOS, Luiza Borges; RIBEIRO, Cintia; e VICTOR, Renata. Estudos radiofônicos no século XXI – Perspectivas metodológicas dos trabalhos apresentados no GP Rádio e Mídia Sonora da Intercom entre 2001 e 2015. In: ZUCULOTO, Valci, LOPEZ, Debora, KISCHINHEVSKY, Marcelo. **Estudos radiofônicos no Brasil: 25 anos do Grupo de Pesquisa Rádio e Mídia Sonora da Intercom em perspectiva**. São Paulo: Intercom, 2016.

KISCHINHEVSKY, Marcelo; MUSTAFÁ, Izani; et tal.. **A consolidação dos estudos de rádio e mídia sonora no século XXI – chaves conceituais e objetos de pesquisa**. Revista Brasileira de Ciências da Comunicação. São Paulo, v.40, n.3, setembro/dezembro 2017. Disponível em: <<http://www.portcom.intercom.org.br/revistas/index.php/revistaintercom/article/view/2802>>. Acesso em: 10 out. 2019.

\_\_\_\_\_. Métodos de pesquisa qualitativa aplicada à comunicação radiofônica. In: MOURA, Cláudia Peixoto de; LOPES, Maria Immacolata Vassallo de (Org.). **Pesquisa em comunicação**: metodologias e práticas acadêmicas. Porto Alegre: EDIPUCRS, 2016.

LOPEZ, Débora Cristina; MUSTAFÁ, Izani. Pesquisa em rádio no Brasil: um mapeamento preliminar das teses doutorais sobre mídia sonora. **Revista Matrizes**, São Paulo, v. 6, n. 1, p. 189-205, 2012. Disponível em: <<http://www.revistas.usp.br/matrizes/article/view/48058>>. Acesso em: 29 set. 2019.

MELO, José Marques de; PRATA, Nair. **Radialismo no Brasil – Cartografia do Campo Acadêmico (Itinerário de Zita, a Pioneira)**. Florianópolis: Insular, 2015.

MOREIRA, Sonia Virginia. Rádio. In: MELO, José Marques de (Org.). **O campo da Comunicação no Brasil**. Petrópolis: Vozes, 2008.

MOREIRA, Sonia Virginia; DEL BIANCO, Nélia. A pesquisa sobre o rádio no

Brasil nos anos oitenta e noventa. In: LOPES, Maria Immacolata Vassalo de (Org.). **Vinte anos de Ciências da Comunicação no Brasil**. São Paulo: Editora Intercom, 1999. p. 85-95.

PRATA, Nair. Pesquisa em rádio no Brasil – O protagonismo do GP Rádio e Mídia Sonora da Intercom. In: OLIVEIRA, Madalena, PRATA, Nair (org.).

**Rádio em Portugal e no Brasil: Trajetória e Cenários**. Braga: CS Edições, 2015, v. 1, p. 219-238.

\_\_\_\_\_; MUSTAFÁ, Izani; PESSOA, Sonia Caldas. Teóricos e pesquisadores de rádio no Brasil. **Revista Brasileira de História da Mídia (RBHM)**, São Paulo, V. 3, n.1, p. 65-82, jan.2014-jun/2014. Disponível em: < <https://revistas.ufpi.br/index.php/rbhm/article/view/3966>>. Acesso em: 24 out. 2019.

**Fonte Alcar – Associação Brasileira de Pesquisadores da História da Mídia**. Disponível em: <<http://www.ufrgs.br/alcar>>. Acesso em: 12 jul. 2019.



# A NARRAÇÃO ESPORTIVA NO RÁDIO DO BRASIL: uma proposta de periodização histórica

## SPORTS NARRATION ON RADIO IN BRAZIL: a proposal for historical periodization

Ciro Augusto Francisoni GÖTZ<sup>1</sup>

Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul | Brasil

### Resumo

O seguinte trabalho tem como objetivo propor uma linha do tempo para a narração esportiva no rádio do Brasil, dividida nos períodos Desbravador, Paradigmático e Contemporâneo. Buscou-se relacionar essas etapas ao modelo de periodização do meio no país, elaborada por Ferraretto (2012). Este artigo fundamenta-se na economia política da comunicação, através de Mosco (1996), e metodologicamente por Heller (1997), na busca de cortes ou pontos de rupturas históricos. Trata-se de estudo com caráter qualitativo, descritivo e analítico, associado às modalidades de pesquisa documental, que consultou fontes primárias e secundárias, obras relevantes à locução esportiva, documentos e periódicos.

### Palavras-chave

Rádio; História; Narração Esportiva; Periodização; Economia Política da Comunicação

### Abstract

The following work aims to propose a timeline for sports narration on radio in Brazil, divided into three periods: Pathfinders, Paradigmatics and Contemporary. We sought to relate these stages to the model of periodization of the media in the country, developed by Ferraretto (2012). This article is based on the political economy of communication, through Mosco (1996), and methodologically by Heller (1997), in the search for historical cuts or rupture points. This is a qualitative, descriptive and analytical study, associated with the modalities of documentary research, which consulted primary and secondary sources, works relevant to sports speech, documents and newspapers.

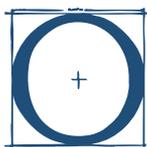
### Keywords

Radio; History; Sports Narration; Periodization; Political Economy of Communication.

RECEBIDO EM 10 DE MARÇO DE 2020  
ACEITO EM 18 DE MAIO DE 2020

<sup>1</sup> JORNALISTA pela Universidade do Vale do Rio dos Sinos (Unisinos). Doutorando e mestre (2015) em Comunicação Social pela Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul (PUCRS). Contato: cirogotz@gmail.com.

## Introdução



O seguinte artigo<sup>2</sup> tem como objetivo apresentar uma proposta de periodização histórica para a narração esportiva no rádio do Brasil. Pretende-se adaptar e aplicar, no âmbito nacional, a articulação de linha do tempo que resultou na dissertação *Narradores de futebol, dos desbravadores aos contemporâneos: estilo e técnica da locução no rádio portolegrense (de 1931 a 2015)* (GÖTZ, 2015), a qual divide a trajetória da locução da capital gaúcha em três fases: *desbravadora, paradigmática e contemporânea*.

Buscou-se relacionar essas etapas ao modelo de periodização da história do rádio no Brasil, elaborada por Ferraretto (2012), que se fundamentou pela economia política da comunicação, através de Mosco (1996), Bolaño (1988) e Brittos (1999/2002), e na cronologia radiofônica conforme Ortriwano (1985), Federico (1982) e Moreira (1991). Ferraretto ampara-se metodologicamente em Heller (1997), no sentido de procurar cortes ou pontos de ruptura. Leva-se em conta, também, o emprego posterior da proposição à história do comentário esportivo no rádio de Porto Alegre, formulado por Guimarães e Ferraretto (2018).

Este é um trabalho de caráter qualitativo, descritivo e analítico, associado às modalidades de pesquisa documental (MOREIRA, 2011) e bibliográfica (STUMPF, 2011). Através de fontes primárias e secundárias, foram consultadas obras relevantes à locução esportiva, documentos e periódicos. O estudo foi desenvolvido da seguinte forma: *Proposta de periodização: narração esportiva no rádio brasileiro; período desbravador, período paradigmático e período contemporâneo*. Ao final, são manifestadas as considerações.

---

<sup>2</sup> O presente trabalho foi realizado com apoio da Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior - Brasil (CAPES) – Código de Financiamento 001.

## Proposta de periodização: narração esportiva no rádio brasileiro

Conforme Ferraretto (2012), a economia política da comunicação ampara consideravelmente a abordagem da história, especialmente no espectro das rádios comerciais, levando em conta a dinâmica capitalista. Por outro lado, o autor ressalta a importância de se observar as particularidades intrínsecas às emissoras comunitárias, educativas, estatais e públicas. Para compreender as transformações quanto à forma, conteúdo e influências tecnológicas no âmbito do rádio, Ferraretto (2012) recorre a alguns conceitos considerados fundamentais sob o viés da economia política, de acordo com Mosco (1996):

(1) a priorização da mudança social e da transformação histórica, que, para os teóricos marxistas, passa, necessariamente, por um exame da dinâmica do sistema capitalista; (2) a tentativa de compreender a totalidade social, ou seja, a identificação de elos dos campos econômico e político com o amplo entorno cultural e social, sendo, portanto, básica a ideia da observação do objeto de estudo em um contexto mais abrangente; (3) a inclusão de uma perspectiva em que se destaca uma espécie de filosofia moral, objetivando explicitar posições éticas a respeito de práticas econômicas e políticas, muitas vezes mascaradas pelos interesses nelas envolvidos; e (4) a abordagem considerando a questão da práxis, ou seja, a relação que se estabelece entre o ser humano, produzindo e transformando o mundo e a si mesmo, e o seu entorno (MOSCO, 1996, p. 27-38).

Na aplicação desses conceitos, por exemplo, em proposta de periodização do comentário esportivo em Porto Alegre, Ferraretto e Guimarães (2018, p. 179) compreendem que o “item (1) acaba sendo priorizado, com os demais amparando a análise e a contextualização da reflexão encetada”. Entende-se que essa configuração também se aplica a este artigo sobre a narração. Ferraretto (2012) indica, ainda, que a periodização do rádio no Brasil complementa a proposta anterior de Bolaños “baseada na sucessão de ciclos de hegemonia e voltada à análise histórico-econômica da televisão brasileira” (FERRARETTO, 2012, p. 3), ajustada à reflexão radiofônica.

Ainda quanto à economia política da comunicação, os autores recorrem à reflexão de Brittos (2002) sob o aspecto da lógica da multiplicidade da oferta, que diz respeito às formas vigentes de comercialização, produção e consumo em tempos de convergência. Atualmente, além das tradicionais emissoras hertzianas, os narradores encontram espaço em plataformas digitais como as *web* rádios e podem ser acompanhados pelos ouvintes/torcedores desde computadores e celulares, o que Kischinhevsky (2008) já havia determinado de *cultura da portabilidade*.

Metodologicamente, Ferraretto (2012) e Guimarães e Ferraretto (2018) seguem as orientações de Heller (1997). Em um processo de periodização, é necessário que sejam identificados os cortes, ou pontos de ruptura, para compreender quais foram os fatores decisivos que produziram acontecimentos passados e futuros. O corte, segundo Heller, compreende a descontinuidade na continuidade e "é o princípio organizativo de toda obra historiográfica e, conseqüentemente, uma ideia universalmente constitutiva da historiografia" (HELLER, 1997, p. 130).

Ferraretto (2012) identifica três pontos de corte que definem a proposta de organização histórica do rádio brasileiro. *(1) a regulamentação da publicidade; (2) a televisão, a transistorização dos receptores e a frequência modulada; (3) a telefonia móvel, a internet comercial e as tecnologias e práticas a elas relacionadas*. A partir desses pontos de ruptura, o autor divide a história em quatro fases:

(1) fase de implantação, do final da década de 1910 até a segunda metade dos anos 1930; (2) fase de difusão, do início da década de 1930 até a segunda metade dos anos 1960; (3) fase de segmentação, do final da década de 1950 até o início do século 21; e (4) fase de convergência, de meados da década de 1990 até a atualidade (FERRARETTO, 2012, p. 6).

Para Guimarães e Ferraretto (2018, p. 181), nessas fases históricas, alguns períodos são sobrepostos, já "que o processo que determina um ponto de corte é dinâmico e que não há uma ruptura total da fase anterior até a nova

fase se tornar hegemônica”. No caso da proposta de periodização do comentário esportivo em Porto Alegre, os autores consideraram como pontos de ruptura eventos relacionados à tecnologia: “(1) a popularização dos receptores transistorizados; (2) o televisionamento dos jogos; (3) a internet e, entre outras consequências dela, as redes sociais” (GUIMARÃES e FERRARETTO, 2018, p. 181). Por consequência, definiram a linha do tempo em três fases:

(1) da crônica esportiva, do início da década de 1950 até o início de 1970; (2) do jornalismo esportivo, de meados dos anos 1960 até o início do século 21; e (3) do jornalismo esportivo convergente, da segunda metade da década de 1990 até a atualidade” (GUIMARÃES e FERRARETTO, 2018, p. 181).

Quanto à narração esportiva porto-alegrense, diferentemente de Guimarães e Ferraretto, Götz (2015) dividiu as fases diante de acontecimentos históricos considerados marcantes e bem definidos. O período desbravador teve como ponto de partida a narração protagonizada por Ernani Ruschel da vitória do Grêmio sobre a Seleção do Paraná por 3 a 1, segundo Ferraretto (2002), Dalpiaz (2002) e Duval (2012), ocorrida dia 19 de novembro de 1931, pela Rádio Sociedade Gaúcha, do Estádio da Baixada.

Já o período paradigmático começou em 1958, a partir da cobertura da Rádio Guaíba da Copa do Mundo da Suécia, com uma equipe formada totalmente por profissionais gaúchos.

E, por fim, o período contemporâneo, que segue vigente (GÖTZ, 2015), foi marcado por uma movimentação de mercado que gerou grande impacto no meio radiofônico do estado, no momento que o narrador Armindo Antônio Ranzolin, em 1984, transferiu-se da Rádio Guaíba para a Rádio Gaúcha, um dos vários determinantes da condição de liderança da emissora pertencente à Rede Brasil Sul (RBS) até a atualidade.

Compreende-se, contudo, que, no âmbito do rádio brasileiro, os processos de ruptura também são completamente dinâmicos e as fases históricas não poderiam ser divididas conforme etapas totalmente fixas, principalmente, após o advento do rádio comercial. Buscou-se, então,

relacionar e aplicar os períodos *Desbravador*, *Paradigmático* e *Contemporâneo* à linha do tempo desenvolvida por Ferraretto (2012). O próprio autor (2012, p. 21) pondera, “no entanto, que a ideia de predominância, por lógica, não significa a exclusão de outros posicionamentos”. Ferraretto (2012, p. 21) já chamava atenção, por exemplo, para o desenvolvimento associativo das *web* rádios, “juntando novos entusiastas cotizados para cobrir os custos envolvidos e voltados à produção de conteúdos hipersegmentados”.

A periodização da narração esportiva no rádio do Brasil proposta neste artigo, parte de contextualização sobre o surgimento dos primeiros narradores e a forma como aconteciam as pioneiras transmissões. Para este estudo, consideram-se os três pontos de ruptura anteriormente identificados por Ferraretto (2012). A linha, portanto, é dividida em: *Período Desbravador*, de meados dos anos 1920 até o final da década de 1950; *Período Paradigmático*, dos anos 1960 até meados de 1990; e *Período Contemporâneo*, do final do século 20 até a atualidade.

## **Período Desbravador**

Persiste, todavia, a indefinição sobre o verdadeiro pioneiro da narração esportiva no Brasil. Soares (1994, p. 22) garante que a trajetória iniciou no dia 19 de julho de 1931, quando Nicolau Tuma, pela Rádio Educadora Paulista, transmitiu, de forma integral, a vitória de São Paulo sobre Paraná por 6 a 4, em duelo válido pelo Campeonato Brasileiro de Seleções Estaduais. Contudo, Mostaro e Kischinhevsky (2016) apontam que Amador Santos, em 1925, pela Rádio Clube do Rio de Janeiro, foi o primeiro a transmitir uma partida de futebol. Segundo os autores, em certa ocasião, Santos foi impedido de narrar um clássico entre Fluminense e Flamengo, nas Laranjeiras, e, para contornar a situação, atuou desde um galinheiro, próximo ao campo. O episódio foi retratado em composição de Lamartine Babo, intitulada *As cinco estações*. Caymmi (2010) explica que a música foi composta por Babo em 1933. E foi nesse ano que, exprime Soares (1994, p. 19), “o radialista Roberto Feijó, do

departamento de esportes da Rádio Globo do Rio de Janeiro, esclareceu em uma entrevista à autora que Amador Santos começou a narrar futebol”. Quanto a Amador Santos, há ainda mais divergências. Para Cabral (2016), o locutor lançou a narração no Brasil em 1930. Federico (1982) também aponta para o pioneirismo de Santos.

Para Calabre (2004), por outro lado, a Rádio Educadora Paulista, de fato, inaugurou as transmissões esportivas, mas, em 1927. A autora afirma que a emissora teria realizado a irradiação de um duelo pelo Campeonato Brasileiro de Seleções Estaduais, naquele ano, desde o Rio de Janeiro, entre cariocas e paulistas. Teriam sido instalados alto-falantes em pontos estratégicos de São Paulo, como em frente à sede do Jornal A Gazeta. Na edição do dia 12 de novembro, o jornal anunciou a realização de serviço especial, no qual o chefe da seção de esportes, Leopoldo Sant’Anna, por telefone, informaria sobre os detalhes do confronto, mas sem fazer menção à rádio.

Em 1931, como já citado, em Porto Alegre, Ernani Ruschel foi o responsável pela primeira transmissão gaúcha. Com desconhecimento sobre o futebol, recebeu o auxílio de Ary Lund, que lhe soprou os nomes dos jogadores durante a partida. Também neste ano, o “primeiro locutor” do Brasil, Abílio de Castro, pela Rádio Clube do Recife, a emissora mais antiga do país, fundada em 1919, foi o pioneiro nas transmissões pela região norte/nordeste. Só não narrou a vitória de Seleção de Pernambuco sobre a Paraíba, por 6 a 2, de forma integral, porque teria sido expulso do campo de jogo por dirigentes do Sport, de acordo com Phaelante (1998). Contudo, em pesquisa no Jornal do Recife, foi confirmado que a partida aconteceu no dia 12 de julho de 1931, no campo da Jaqueira, estádio do América, e não na sede do Sport, por alteração do mando de jogo, em concordância com a Confederação Brasileira de Desportos. Impossibilitado de trabalhar, Castro recorreu ao amigo Edgar Altino, o qual permitiu que ele pudesse narrar da varanda de sua casa, próxima ao local. Ana Altino (2020), neta de Edgar Altino, confirmou que a residência

existe até hoje, onde está instalada a sede do Conselho Estadual de Educação de Pernambuco. Castro, sendo assim, narrou antes mesmo do que Tuma.

Segundo Mostaro e Kischinhevsky (2016), de uma forma geral, no princípio, as informações esportivas eram apresentadas durante os intervalos dos jogos, trazendo os fatos mais importantes, antes da consolidação do formato de transmissões integrais. De acordo com Guerra (2006), Nicolau Tuma, o *speaker* metralhadora, com um estilo rápido, sem figuras de linguagem, com uma narração objetiva nos lances, e Amador Santos, que transmitia de uma forma sóbria (MURCE, 1976), formaram as primeiras escolas de narração.

Se na região Sudeste, enquanto Tuma, por São Paulo, e Santos, pelo Rio de Janeiro, foram os primeiros protagonistas, em Minas Gerais, Álvaro Celso da Trindade, conhecido como Babaró, por sua vez, é considerado o primeiro narrador de futebol mineiro, pela Rádio Guarani, em 1937. Além de Abílio de Castro, no Recife, há que se destacar outros pioneiros nordestinos. Levando em conta Cadena (2010), foi no início dos anos 1930 que a narração iniciou na Bahia, com Roberto Machado Freitas e Ubaldo Cândia de Carvalho. Haroldo Miranda, por sua vez, teria realizado a primeira transmissão alagoana, em 1940, ilustram Ramires e Ferro (2012). No Pará, região norte, Saint Clair Passarinho é considerado o primeiro narrador, pela Rádio Clube, em meados dos anos 1940. Já em Goiás, a primeira transmissão aconteceu no dia 28 de fevereiro de 1943. Iamerô e Luiz Carlos irradiaram o amistoso entre Goiânia e Anápolis, pela Rádio Clube de Goiânia.

Conforme Soares (1994), a primeira escola de São Paulo teve como principais representantes, além de Nicolau Tuma, Rebello Júnior, Pedro Luiz e, atualmente, José Silvério. Em 1934, destaca Soares, novas emissoras entraram no ar, aumentando a concorrência e o mercado, como as rádios São Paulo, Cultura, Cosmos, Difusora e Excelsior. Em 1937, Tupi e Bandeirantes acirraram a disputa. Em 1940, aconteceu uma mudança significativa para a narração

paulistana, no que diz respeito à estrutura de trabalho. Com a inauguração do Estádio do Pacaembu, no dia 27 de abril de 1940, pela primeira vez, todas as emissoras teriam espaço para irradiar. Antes disso, havia um monopólio das transmissões, sobretudo pelas Organizações Byington. Naquele tempo, Cruzeiro do Sul e Cosmos, de acordo com Soares, possuíam cabines privativas em estádios como o Parque Antártica, do Palmeiras, e Parque São Jorge, do Corinthians e não era permitido o acesso a outras rádios. Com o Pacaembu, o quadro foi modificado. Em Porto Alegre, em contrapartida, informa Dalpiaz (2002), apenas em 1954, com a inauguração do Estádio Olímpico, as rádios passaram a contar com cabines.

No Rio de Janeiro, Ary Barroso, expõe Tavares (2014), iniciou sua história como locutor esportivo pela Rádio Cruzeiro do Sul, em 1936. Barroso narrou o empate entre Flamengo e Fluminense, por 1 a 1, que significou o título de campeão da Liga Carioca ao “Tricolor das Laranjeiras” daquele ano. Logo, Barroso transferiu-se para a Rádio Tupi, onde também atuou na televisão, anos mais tarde. O narrador pode ser considerado não apenas importante na história da locução esportiva carioca e brasileira. Barroso é um ícone cultural do país. Além de jornalista, foi compositor de teatro e da música popular. Compôs, por exemplo, *Aquarela do Brasil* (1939).

Segundo Guerra (2006, p. 24), em 1938, “já não se admitia a possibilidade do torcedor ficar sem a cobertura do rádio”. E foi, justamente no final de década de 1930, que dois narradores marcaram época. Oduvaldo Cozzi começou em 1933, atuando na Rádio Ipanema, tendo passagens pelas rádios Cosmos, Transmissora e Nacional. Nessa última, em 1938, tornou-se diretor executivo. Pela Rádio Gaúcha, foi responsável por introduzir a técnica de narração lance por lance. Contudo, foi além. Na Rádio Mayrink Veiga, uma das principais emissoras da carreira, conforme Guerra (2006, p. 27), “foi o primeiro a colocar repórteres em diferentes campos, informando o andamento de outras partidas, mas sem a preocupação vocal destes repórteres”. Segundo

Gonçalves (2012, p. 232), “sua voz era lenta e apresentava um vocabulário que o tornou um dos locutores mais líricos do rádio brasileiro”.

Integrante da segunda escola, de Amador Santos, em 1936, Geraldo José de Almeida iniciava sua carreira no rádio. Em 1938, já fazia parte da Rádio Record, onde efetivou sua carreira no esporte. Começou com apenas 17 anos, após ser aprovado em um concurso. Foi reconhecido pelo grande entusiasmo no seu estilo de narração e também por ter criado uma série de bordões. É dele, por exemplo, o apelido “Seleção Canarinho”, dedicado à Seleção Brasileira. É dono de expressões como: “Lindo, Lindo, Lindo!”, “Mata no peito e baixa na terra” e “o que é isso, minha gente?”.

Em 1938, aconteceu a primeira transmissão esportiva em rede internacional, da Copa da França, que contou com as emissoras Cruzeiro do Sul, do Rio de Janeiro, Cruzeiro do Sul, de São Paulo e Rádio Clube, de Santos, comandadas pela Rádio Clube do Brasil, do Rio de Janeiro. Leonardo Gagliano Neto, destaca Tavares (2012, p. 414), foi “o autor dessa façanha”. O dia 5 de junho de 1938, aponta Guerra (2006), é um marco na transmissão esportiva brasileira, pois, pela primeira vez, foi irradiada uma partida da Seleção Brasileira em Copas do Mundo, com vitória por 6 a 5 diante da Polônia.

De acordo com Couto (2017), a partir dos anos 1940, a crônica esportiva popularizou-se no Rio de Janeiro e atingiu seu ápice nos anos 1950. Couto acrescenta que o rádio proporcionou um impacto emocional aos ouvintes e ultrapassou o caráter meramente informativo. O meio tornou-se um “elemento importante na vida do carioca e do brasileiro, tendo o esporte como um dos fatores decisivos nesta relação entre veículo e indivíduo” (COUTO, 2017, p. 513).

Quanto ao período desbravador, caberia destacar, ainda, uma série de importantes nomes fundamentais para a trajetória inicial da narração. Podem ser citados Pedro Luiz, considerado um dos mais importantes narradores do rádio paulista, devido à sua técnica e profissionalismo. Cândido Norberto, que,

em 1949, realizou a primeira transmissão internacional pelo rádio do Rio Grande do Sul. Das coberturas de Copas do Mundo, no final do período desbravador, o mundial de 1950, sem dúvidas, ficou marcado pela derrota do Brasil, em pleno Maracanã, para o Uruguai. E daquele torneio notabilizaram-se, ainda, narradores pelo Rio de Janeiro como Luiz Mendes e Waldir Amaral, da Rádio Globo, Jorge Curi e Antonio Cordeiro, pela Rádio Nacional, e também não se pode esquecer de Rebello Júnior, “homem do gol inconfundível”, e do narrador Édson Leite.

## **Período Paradigmático**

Um dos primeiros representantes do período paradigmático também foi um desbravador. “Abrem-se as cortinas e começa o espetáculo”. Essa é a frase mais conhecida da trajetória de Fiori Gigliotti<sup>3</sup>, narrador que virou uma lenda da narração esportiva no rádio do Brasil. Iniciou a carreira em 1947 e, em 1952, atuou na Rádio Bandeirantes. Popularizou-se pelo seu estilo descritivo, mas, essencialmente, emotivo, “ao lado de seu ‘famoso escrete do rádio’” (SCHINNER, 2004, p. 44). Gigliotti foi um dos pioneiros a tratar a narração como uma “obra de arte”. Incorporou frases do tipo “e o tempo passa”, “aguenta coração”, “torcida brasileira”, “crepúsculo do jogo”, “balão subindo, balão descendo”, entre outras.

Outro narrador paradigmático é José Carlos Araújo, o “Garotinho”, responsável por uma importante mudança estrutural na forma das transmissões esportivas no rádio brasileiro. Introduziu o conceito de “futebol show”, no qual havia aplicava um estilo de irradiação com a “bola rolando efetivamente -, com o pré-jogo, os 90 minutos de partida e o pós-jogo. Essa atitude levou à mudança na nomenclatura do evento, que passou a ser chamado de jornada esportiva” (MADUREIRA, 2016, p. 64). Formado em Geografia, pela Universidade do Estado do Rio de Janeiro (UERJ), foi professor ao longo de 14 anos. Para Schinner (2004, p. 2019), o “Garotinho” consagrou-

---

<sup>3</sup> Faleceu em 2006, aos 77 anos.

se no rádio carioca, no mesmo período enquanto, em São Paulo, Osmar Santos conquistava grande prestígio, nos anos 1970. “Ambos abusavam de vinhetas, trilhas e músicas, bem como de pessoas que participavam direta ou indiretamente das transmissões” (SCHINNER, 2004, p. 52). Após uma série de experiências na carreira, atualmente, aos 79 anos, segue narrando pela Super Rádio Tupi.

São Paulo também possuía o seu próprio “Garotinho”, neste caso, Osmar Santos<sup>4</sup>, de acordo com Schinner (2004), conhecido como “pai da matéria”. Para Schinner (2004, p. 45), Osmar Santos poderia ser “talvez a última grande marca inovadora do rádio”. É considerado no meio esportivo como o maior narrador da história do rádio brasileiro. “Um dos gênios da narração esportiva de todos os tempos. Preciso, dicção perfeita, agilidade e perfeição nos lances, jogadas, a cada passe, lançamento e gol” (CHAMMAS, NUNES e OLIVEIRA, 2012, p. 317). Além dos diversos bordões e frases clássicas como “ripa na chulipa e pimba na gorduchinha”, “parou por que, por que parou?”, “vai garotinho porque o placar não é seu”, Santos também criou personagens como o “Animal”, dedicado ao jogador Edmundo, atleta que se destacou com as camisas de Palmeiras e Vasco da Gama, reconhecido, também, pelo temperamento forte. Seu grito de gol foi uma verdadeira marca registrada: “E que goooooo!”.

Não só de narradores foi constituída a fase paradigmática, mas também de, pelo menos, uma fundamental representante feminina da locução. Zuleide Ranieri<sup>5</sup>, em 1971, comandou a primeira equipe esportiva exclusivamente feminina, pela Rádio Mulher. Segundo Mendonça, um dos *slogans* da emissora dizia “a cada mulher no estádio, um palavrão a menos”. Foi um período em que o futebol ainda era um esporte ligado, predominantemente, ao sexo masculino e, por isso, havia uma série de dificuldades e preconceitos, oriundos

<sup>4</sup> Em 1994, em decorrência de grave acidente automobilístico, Santos sofreu uma série de sequelas que afetaram a sua capacidade de expressão vocal.

<sup>5</sup> Faleceu em 2016, aos 70 anos, em decorrência de um infarto.

das arquibancadas. De qualquer forma, Ranieri entrou para a história como a primeira narradora esportiva feminina e uma das pioneiras em âmbito mundial.

Além dos narradores citados, uma gama consideravelmente alta de qualificados locutores marcaram época entre as décadas de 1960 e 1990 no rádio do Brasil. Podem ser destacados profissionais como Pedro Carneiro Pereira<sup>6</sup>, considerado o melhor de todos os tempos do Rio Grande do Sul, Haroldo de Souza, que levou a Porto Alegre uma série de influências e estilos de narrar do Paraná, São Paulo, Rio de Janeiro e Minas Gerais, com uma locução repleta de bordões, Armindo Antônio Ranzolin, narrador extremamente técnico e que coordenou equipes das rádios Guaíba e Gaúcha, Luiz Alberto Penido, o “Garotão da Galera”, também dono de uma série de figuras de linguagem, com grande destaque por emissoras do Rio de Janeiro, Doalcei Benetido Bueno, um narrador de muita técnica e formador de grandes equipes esportivas e José Silvério, o “pai do gol”.

No período paradigmático popularizou-se, ainda, a narração identificada, especialmente em Belo Horizonte, algo que persiste até a atualidade. Alberto Rodrigues, conhecido como “Vibrante”, por exemplo, é o narrador que está há mais tempo atuando no rádio da capital mineira. Iniciou sua carreira em 1961, na Itatiaia. Narrou pela Inconfidência durante 10 anos, mas retornou à Itatiaia, onde aplica os relatos dedicados à torcida do Cruzeiro. Já Willy Fritz Gonser<sup>7</sup> foi um dos maiores narradores do rádio mineiro e, para Guiotti (2014, p. 419), “escreveu com uma bela voz uma das mais completas carreiras da imprensa brasileira”. Conforme o autor (2014, p. 420), a história do Atlético-MG não poderia “ser contada sem a presença do cronista que mais se identificou com o time de Reinaldo, Cerezo, Éder e de inúmeros garotos que cresceram ouvindo gritar ‘é gol do Galooooooooo’”. Minas Gerais também consagrou nomes como Vilivaldo Alves e Jota Júnior.

---

<sup>6</sup> Faleceu tragicamente, em 1973, durante acidente automobilístico no autódromo de Tarumã, no Rio Grande do Sul.

<sup>7</sup> Faleceu em 22 de agosto de 2017, aos 80 anos.

Além dos avanços tecnológicos, com a melhoria da qualidade de captação dos microfones, com a evolução de aparelhos reprodutores, gravadores e estrutura técnica e externa nos estádios e apesar da forte e gradativa influência da televisão, o rádio continuou amplamente inserido e popular entre as camadas sociais do país. A transmissão esportiva já havia se tornado parte da cultura do futebol, acompanhando os ouvintes dentro e fora das arquibancadas. Foi uma fase de produção e criação de vinhetas e a consagração de bordões. Tecnicamente, a narração, de uma forma geral, também atingiu sua forma mais acentuada na descrição dos detalhes, da visão periférica e da velocidade dos relatos, efetuando-se, assim, como um espetáculo.

## **Período Contemporâneo**

Por fim, este artigo chega ao período contemporâneo, compreendido entre o final do século 20 e a atualidade. Muitos narradores que se tornaram paradigmáticos, continuam desempenhando a função, como Haroldo de Souza, que atua pela Rádio Grenal, e o citado José Carlos Araújo, pela Super Rádio Tupi, apesar do perceptível desgaste natural de suas respectivas capacidades vocais.

Em pesquisa cartográfica no Rio de Janeiro produzida por Madureira e Kischinhevsky (2015), os autores alertam que, em tempos de convergência, ainda não se descobriram novas fórmulas de se produzir algo novo, principalmente no que concerne à programação e a narração esportiva que repete fórmulas do passado. Ainda assim, Madureira (2016) ressalta que jovens e experientes profissionais, influenciados pelos personagens referidos, continuam levando as emoções do esporte aos ouvintes cariocas, tais como: Edílson Silva, Evaldo José e Rodrigo Campos, da Band News FM, Maurício Moreira, da Super Rádio Brasil, Ruy Fernando, pela Rádio Nacional, Rodrigo Campos e Bruno Cantarelli, na Transamérica.

Mesmo com a dificuldade em se criar o “algo novo”, há narradores do período contemporâneo que alcançaram grande prestígio e audiência. É o caso de Mário Henrique “Caixa”, um dos principais nomes do rádio mineiro da atualidade. Um de seus bordões mais conhecidos é o termo “caixa!”, que utiliza durante os gritos de gols nas transmissões. “Caixa” assumiu como narrador titular dos duelos do Atlético-MG em 2009, assim que Willy Gonser deixou a função. Diante da sua popularidade, “Caixa” elegeu-se deputado estadual e secretário de Estado e Turismo.

O rádio precisou se adaptar às novas tendências tecnológicas, assim como a narração. Considerando Ferraretto (2012, p. 17), a introdução da telefonia celular e internet “vai fazer com que se conforme uma nova fase histórica em termos de rádio, na qual influenciam também novos modos de acesso à informação e de relacionamento derivados dessas duas tecnologias”. Mesmo assim, nesta fase de convergência, o autor defende que o rádio mantém certas características:

(1) a possibilidade de recepção da informação enquanto o indivíduo realiza outra atividade; e (2) a capacidade do meio atuar como uma espécie de companheiro virtual, com cada integrante do público recebendo a mensagem como se fosse o único destinatário desta (FERRARETTO, 2012, p. 19).

Em tempos de multiplicidade da oferta (BRITTOS, 2002) e de portabilidade (KISCHINHEVSKY, 2008), os narradores não transmitem mais apenas pelas ondas hertzianas de amplitude modulada ou frequência modulada. Agora, são várias possibilidades que estão sendo exploradas pelos meios de comunicação. Além das irradiações por *streaming*, emissoras estão retransmitindo as partidas através de páginas identificadas pelo Facebook ou *Youtube*, sincronizando o som da jornada com um plano de imagens dos profissionais presentes nas cabines dos estádios ou nos estúdios, quando ocorrem via *off-tube*. Não que o uso de tecnologias para esses fins seja uma novidade. Já na Copa de Inglaterra, em 1966, o recurso do “tubo” era utilizado. Em tempos de convergência, a função da narração também está acompanhando novas tendências de mercado. Seguindo a lógica da ampliação

do jornalismo multimídia e multitarefa no Brasil (BERTOLINI, 2017), em 2017, o Grupo RBS anunciou a fusão dos portais da Rádio Gaúcha e do Jornal Zero no site GaúchaZH. Dois anos antes, havia sido inaugurada a “era dos jornalistas que narram”, pela Rádio Gaúcha, onde a locução vem, atualmente, tornando-se uma atribuição.

Por fim, ainda há dois fatores a serem destacados no período contemporâneo da narração no Brasil. Primeiramente é quanto ao retorno do caráter associativo, segundo Ferraretto. Está cada vez mais acessível a elaboração de emissoras de *web* rádios identificadas ou não com os clubes de futebol, que vêm se tornando opções na “batalha” pela audiência. São emissoras que, em grande parte dos casos, os próprios colaboradores, como se sócios fossem, bancam despesas técnicas e de deslocamento para compromissos. E, aos poucos, as mulheres estão sendo reinseridas no universo da narração. Em 2017, Isabelly Moraes tornou-se a primeira mulher a narrar futebol em Minas Gerais, pela Rádio Inconfidência. Mais recentemente, no Rio Grande do Sul, em 2019, Valéria Possamai narrou um duelo entre as equipes femininas de Grêmio e Internacional, pela Rádio Grenal.

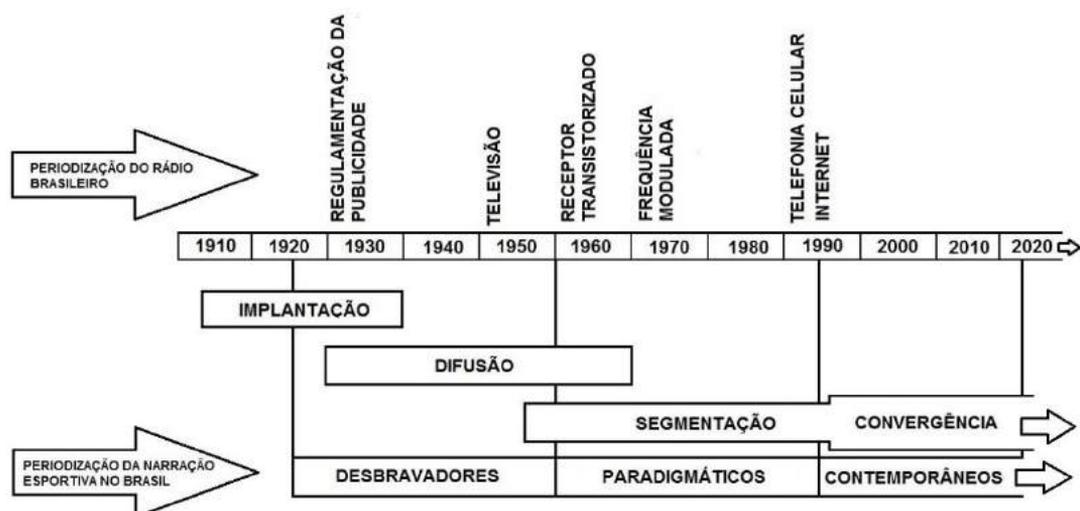
## Considerações finais

Ao longo deste artigo, buscou-se validar um modelo de linha do tempo da narração esportiva no rádio brasileiro. A figura<sup>8</sup> a seguir aplica, cronologicamente, os períodos *desbravador*, *paradigmático* e *contemporâneo* ao esquema de periodização do rádio brasileiro elaborado por Ferraretto (2012).

**Figura 1** – Modelo de periodização da narração de futebol no âmbito do rádio brasileiro

---

<sup>8</sup> Nesta figura, foi mantida grande parte da elaboração gráfica de periodização do rádio brasileiro, proposta por Ferraretto (2012), acrescido dos períodos correspondentes à narração apresentados por este autor (2020).



**Fonte:** Modelo elaborado por Ferraretto (2012) e adaptado por Götz (2020).

A fase dos narradores desbravadores aconteceu entre o período de implantação, difusão e segmentação do rádio, que teve como pontos de corte, segundo Ferraretto (2012), a regulamentação da publicidade e o advento da televisão.

Caracterizou-se por um período em que, no princípio, o narrador era a figura central das transmissões. Aos poucos, houve a introdução de outros componentes como comentaristas e repórteres. Tratou-se, também, de um momento de evolução tecnológica e de gradativo investimento publicitário, principalmente no futebol, que muito antes das irradiações já era um esporte popular. Como destacado, o processo de narração iniciou de forma improvisada, mas, foram sendo desenvolvidas diferentes técnicas que seguem vigentes na atualidade.

O período paradigmático, por sua vez, pode ser considerado o ápice da técnica e da criatividade dos narradores brasileiros. Concentra-se, segundo Ferraretto (2012), entre as fases de difusão, segmentação e princípio da convergência, tendo como pontos de corte a introdução de receptores transistorizados, que fez do rádio um “companheiro” dos ouvintes nos estádios, a partir dos anos 1960. Destaca-se a ampliação do espectro do meio para a frequência modulada (FM), o que melhorou indiscutivelmente a

qualidade de som transmitido e captado, e a introdução da telefonia celular e internet. Desta fase, foram consagrados nomes que, até hoje, são considerados insuperáveis, como Osmar Santos e Fiori Gigliotti.

Já o período contemporâneo está integrado entre as fases de segmentação e convergência do meio. Trata-se de um período onde as receitas do passado, no que concerne às técnicas de narração, são repetidas conforme estratégias consagradas. Não se percebe uma evolução que acompanhe o desenvolvimento tecnológico dos anos seguintes, a partir da metade da primeira década do século 21. Há, de fato, narradores que mantêm um grande índice de popularidade, muito em razão do frequente uso e relacionamento pelas redes sociais. No período contemporâneo, a narração de rádio acontece também mediante plataformas diferenciadas e, atualmente, o celular tomou o posto de “companheiro dos torcedores”.

Pesquisar a narração esportiva no rádio do Brasil é um desafio constante e segue em aberto. Este artigo deixou uma série de lacunas, principalmente sobre a descrição da locução em outras regiões do país. Não seria possível traçar toda a história neste espaço limitado. Procurou-se, no entanto, propor uma periodização que permita uma organização temporal mais efetiva e adequada para futuras observações. Nesta reflexão, tem-se a certeza de que o assunto não está esgotado. Necessita-se, mais do que nunca, projetar novas possibilidades, identificar problemas e reconstruir a história, sempre que possível.

## Referências

- 5º Campeonato Brasileiro de Futebol. **A Gazeta**. São Paulo, 12 nov. 1927. In: Acervo Digital Biblioteca Nacional. Disponível em: <http://memoria.bn.br/DocReader/docreader.aspx?bib=763900&pasta=ano%20192&pesq=>. Acesso em: 2 mar. 2020.
- 8º Campeonato Brasileiro de Foot-ball: o grande embate de hoje. **Jornal do Recife**. Recife, 12 jul. 1931. In: Acervo Digital Biblioteca Nacional. Disponível em: <http://memoria.bn.br/DocReader/docreader.aspx?bib=705110&pasta=ano%20193&pesq=>. Acesso em: 18 dez. 2019.

- ALTINO, Ana Lúcia. Depoimento concedido ao autor. (WhatsApp). Rivera, 2020.
- BERTOLINI, Jeferson. **Jornalista multimídia e multitarefa: o perfil contemporâneo do trabalho precário no jornalismo.** Animus. Santa Maria, v. 38, n. 31, p. 213-228, 2017.
- BOLAÑO, César Ricardo Siqueira. **Mercado brasileiro de televisão.** Aracaju: Programa Editorial da Universidade Federal de Sergipe, 1988.
- BRITTOS, Valério Cruz. **A televisão no Brasil, hoje: a multiplicidade da oferta.** Comunicação e Sociedade. São Bernardo do Campo, n. 31, p. 9-34, 1999.
- BRITTOS, Valério Cruz. **O rádio brasileiro na fase da multiplicidade da oferta.** Verso & Reverso, São Leopoldo, ano 16, n. 35, p. 31-54, jul.-dez. 2002.
- CADENA, Nelson. **História.** Rádio Sociedade da Bahia, Salvador, 18 fev. 2010. Disponível em: <https://web.archive.org/web/20100218130723/http://www.radiosociedadeam.com.br/capa/historia.aspx>. Acesso em: 9 dez. 2019.
- CABRAL, Sérgio. **No tempo de Ary Barroso.** São Paulo: Lazuli, 2016.
- CALABRE, Lia. **A Era do Rádio.** Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2004.
- CHAMMAS, Alberto, NUNES, Mônica Rebecca Ferrari, OLIVEIRA, Letícia Carneiro Mottola de. Nicolau Tuma. In: PRATA, Nair, Santos, Cláudia. **Enciclopédia do rádio esportivo brasileiro.** Florianópolis: Insular, 2012. p. 314-316.
- COUTO, André Alexandre Guimarães. Manchete Esportiva e sua primeira fase (1955-1959): Diálogo entre Imagens e Crônicas Modernas. In: XV Encontro Regional de História da ANPUH-Rio, 2012, Rio de Janeiro. **Anais... XV Encontro Regional de História da ANPUH-Rio.** Rio de Janeiro: FFP/UERJ, 2012. p. 1-11.
- CAYMMI, Stella Teresa Aponte. **O que é que a baiana tem?** Dorival Caymmi na Era do Rádio. 2010. Tese (Doutorado em Letras) - Programa de Pós-graduação em Letras, PUC-Rio, 2010.
- COM equipe composta somente por mulheres, Rádio Grenal transmite Grenal feminino. **Coletiva.net**, Porto Alegre, 19 set. 2019. Disponível em: <https://www.coletiva.net/comunicacao/com-equipe-composta-somente-por-mulheres-radio-grenal-transmite-grenal-feminino,320242.jhtml>. Acesso em 1 mar. 2020.
- DALPIAZ, Jamile Gamba. **O futebol no rádio de Porto Alegre: um resgate histórico (dos anos 30 à atualidade).** Porto Alegre. 2002. 187 f. Dissertação (Mestrado em Comunicação e Informação) – Faculdade de Biblioteconomia e Comunicação, Universidade Federal do Rio Grande do Sul, 2002.
- DUVAL, Adriana Ruschel. Ernani Ruschel. In: PRATA, Nair, Santos, Cláudia. **Enciclopédia do rádio esportivo brasileiro.** Florianópolis: Insular, 2012. p. 245-247.
- FEDERICO, Maria Elvira Bonavita. **História da comunicação: rádio e TV no Brasil.** Petrópolis: Vozes, 1982.

FERRARETTO, Luiz Artur. **Rádio no Rio Grande do Sul (anos 20, 30 e 40):** dos pioneiros às emissoras comerciais. Canoas: Editora da Ulbra, 2002.

FERRARETTO, Luiz Artur. **Uma proposta de periodização para a história do rádio no Brasil.** Revista Eptic. Sergipe, v. 14, n. 2, p. 1-24, mai/ago. 2012.

GONÇALVES, Douglas. Oduvaldo Cozzi. In: PRATA, Nair, Santos, Cláudia. **Enciclopédia do rádio esportivo brasileiro.** Florianópolis: Insular, 2012. p. 232-233.

GÖTZ, Ciro Augusto Francisconi. **Narradores de Futebol, dos Desbravadores aos Contemporâneos.** Estilo e técnica da locução no rádio porto-alegrense (de 1931 a 2015). 2015. 296 f. Dissertação (Mestrado em Comunicação Social) – Faculdade de Comunicação Social, PUCRS, Porto Alegre, 2015.

GUERRA, Márcio de Oliveira. **Rádio x TV - O jogo da narração:** A imaginação entra em campo e seduz o torcedor. 2006. 246 f. Tese (Doutorado em Comunicação) - Escola de Comunicação da Universidade Federal do Rio de Janeiro, UFRJ, Rio de Janeiro, 2006.

GUIMARÃES, Carlos Gustavo Soeiro; FERRARETTO, Luiz Artur. **O comentário esportivo no rádio de Porto Alegre:** uma proposta de periodização histórica. Revista Brasileira de História da Mídia, v. 7, n. 1, p. 178-194, jan/jun. 2018.

GUIOTTI, Marcos. Willy Gonser. In: PRATA, Nair, Santos, Cláudia. **Enciclopédia do rádio esportivo mineiro.** Florianópolis: Insular, 2014. p. 419-420.

HELLER, Agnes. **Teoría de la historia.** México: Fontamara, 1997.

KISCHINHEVSKY, Marcelo. **Cultura da portabilidade e novas sociabilidades em mídia sonora – Reflexões sobre os usos contemporâneos do rádio.** In: Sociedade Brasileira De Estudos Interdisciplinares Da Comunicação. 31º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação. 15f. Texto apresentado no Núcleo de Pesquisa Rádio e Mídia Sonora. Natal, 5 set. 2008.

MADUREIRA, Paulo Sérgio de Jesus. **Panorama da narração radiofônica de futebol na Região Metropolitana do Rio de Janeiro no início do século XXI.** 2016. 129 f. Dissertação (Mestrado em Comunicação Social) - Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Universidade do Estado do Rio de Janeiro, PPGCom/Uerj, Rio de Janeiro, 2016.

MENDONÇA, Renata. Demoramos, mas chegamos: o 1º jogo da seleção narrado por uma mulher. **UOL**, Brasil, 17 jun. 2018. Disponível em: <<https://dibradoras.blogosfera.uol.com.br/2018/06/17/demoramos-mas-chegamos-o-1o-jogo-da-selecao-narrado-por-uma-mulher/>>. Acesso em: 02 mar. 2020.

MOREIRA, Sonia Virgínia. **O rádio no Brasil.** Rio de Janeiro: Rio Fundo, 1991.

- MOREIRA, Sonia Virgínia. **Análise documental como método e como técnica.** In: DUARTE, Jorge; BARROS, Antônio (Org.). Métodos e técnicas de pesquisa em comunicação. São Paulo: Atlas, 2011. p. 269-279.
- MOSCO, Vincent. **The political economy of communications: rethinking and renewal.** Londres: Sage, 1996.
- MOSTARO, Filipe Fernandes Ribeiro; KISCHINHEVSKY, Marcelo. **Narrativas sobre as primeiras transmissões de jogos internacionais da seleção brasileira.** Letra. Imagen. Sonido, v. 15, n. 1, p. 147-165. 2016.
- MURCE, Renato. **Bastidores do Rádio – Fragmentos do Rádio de Ontem e de Hoje.** Rio de Janeiro: Imago, 1976.
- ORTRIWANO, Gisela Swetlana. **A informação no rádio: os grupos de poder e a determinação dos conteúdos.** São Paulo: Summus, 1985.
- PHAELANTE, Renato. **Fragmentos da história do Rádio Clube de Pernambuco.** Recife: CEPE, 1998.
- PRATA, Nair; SANTOS, Cláudia. **Enciclopédia do rádio esportivo brasileiro.** Florianópolis: Insular, 2014.
- RAMIRES, Lídia; FERRO, Ricardo José Oliveira. Haroldo Miranda. *In:* PRATA, Nair, Santos, Cláudia. **Enciclopédia do rádio esportivo brasileiro.** Florianópolis: Insular, 2012. p. 33.
- SCHINNER, Carlos Fernando. **Manual dos locutores esportivos: como narrar futebol e outros esportes no rádio e na televisão.** São Paulo: Panda, 2004.
- SOARES, Edileuza. **A bola no ar: O rádio Esportivo em São Paulo.** São Paulo: Summus, 1994.
- STUMPF, Ida Regina C. Pesquisa bibliográfica. In: DUARTE, Jorge; BARROS, Antônio (Org.). **Métodos e técnicas de pesquisa em comunicação.** São Paulo: Atlas, 2011. p. 51-61.
- TAVARES, Reynaldo C. **Histórias que o rádio não contou: do galena ao digital, desvendando a radiodifusão no Brasil e no mundo.** São Paulo: Paulus, 2014.
- VALENÇA, Suetônio Soares. **Tra-la-lá: vida e obra de Lamartine Babo.** Rio de Janeiro: FUNARTE, 2014.



# A MODULAÇÃO DO DISCURSO DO RADIOJORNALISMO DIANTE DA INTERNET

## THE MODULATION OF THE SPEECH OF RADIOJOURNALISM IN THE INTERNET

Alvaro Bufarah JÚNIOR<sup>1</sup>

Universidade Presbiteriana Mackenzie | Brasil

### Resumo

O meio rádio teve suas características ampliadas e potencializadas pela internet, possibilitando uma diferenciação de seus conteúdos por meio de uma alteração na produção, edição e transmissão, e ganhando mais agilidade com a digitalização do áudio e demais informações necessárias para atender a um público com mais poder de escolha. Essas mudanças levaram a alterações profundas no formato das narrativas, que evoluíram para ter maior proximidade com o público, deixando de ser uma comunicação mais formal para ser mais informal, baseada na coloquialidade e com forte influência das redes sociais. Este texto traz algumas considerações sobre as variáveis de modulação entre a fala e a escrita no radiojornalismo após o advento da internet.

### Palavras-chave

Radiojornalismo; discurso; narrativa; internet; notícia.

### Abstract

The media radio had its characteristics expanded and enhanced by the internet, making it possible to differentiate its contents through a change in production, editing and transmission, and gaining more agility with the digitization of audio and other information necessary to serve an audience with more power of choice. These changes led to profound changes in the format of the narratives, which have evolved to be closer to the public, moving from being more formal communication to being more informal, based on colloquiality and with a strong influence of social networks. This text brings some considerations about the modulation variables between speech and writing in radiojournalism after the advent of the internet.

### Keywords

Radiojournalism; discourse; narrative; internet; news.

RECEBIDO EM 22 DE MARÇO DE 2020  
ACEITO EM 11 DE MAIO DE 2020

<sup>1</sup> Doutor pelo programa de Letras da Universidade Presbiteriana Mackenzie, Pós-doutorando do programa de Pós-Graduação em Jornalismo da Universidade Federal de Santa Catarina e integrante do Grupo de Investigação em Rádio, Fonografia e Áudio (Girafa) no mesmo programa. Contato: abufarah@uol.com.br.

## Introdução

**P**ara Lage (2005, p. 73), o que caracteriza o texto jornalístico e o que o diferencia dos demais é o volume de informações factuais resultantes da apuração e dos tratamentos dos dados, que têm o objetivo informar e não convencer. O autor complementa que a base do texto jornalístico é a notícia, que é a exposição de um ou mais fatos novos ou desconhecidos do mesmo evento com suas circunstâncias. Neiva (2013, p. 401) conceitua esse fato como o “relato de fatos e acontecimentos, recentes ou atuais, ocorridos no país ou no mundo, veiculado em um meio de comunicação e o assunto tema deste relato”. Muitos autores utilizam o conceito de notícia como sinônimo de informação, porém, devemos diferenciar ambos conceitos. Para este estudo, utilizaremos a definição de Neiva (2013, p. 205), para quem a informação é “conhecimento ou fato de interesse geral, tornado de conhecimento público ao ser divulgado pelos meios de comunicação”. Portanto, podemos afirmar, com base nos conceitos expostos, que a notícia contém informações necessárias para serem apresentadas ao público, sendo ela o conteúdo produzido, editado e entregue ao consumidor.

Ortriwano (1985, p. 90) amplia o conceito de notícia quanto à sua estruturação ao afirmar que é permitido encarar a notícia como algo que se constitui de dois componentes básicos: a) uma organização estável, ou componente lógico; b) elementos escolhidos segundo critérios de valor essencialmente cambiáveis que se organizam na notícia (o componente ideológico). Dessa forma, a autora considera notícia a base de toda a atuação informativa, dependendo do tratamento que recebe na elaboração da mensagem. Meditsch (1999, p. 275) propõe uma abordagem diferenciada para o discurso do radiojornalismo, em que afirma que a notícia no meio radiofônico não transmite apenas a realidade, mas cria a representação sobre ela, em que se manifestam não apenas o referencial de realidade, como também a subjetividade de seus produtores e a intersubjetividade de sua inserção social,

idiossincrasias pessoais, valores e saberes profissionais, constrangimentos, orientações organizacionais etc., e determinações históricas e culturais que estabelecem as possibilidades e os limites de abordagem da realidade operada pela rádio informativa.

O autor indica que, embora a informação trazida pelo jornalismo seja a mesma que está nos diversos meios, no rádio, há uma série de diferenças pontuais que configuram especificidades da notícia, que estabelecem uma relação com a natureza eletrônica do meio, que, por sua vez, difere dos discursos da oralidade da comunicação imediata da vida cotidiana e da escrita.

Para Meditsch (1999, p. 276-277), a forma do discurso no meio rádio tem como padrão diferencial o suporte material auditivo e sua condição de invisibilidade, que estabelecem características únicas ao formato da linguagem que, por sua vez, teve seu uso condicionado devido às limitações do meio e às adaptações trazidas do jornalismo impresso (antecessor do rádio na linha histórica de desenvolvimento dos meios). O pesquisador complementa afirmando que o gênero não ocorre no discurso, mas por meio dele, na interação social por ele possibilitada, uma vez que o conteúdo da informação radiofônica é condicionado intersubjetivamente pelo emissor e pela audiência (auditório) a que se destina, e a amplitude dessa audiência e sua posição social também condicionam a forma de construção da realidade da mensagem informativa radiofônica.

Para Angel Faus Belau (1981, p. 169), o produto sonoro radiofônico vai além das estruturas condicionantes do programa inserido na programação de uma emissora, para assumir uma dimensão ampla, marcada pela intencionalidade da produção de um conteúdo específico que condiciona a mensagem a ser enviada. Dessa forma, esse produto diferencia-se pelos seus atributos técnicos e psicológicos dentro do espectro das comunicações humanas.

O meio radiofônico encontrou no gênero jornalístico um dos seus pilares para a programação (música-esportes-notícias); isso pode ser verificado pelo fato de que no processo de segmentação das emissoras foram criadas algumas especializadas em informação. No entanto, todos os gêneros estão baseados na mesma estrutura narrativa originada nas limitações técnicas do meio.

No radiojornalismo, os textos (estruturados em roteiros) são produzidos para o melhor entendimento do público. Para tanto, o uso da voz e de outros recursos sonoros são fundamentais. No rádio, os elementos que “carregam” e organizam a informação são a voz, a oralidade, conjugada a outros signos sonoros (ruído, música), e o silêncio. A palavra propõe o conteúdo do fato transmitido, enquanto o ruído, a música e o silêncio ambientam e oferecem ao ouvinte a sensorialidade; isto é, são responsáveis por “transportar” o receptor ao “clima”, ao cenário do acontecimento, proporcionando a chamada criação de imagens mentais, tão faladas quando o objeto de estudo é o meio de comunicação rádio analógico. Quando sonoplastia e texto entram em equivalência, um traço da materialidade da palavra é emprestado à sonoplastia e vice-versa. Trata-se da transmutação do verbal em sonoplastia (efeito sonoro e trilha) e da sonoplastia em verbal em um processo de equivalência e justaposição de sentidos, em que paralelismo e simultaneidade se equilibram (SILVA, 1999, p. 81).

Armand Balsebre (2000, p. 27) define o sistema semiótico radiofônico como um conjunto de formas sonoras e não sonoras representadas por sistemas expressivos da palavra, da música, dos efeitos sonoros e do silêncio, cuja significação vem determinada pelo funcionamento conjunto desses recursos na recepção sonora e imaginativa-visual dos ouvintes.

## **A narrativa do discurso do radiojornalismo**

Partiremos do ponto definido por Greimas (2012, apud FIORIN, 2013 p. 6), que toma o texto como a unidade de análise semântica básica, subdividida em três categorias de estudo: a gerativa, que estabelece modelos que

apreendem os níveis de invariâncias crescentes do sentido, de tal forma que se perceba a diferenciação dos termos em diversos níveis do texto; a sintagmática, que explica a produção e a interpretação do discurso, e não apenas suas unidades lexicais; e a geral, que tem como postulado as unicidades do sentido, que pode ser manifestada por diferentes planos de expressão.

Para tanto, Greimas indica em sua teoria do discurso que a sintaxe contrapõe a semântica, e a sintaxe dos diferentes níveis do percurso gerativo é de ordem relacional, ou seja, é um conjunto de regras que rege o encadeamento das formas de conteúdo na sucessão do discurso (apud FIORIN, 2013, p. 21).

A semântica do nível fundamental abriga as categorias que estão na base da construção de um texto, sendo estabelecidas pela diferença e na oposição entre os termos. No entanto, para que esses termos possam ser antagônicos, eles devem ter uma relação entre si, um traço comum que permita estabelecer uma diferença entre eles. Sendo assim, termos opostos de uma categoria semântica mantêm entre si uma relação de contrariedade, tendo como premissa o fato de que são contrários aos termos que estão em uma relação de pressuposição recíproca. A semântica e a sintaxe do nível fundamental representam a instância inicial do percurso gerativo e procuram explicar os níveis mais abstratos da produção, do funcionamento e da interpretação do discurso.

Os textos são narrativas complexas em que uma série de enunciados são organizados hierarquicamente para dar a impressão de sentido. Esse conjunto contém o nível discursivo, que é marcado pelas formas abstratas do nível narrativo, revestidas de termos que lhe dão concretude. Então, a sintaxe discursiva ocorre quando os esquemas são assumidos pelo sujeito da enunciação, que converte o discurso, sendo a enunciação o ato de produção do discurso em uma instância pressuposta pelo enunciado (produto da

enunciação). Ao ser produzida, deixa marcas no discurso que constrói, e, mesmo quando os elementos da enunciação não aparecem no enunciado, ocorre a enunciação, pois não existe frase que seja enunciada sozinha. Nesse ponto de vista, há sempre um “eu” que diz para um “tu” projetado no enunciado no “aqui” e no “agora”. Dessa forma, o eu e o tu são actantes da enunciação e participantes da ação enunciativa. Quando podemos identificar essas marcas no enunciado, dizemos que o discurso é enunciativo, e quando não identificamos, afirmamos que o discurso é enuncivo. No caso dos discursos jornalísticos, o enunciador é o autor do texto (eu) que escreve para uma audiência (ouvintes = tu, no caso do rádio) em um momento marcado pelo instante da realização do fato que está sendo narrado.

Por sua vez, a sintaxe do discurso abrange dois aspectos: as projeções da instância da enunciação no enunciado e as relações entre o enunciador e enunciatário (argumentação). Para Fiorin (2013), se a enunciação se define a partir de um eu-aqui-agora, cria-se o discurso-enunciado, em que se projeta para fora os atores do discurso, bem como suas coordenadas espaçotemporais, em que utilizamos as categorias de pessoa, espaço e tempo. Para a realização desse processo, lançamos mão de dois mecanismos básicos: a debreagem e a embreagem.

A debreagem é o mecanismo que projeta no enunciado as pessoas, o tempo e o espaço. Ela pode ser enunciativa, quando temos as marcas expressas no texto, ou enunciva, quando elas não estão explicitadas. Para cada uma dessas categorias há três tipos de variações: de pessoa (actancial), de espaço (espacial) e de tempo (temporal).

A debreagem enunciativa projeta no enunciado o eu-aqui-agora da enunciação, instalando no enunciado os actantes enunciativos (eu/tu), os espaços enunciativos (aqui, aí etc.) e os tempos enunciativos (presente, pretérito perfeito e futuro do presente). Já a debreagem enunciva é construída

com o “ele”, o “algum lugar” e o “então”, ou seja, ocultam-se os actantes, o espaço e os tempos do enunciado (FIORIN, 2013).

As debreagens enunciativas e enuncivas produzem dois tipos de discurso básicos: o de primeira e o de terceira pessoa, em que o primeiro produz o efeito de subjetividade e o segundo, de objetividade, já que na enunciativa o “eu” se coloca dentro do discurso e a enunciva ausenta-se dele. Dessa forma, narrar em primeira ou terceira pessoa é uma opção do enunciador, que visa transmitir efeitos de aproximação ou de distanciamento dentro do discurso. Esse discurso com efeito de objetividade é a base da linguagem jornalística, pois buscar apresentar a “verdade” dos fatos narrados na matéria apresentada e é um recurso muito utilizado no texto do radiojornalismo para dar o sentido de que o enunciador (jornalista) narra a história “como absolutamente ocorreu”. Dessa maneira, a construção do texto é planejada para ter marcas de espaço e tempo que revelam a urgência e a importância dos fatos para o cotidiano dos ouvintes.

Também é possível que o enunciador utilize o recurso das debreagens internas ou de segundo grau, quando estabelece novos interlocutores dentro do texto, dando voz a cada um deles, criando simulacros de diálogos. Esse recurso é muito utilizado em textos jornalísticos para dar voz às fontes de informação em entrevistas, edições e matérias que utilizam como apoio trechos dos discursos de personagens que participaram da ação ou a presenciaram.

Já no discurso indireto não há debreagem interna, pois ouvimos a voz do outro pela voz do narrador, que, por sua vez, pretende apresentar uma análise do que o outro disse. Para esse tipo de discurso, temos duas variantes básicas: a analisadora de conteúdo e a analisadora de expressão. Na primeira, o narrador apresenta o que foi dito sem uma preocupação com as curiosidades da expressão, importando somente o “objetivo”. Na segunda, não tem importância o conteúdo apresentado, mas sim, as particularidades de expressão, as maneiras de dizer, focando em caracterizar o ator cujo discurso

é analisado. Ambos formatos podem ser reconhecidos em textos jornalísticos no rádio, quando da audição de boletins (entradas dos repórteres sem trechos de entrevistas), em que narram o que lhes foi contado, em muitos casos incluindo detalhes das expressões físicas ou de estado de ânimo dos personagens envolvidos.

Fiorin (2013, p. 68) indica que, se nos discursos diretos, as fronteiras ficam nítidas entre a fala do narrador e da personagem, no discurso indireto, a fala do narrador invade a da personagem e ressoam duas vozes na fala do enunciador: a do narrador e da personagem. Nesse caso, no radiojornalismo, o jornalista (enunciador) faz uma triagem dos dados, hierarquizando e privilegiando o que lhe parece mais interessante para a construção da narrativa. Assim, ao entrar no ar, afirma que ouviu da fonte as informações ali apresentadas, dando caráter de isenção no texto e sentido de verdade às informações filtradas para a narrativa.

Toda estrutura narrativa pressupõe uma unidade básica formatada em um texto. Barros (2011, p. 7) define texto de duas formas, sendo a primeira o objeto de significação entre destinador e destinatário em um processo de comunicação, e a segunda, a caracterização como elemento inserido em ambientes culturais diferentes, contidos em uma sociedade de classes, determinado por formações ideológicas específicas, tendo como base para sua análise o contexto histórico-cultural envolvido.

O enunciado elementar da sintaxe narrativa dá-se pela relação de transitividade entre dois actantes, o sujeito e o objeto. Eles relacionam-se por meio de duas funções transitivas diferentes: a junção, a relação do sujeito com um objeto qualquer, e a transformação, momento de alteração do estado do sujeito ou do objeto na narrativa. Importante destacar que, nesse contexto, o sujeito da narrativa é executor das ações narradas e o objeto em questão, o objetivo pelo qual foram realizadas as ações apresentadas. No texto jornalístico

isso fica mais claro, o sujeito da notícia é o ator dos fatos narrados, sendo que o jornalista é o enunciador (autor do texto).

As relações hierárquicas do enunciado estabelecem o programa narrativo, ou sintagma elementar da sintaxe narrativa, baseada em um enunciado de fazer que rege um enunciado de estado, integrando estados e transformações.

Importante destacar que a enunciação tem como característica a mediação entre as estruturas narrativas e discursivas, sendo reconstituídas a partir das “marcas” espalhadas no discurso. Ao analisarmos o discurso, não podemos deixar de avaliar as condições socioculturais, econômicas, políticas e estruturais que nortearam a sua construção, a partir das marcas deixadas pelo enunciador.

Ao utilizar conceitos da semiótica para a análise do discurso e da enunciação nele contido, avaliamos as diferentes projeções da enunciação utilizadas na construção do discurso. Segundo Barros (2011, p. 54), a enunciação projeta para fora de si os actantes e as coordenadas espaçotemporais do discurso, que não se confundem com o sujeito, o espaço e o tempo da enunciação, operação que denominamos desembreagem. Ou seja, o sujeito da enunciação tem uma série de opções para projetar o discurso, tendo em vista os efeitos de sentido que deseja produzir. Analisar esses processos significa verificar quais os procedimentos utilizados para construir o discurso e quais são os efeitos de sentido produzidos pelos elementos discursivos utilizados. Nesse sentido, é comum utilizarmos esse referencial teórico para avaliarmos textos ficcionais, deixando o gênero jornalístico como um conteúdo acima dessa discussão, pois é apenas a representação da verdade. No entanto, devemos ter como premissa que todo discurso procura persuadir seu destinatário de que é verdadeiro. Assim, podemos afirmar que os mecanismos discursivos buscam, por finalidade, criar a ilusão da verdade e,

para tanto, utilizam dois efeitos básicos: proximidade e distanciamento da enunciação ou realidade e referente.

O primeiro conceito é facilmente percebido nos textos jornalísticos que utilizam de certa objetividade para manter a enunciação afastada do discurso como garantia de imparcialidade. Contudo, concretamente, esse processo é nada mais do que o uso de recursos para “fingir” a realidade que é fabricada pela ilusão do distanciamento, pois toda enunciação é filtrada pelos valores de seu enunciador. O principal recurso é a produção de um discurso em terceira pessoa no tempo do “então” e no espaço do “lá”. Esse procedimento é denominado desembreagem enunciativa. A intenção é parecer que o fato narrado é analisado com certo cientificismo de quem observa distante o ocorrido, visando neutralizar a enunciação, expondo o ponto de vista dos outros. Dessa forma, o jornalismo cria o efeito de verdade objetiva evitando arcar com a responsabilidade do que é expresso, pois transmite a opinião da fonte, e não dos profissionais ou dos meios de comunicação. Em contraposição a esse efeito, registramos a desembreagem enunciativa em primeira pessoa, em que se fabrica a impressão de subjetividade na visão dos fatos vivenciados e narrados, apresentando alto grau de parcialidade. A narrativa jornalística no meio rádio vale-se de ambos efeitos para dar a sensação de veracidade aos fatos apresentados, seja quando o repórter apresenta a matéria ao vivo, no momento do acontecimento, seja na inclusão de breves falas de personagens que servirão para dar respaldo às afirmações do conteúdo.

Os recursos da enunciação são baseados em efeitos obtidos por meio de procedimentos diversos, sendo a enunciação sempre pressuposta e nunca manifesta no texto, ela se projeta de diferentes forma e fins (BARROS, 2011, p. 57). Esse processo é apresentado na hierarquização das várias vozes dentro do discurso, sendo o narrador o delegado da enunciação no discurso de primeira pessoa. Nesse contexto, o sujeito atribui ao narrador a voz para narrar

o discurso em seu lugar. Após assumir o controle da narrativa, o narrador pode, por sua vez, ceder inteira ou parcialmente às palavras de seus interlocutores.

Nos textos em terceira pessoa há diversos procedimentos que utilizamos para assumir a condução do discurso, entre os quais está o observador, que é como o narrador, o delegado da enunciação, mas não lhe cabe contar a história, tampouco determinar um ou mais pontos de vista sobre o discurso e dirigir seu desenvolvimento.

Devemos acrescentar a esse contexto a organização do saber e as relações possíveis entre os papéis do discurso e os da narrativa. Dessa forma, a enunciação distribui o saber de diferentes modos para a obtenção de efeitos diferenciados. Assim, o discurso jornalístico utiliza-se desse recurso com efeito duplo: de objetividade e de referência da verdade. O discurso jornalístico apresenta, de forma “imparcial”, o saber de várias fontes diferentes, e o jornalista (observador) congrega o saber de todas elas para obter a verdade absoluta e ilimitada.

O efeito de realidade ou de referente apresenta-se nas ilusões discursivas de os fatos contados serem “coisas ocorridas”, de os seres envolvidos serem reais, de que o discurso copia o real. Na sintaxe do discurso, os efeitos de realidade são apresentados, em geral, em desembreagens internas. Dentro do texto, apresenta-se a palavra dos interlocutores em discurso direto, em que se constrói a cena que serve de referente do texto, criando a ilusão de uma situação real de diálogo. Contudo, esses efeitos de referente (ou de realidade) são construídos, em sua maioria, por meio de procedimentos da semântica discursiva, e não da sintaxe. Nesse caso, o recurso é denominado ancoragem, em que se ata o discurso a pessoas, os espaços e as datas que o receptor reconhece como reais, preenchendo esses elementos de traços sensoriais que os “iconizam”, fazendo com que finjam ser cópias da realidade.

A ancoragem actancial (temporal, espacial) e a delegação interna de voz são dois dos procedimentos de obtenção da ilusão de referente ou de realidade (BARROS, 2011, p. 61). Dessa forma, podemos afirmar que a estrutura da narrativa do radiojornalismo está repleta de marcas que indicam a relação de espaço e tempo como referência da narrativa, amparada pela hierarquização das vozes dentro do texto, organizadas pelo enunciador (jornalista), configurando-se como fundamental para o sentido de verdade, pressuposto básico dos textos jornalísticos.

## **A modulação entre o tempo da fala e da escrita no radiojornalismo**

A professora Diana Luz Pessoa de Barros (2001, p. 58) apresenta uma linha de estudos coerente e auxiliar a esses conceitos, uma vez que analisa a escrita e a fala como sistemas cognitivos complementares, e não paralelos ou concorrenciais. A pesquisadora examina as duas modalidades pela perspectiva de uma organização textual-discursiva em que há graus ou posições intermediárias de variações entre os polos. Dessa forma, afirma que os textos falados e escritos têm papéis diferentes nas sociedades que servem, e ambos constroem sentidos em modos diversos, com estratégias e procedimentos diferentes ou preferenciais. Para tanto, as posições intermediárias entre fala e escrita também são outras formas de produzir sentido nos discursos.

Barros analisa as características temporais, espaciais, actoriais do discurso falado/escrito e os traços de oralidade e sincretismo da expressão – conjuntos de elementos utilizados em várias pesquisas como diferenciadores das modalidades (fala e escrita). Neste texto, utilizaremos esses referenciais teóricos desenvolvidos por Barros (2001, p. 59).

Com relação ao aspecto temporal, devemos salientar que na fala a elaboração e produção coincidem, enquanto na escrita há dois momentos diferentes: o primeiro em se elabora o texto, e o segundo em que ele é efetivamente produzido. Esse contexto indica que a concomitância, ou não, da

elaboração e da produção decorre de três características: planejamento e não planejamento, ausência e presença de marcas de formulação e de reformulação e ainda, continuidade versus descontinuidade. Assim, separam-se: a escrita planejada antes de sua realização não apresenta marcas de formulação e de reformulação e suas unidades duram mais do ponto de vista da dimensão e da complexidade, e fala não planejada antecipadamente apresenta traços de formulação e de reelaboração que assumem diferentes papéis na interação verbal e ocorre de forma fragmentada em “jatos ou borbotões” (BARROS, 2001, p. 61).

Ao aplicarmos esses conceitos aos meios de comunicação, podemos entender que as notícias apresentadas (faladas) nos jornais de televisão e no rádio são planejadas antecipadamente por meio de textos escritos, que praticamente serão lidos com pequenas mudanças no momento de sua realização. Para que isso ocorra, o texto é estruturado de forma mais entrecortada, com unidades menores e menos complexas para facilitar o entendimento. Porém, com o uso de novos recursos tecnológicos trazidos pela revolução da informação, os textos dos meios eletrônicos passaram a ser construídos com menos tempo de apuração, sendo muitas vezes improvisados pelos apresentadores de rádio que leem e interpretam os conteúdos apresentados pelas redes sociais, agências de notícias e outros canais noticiosos disponíveis no ambiente on-line.

De toda forma, a base de produção dos noticiosos ainda é o levantamento de dados com entrevista, que têm diferentes graus de planejamento, como a preparação da pauta, a entrevista propriamente dita e a edição. Com o plano feito previamente, a entrevista tem menos marcas de elaboração e reelaboração. Contudo, há modificações na edição da fala para a escrita, uma vez que o editor altera a estrutura do conteúdo retirando hesitações e as características entrecortadas da fala que foi gravada para ser veiculada.

Devemos somar a essas características as diferenças do espaço, uma vez que as falas pressupõem um contado direto em um tempo determinado, em que as partes envolvidas utilizam recursos como gestos, expressões faciais e corporais, além de entonações das vozes. Já no texto escrito temos o destinador e destinatário centrados no mesmo espaço. Assim, o emissor lança mão de outros recursos de linguagem para complementar sua mensagem (por exemplo: falou bravo!). Portanto, não é possível assumirmos que os discursos falados e escritos produzam os mesmos efeitos de sentido. Há diferentes posições relativas ao espaço do discurso que decorrem textos diferentes, que empregam recursos e estratégias linguísticas-discursivas diversas para assegurar a comunicação e a interação entre os sujeitos envolvidos.

Outro fator diferencial é o ator na fala e na escrita, pois é o sujeito que assume papéis na organização narrativa do discurso, investidos da categoria de pessoa e preenchidos por temas e/ou figuras. Além das diferenças já reconhecidas de “falantes e ouvintes” e “escritores e leitores”, temos de colocar nesse contexto temas e figuras diferentes relacionadas aos recursos distintos de expressão (sonoridade e visualidade).

Elementos que também distinguem os atores da fala e da escrita dizem respeito aos papéis narrativos que cumprem e ao investimento na categoria de pessoas. Resultantes desses conceitos, temos alguns dos traços mais comuns de individualização da fala e da escrita: a construção coletiva do texto em pelo menos duas vozes ou a quatro mãos e a alternância de papéis entre falantes e ouvintes versus a construção individual do texto (ou de uma voz) e a ausência de alternância de papéis (escritor/leitor). No meio rádio, desde seus primeiros programas, podemos registrar a participação popular por meio de telefonemas, cartas, concursos, programas de auditório etc. Ou seja, os programas radiofônicos, incluindo os jornalísticos, buscam promover essa alternância de papéis, e, após o processo de digitalização dos conteúdos, essa variação ficou mais nítida com o uso das redes sociais.

Também temos a aproximação versus o distanciamento da enunciação dando o efeito de imparcialidade ou parcialidade, dependendo da aproximação ou distanciamento do enunciatário para com o discurso. Esse recurso é a base da tentativa de dar credibilidade ao texto jornalístico, em que o autor se posiciona de forma a criar um distanciamento linguístico dos fatos para parecer isento em sua narrativa.

Cabe destacar outro elemento importante, que é a descontração versus a formalidade, recursos que derivam do uso do vocabulário empregado para dar efeitos diferentes (intimidade, aproximação, imparcialidade, verdade etc.). Esse é outro elemento discursivo facilmente reconhecido nas programações radiofônicas, pois o meio busca identificação maior com os ouvintes por meio de uma linguagem mais próxima da “falada”, são aceitos alguns desvios da língua culta à pretexto de facilitar o entendimento dos receptores. O último traço apontado por Barros (2001) é a simetria ou a assimetria dos papéis dos atores no discurso, devendo ser desdobrados em três tipos: convencionais, sociais e pessoais.

Os procedimentos do discurso constroem diferentes papéis convencionais para os atores (entrevistador/entrevistado; expositor/debatedor; escritor/leitor etc.) e sociais, com ou sem desequilíbrios (professor/aluno; patrão/empregado; amigo/amigo etc.), e diferentes papéis pessoais ou de estilo, de modo a conduzir a interação (escolha de tópicos, manutenção ou não de turnos etc.) (BARROS, 2001, p. 70). Esses papéis podem ser identificados nos conteúdos jornalísticos a partir da leitura simples dos posicionamentos discursivos apresentados nas matérias, entrevistas, citações de informações veiculadas em uma emissora jornalística.

### **Considerações finais**

Cabe destacar que a distinção rígida entre fala e escrita não se sustenta do ponto de vista dos atores, assim como no espaço e no tempo, levando a considerarmos posições intermediárias em todos os aspectos mencionados.

Alvaro Bufarah **JÚNIOR**

Em suma, podemos indicar que língua e fala são definidas por um conjunto de elementos que, muitas vezes, não estão presentes nos usos linguísticos; o que se tem de fato são posições intermediárias entre a “língua” e a “fala”, estabelecendo assim modos e formas diversas de produzir sentidos e de constituir relações entre os sujeitos, situação que pode ser registrada ao avaliarmos as diversas formas (entonação, linguagem, locução etc.) apresentadas se comprarmos a divulgação de uma mesma notícia por programas diferentes em emissoras distintas. Os produtores de conteúdo buscam adaptar seus textos às características de suas audiências, levando a uma variação linguística diversificada ao narrarem o mesmo fato.

A estrutura do texto locutado, no meio rádio, era baseada no roteiro impresso em laudas. A linguagem era de um texto escrito para ser “falado” pelos apresentadores de tal forma a lembrar a interação de uma conversa. Para tanto, o texto era composto com marcas do discurso de um diálogo em tempo real do locutor com os ouvintes. Com o impacto das tecnologias de comunicação, a linguagem passou a ser menos lida e mais improvisada em uma conversa entre o apresentador e os ouvintes, baseadas nos materiais que são acessados pelo jornalista no estúdio da emissora.

O efeito de imparcialidade ou parcialidade, dependendo da aproximação ou distanciamento do enunciatário para com o discurso, ainda é a base da tentativa de dar credibilidade ao texto jornalístico, em que o autor se posiciona de forma a criar um distanciamento linguístico dos fatos para parecer isento em sua narrativa. Com o uso das redes sociais, deslocamos o sentido de verdade, que antes estava nas falas das fontes (especialistas, pesquisadores, testemunhas etc.) e dos repórteres, para as múltiplas vozes que ressoam pelo *WhatsApp* e demais redes sociais. Podemos afirmar que o discurso do radiojornalismo mudou para agregar novas vozes, mas mantém o controle ideológico e operacional dos processos de veiculação. Como resultado, as narrativas dos radiojornais foram deslocadas para uma nova estrutura de

modulação mais próxima da fala de improviso, distanciando-se da fala estruturada nos roteiros, escrita para ser verbalizada pelos locutores. Esse processo adequa-se melhor à torrente de informações que chega aos monitores computacionais dos apresentadores a cada minuto, impossibilitando a reestruturação das notícias em roteiros previamente organizados e minuciosamente trabalhados para terem uma ordem de apresentação justificada pela priorizadas das informações em blocos de editorias. Após a introdução dos novos conceitos de comunicação baseados na digitalização, os temas são escolhidos pela relevância momentânea, sendo possível o surgimento, nos minutos seguintes, de outros acontecimentos mais interessantes para serem veiculados.

A caracterização desse processo de produção está na articulação das informações seguindo a lógica de prioridades dos sites das agências de notícias na web. Os demais meios de comunicação passaram a interagir com esse novo tempo de publicação, deixando de lado a checagem dos dados, algo que era fundamental nos antigos radiojornais. A velocidade de veiculação precede a natureza dos próprios fatos narrados. Com o pretexto da velocidade, alteramos as narrativas jornalísticas no rádio buscando maior audiência, mas acabamos por fragilizar os processos de apuração das informações. Ao somarmos isso a uma linguagem mais informal e focada em nichos de audiência, temos uma nova realidade, com narrativas enxutas, construídas de forma rápida e não reflexiva, dando status de verdade a informações produzidas por pessoas não identificadas em condições também desconhecidas. Com isso, ampliamos a interação com os ouvintes, mas perdemos a qualidade dos dados apresentados, ferindo os conceitos basais do radiojornalismo como um produto sociocultural diferenciado, como apresentado por Meditsch (1999). O radiojornalismo precisa buscar novas formas de entendimento do cenário tecnológico e seus desdobramentos para produzir conteúdos realmente diferenciados, voltando a ter mais protagonismo no cotidiano dos ouvintes,

evitando a colagem de materiais originados nas redes sociais, sites e demais fontes, dando valor às entrevistas e ao trabalho dos repórteres e produtores. Desta forma, diferenciando o conteúdo e o ato da escuta, levando a qualificação da audiência e cumprindo seu papel social como meio de comunicação.

## Referências

- BALSEBRE, Armand. **El lenguaje radiofónico**. Madrid: Cátedra, 1994.
- BARROS, Diana Luz Pessoa de. Entre a fala e a escrita: algumas reflexões sobre as posições intermediárias. In: PRETI, D. (Org.). **Fala e Escrita em questão**. 2. ed. São Paulo: Humanitas: FFLCH/USP, 2001. p. 57-78. (Projetos Paralelos, NURC/SP, v. 4).
- BARROS, Diana Luz Pessoa de. **Teoria semiótica do texto**. 5. ed. São Paulo: Ática, 2011.
- FAUS BELAU, Angel. **La radio, introduccion a um médio desconocido**. Madri: Editora Latina, 1981.
- FIORIN, Jose Luiz. **Elementos de análise do discurso**. 15. ed. São Paulo: Contexto, 2013.
- HAUSMAN, Carl; MESSERE, Fritz; O'DONNELL Lewis; BENOIT, Phillip. **Rádio: produção, programação e performance**. Tradução Marleine Cohen. Revisão técnica Alvaro Bufarah. São Paulo: Cengage Learning, 2010.
- MEDITSCH, Eduardo Viana. **A Rádio na era da informação**. Coimbra: Minerva Editora, 1999.
- NEIVA, Eduardo. **Dicionário Houaiss de comunicação e multimídia**. São Paulo: Publifolha: Instituto Antonio Houaiss, 2013.
- ORTRIWANO, Gisela Swethana. **A Informação no rádio: os grupos de poder e a determinação dos conteúdos**. 2. ed. São Paulo: Summus, 1985.
- ORTRIWANO, Gisela Swethana. **Radiojornalismo no Brasil: fragmentos de história**. Revista USP, n. 56, p. 66-85, 2003. Disponível em: <<http://www.revistas.usp.br/revusp/article/view/33808>>. Acesso em: 27 jul. 2017.
- SILVA, Fernando Firmino da. Jornalismo e tecnologias da mobilidade: conceitos e configurações. In: SIMPÓSIO NACIONAL DE PESQUISADORES EM CIBERCULTURA – ABCIBER, 2. São Paulo, 2008. **Anais...** São Paulo: ABCIBER, 2008.
- SILVA, Júlia de Oliveira Albano da. **Rádio: oralidade mediatizada - o spot e os elementos da linguagem radiofônica**. São Paulo: Annablume, 1999.



# RADIOJORNALISMO UNIVERSITÁRIO NO CONTEXTO DO RÁDIO EXPANDIDO E DO JORNALISMO MULTIPLATAFORMA: práticas de ensino no programa Espaço Experimental da UFPB

## UNIVERSITY RADIO JOURNALISM IN THE CONTEXT OF EXPANDED RADIO AND MULTIPLATFORM JOURNALISM: teaching practices in the program Espaço Experimental of UFPB

Patrícia MONTEIRO<sup>1</sup>

Universidade Federal da Paraíba | Brasil

Luís Augusto MENDES<sup>2</sup>

UNINASSAU | Brasil

### Resumo

As mudanças no processo de produção e veiculação radiofônica operam novos modos de ensinar e praticar o radiojornalismo. A partir das noções de rádio expandido (KISCHINHEVSKY, 2016) e jornalismo multiplataforma (SALAVERRÍA, 2014), este artigo apresenta práticas de ensino adotadas na expansão do conteúdo do programa laboratório Espaço Experimental - originalmente transmitido pelas ondas hertzianas - para a plataforma de streaming Spotify. Produzido pelos alunos do curso de Jornalismo da Universidade Federal da Paraíba, o Espaço Experimental transmite programação noticiosa, a partir de pautas da própria universidade e de assuntos do cotidiano. Entende-se que, como elo entre a universidade e a comunidade, o programa amplia vozes, narrativas e escutas ao navegar nas ondas do streaming.

### Palavras-chave

Radiojornalismo; rádio expandido; jornalismo multiplataforma; Espaço Experimental.

### Abstract

The production process changes and the radio exhibition operate new ways of teach and practice of radio journalism. Based on the notions of expanded radio (KISCHINHEVSKY, 2016) and multi-platform journalism (SALAVERRÍA, 2014), this article presents teaching practices adopted in the expansion of the contents of the laboratory program Espaço Experimental, originally transmitted by radio waves, to the Spotify streaming platform. Produced by the students of the Journalism course, da Universidade Federal da Paraíba the Espaço Experimental broadcasts news, based on guidelines from the university everyday subjects. It is understood as a link between the university and the community, the program expands voices, narratives and listenings while surfing the waves of streaming.

### Keywords

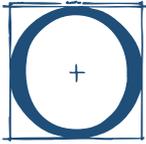
Radio journalism; expanded radio; multi-platform journalism; Espaço Experimental.

RECEBIDO EM 30 DE MARÇO DE 2020  
ACEITO EM 25 DE MAIO DE 2020

<sup>1</sup> JORNALISTA. Doutora em Comunicação pelo PPGCOM-UFPE. Mestre em Comunicação e Culturas Midiáticas pelo PPGC-UFPB. Professora adjunta do Departamento de Jornalismo e do Programa de Pós-Graduação em Jornalismo da UFPB. Contato: patriciamonteiriomendes@gmail.com

<sup>2</sup> JORNALISTA. Doutor e Mestre em Psicologia Social pela UFPB. Professor da UNINASSAU João Pessoa e da Estácio Paraíba. Colunista da rádio CBN João Pessoa. Contato: luisaugustomendes@gmail.com

## Primeiras “escutas”: de que radiojornalismo estamos falando?



Ouvir rádio é elaborar imagens, evocar memórias, acolher os sons que se “deslocam” do aparelho e atingem os sentidos humanos. Pensar o rádio na atualidade é ampliar as possibilidades de alcance de uma mídia que tem forte penetração na vida cotidiana. Agora, é possível potencializar a forma de contar histórias - atividade tão cara ao fazer jornalístico – para além da escuta e dos meios tradicionais de emissão. Ganha o público, que pode ouvir rádio quando, como e onde quiser. Para quem produz, o desafio de incorporar novas habilidades à rotina.

O objetivo deste artigo é apresentar práticas de ensino, em andamento, nas disciplinas “Oficina de Radiojornalismo” e “Planejamento e Produção em Radiojornalismo”, ofertadas no 5º semestre do curso de bacharelado em Jornalismo da Universidade Federal da Paraíba (UFPB). Numa ação integrada, os discentes das disciplinas participam do processo de produção do programa de rádio laboratório Espaço Experimental.

Nesse sentido, demonstram-se as ações que viabilizam a produção do programa para a rádio Tabajara AM, sua distribuição por meio da plataforma de streaming Spotify e divulgação das edições nas redes sociais na internet. Os relatos consideram, sobretudo, o período compreendido entre agosto de 2018 - quando tiveram início as ações que culminaram na distribuição para o streaming - a março de 2020.

Não se pode ignorar o quanto a internet e os dispositivos móveis modificaram os modos de consumir e produzir informação. Desse modo, discute-se o radiojornalismo universitário a partir do contexto do rádio expandido (KISCHINHEVSKY, 2016), do jornalismo multiplataforma (SALAVERRIA, 2014) e de práticas de ensino que consideram o transbordamento da mídia sonora (FERREIRA et al, 2019) neste cenário de mobilidade e convergência.

Estamos num tempo em que a convergência midiática coloca os meios de comunicação chamados tradicionais ou massivos em coexistência com as mídias digitais (JENKINS, 2009). Nesse contexto, as práticas de ensino do rádio também estão se adaptando ao jornalismo multiplataforma.

No cenário local, nota-se a redefinição de posicionamentos e estratégias por parte das emissoras de rádio paraibanas. Uma delas é utilizar jornalistas e radialistas para atuação em diferentes mídias de um mesmo grupo de comunicação, o que é uma prática adotada em todo país.

Em levantamento feito para a elaboração deste artigo, por meio da observação de sites e programas das mencionadas emissoras, verifica-se que a convergência entre mídias, sobretudo rádio e televisão, é uma realidade nas seguintes emissoras comerciais que operam em João Pessoa, na capital paraibana: Rádio Arapuan 95.3, TV Arapuan; Rádio 98 FM (TV Correio), Rádio CBN João Pessoa (TV Cabo Branco) e Rádio Band News FM Manaira (TV Manaira). Os locutores dos programas radiofônicos foram ou são âncoras nos principais telejornais das emissoras de TV citadas. Assim, são vozes que permanecem sob a escuta, o olhar e o imaginário do público em diferentes períodos do dia, condições de produção e plataformas midiáticas.

Também fora das emissoras comerciais encontra-se o transbordamento das ondas tradicionais para a internet. A Rádio Tabajara<sup>3</sup>, emissora oficial do Governo do Estado da Paraíba, expande sua programação para a internet, por meio do site e das redes sociais Instagram e Facebook. Um aplicativo da Rádio também permite o acesso aos programas via dispositivos móveis. Segundo Sousa (2005), ao lado do jornal impresso A União, a emissora já nasce estatal, em 1937, como parte do “esquema oficial de divulgação do governo da Paraíba, tendo a primazia de ser a primeira estatal da Radiodifusão brasileira”.

---

<sup>3</sup> A Rádio Tabajara (AM e FM) integra, ao lado do jornal A União, a Empresa Paraibana de Comunicação (EPC). A rádio é a 64ª emissora mais antiga do País, foi fundada como um órgão do Governo do Estado da Paraíba, em janeiro de 1937.

No segmento da produção acadêmica na UFPB, a webrádio Porto do Capim<sup>4</sup>, vinculada ao Departamento de Comunicação (Decom), é um exemplo de produto nativo do ambiente digital. A webrádio nasceu em 2013 como projeto da mestrandia Edileide Vilaça, no Programa de Pós-Graduação em Jornalismo (PPJ) da UFPB, sob a orientação da Prof<sup>a</sup>. Dr<sup>a</sup>. Olga Tavares, vinculada ao Decom. Inserida na Rede de Rádios Universitárias do Brasil, a rádio funciona como prática laboratorial para os alunos do curso de Radialismo da UFPB e como projeto de extensão, sob coordenação geral da Prof<sup>a</sup> Dr<sup>a</sup> Norma Meireles.

Outra experiência oriunda da universidade pública e que demonstra a expansão do rádio para ambientes digitais é o programa radiofônico Espaço Experimental. Transmitido pela rádio Tabajara, por meio de convênio com a UFPB, o programa não apenas manteve um lugar de referência no segmento da radiofonia universitária, formando diversas gerações de jornalistas atuantes no rádio local, como, também, tem se atualizado, em consonância com as demandas de um radiojornalismo convergente.

Prova disso é que o Espaço Experimental está presente nas redes sociais Facebook ([www.facebook.com/LaboratorioDeRadiojornalismoUfpb/](http://www.facebook.com/LaboratorioDeRadiojornalismoUfpb/)), Instagram ([www.instagram.com/espacoexperimentalufpb/](http://www.instagram.com/espacoexperimentalufpb/)) e na plataforma gratuita para criação de blogs, Blogspot ([www.espacoexperimental.blogspot.com/](http://www.espacoexperimental.blogspot.com/)). A partir de outubro de 2018, as edições passaram a ser veiculadas em aplicativos de streaming, como o Spotify, ampliando a escuta e as possibilidades narrativas, conforme será destacado mais adiante.

Os exemplos brevemente citados contribuem para compreendermos aspectos do transbordamento do rádio paraibano para além da transmissão analógica, a partir do levantamento de experiências em curso na Paraíba, em emissoras comerciais, naquela vinculada ao governo do Estado, e no âmbito

---

<sup>4</sup> Radio Porto do Capim. Disponível em: <<http://radioportodocapim.com.br/>>

da produção universitária realizada nos cursos de Radialismo e Jornalismo da UFPB. Este, por sua vez, é o interesse de pesquisa neste artigo: discutir o radiojornalismo expandido no âmbito da universidade e a partir das estratégias que permitem a integração entre mídias como uma expressão da convergência midiática e do jornalismo multiplataforma em curso.

## **Ouvindo mais longe: rádio expandido e práticas de ensino**

Há quase 20 anos, Meditsch (2003), ao refletir sobre o ensino do radiojornalismo a partir do advento da internet, enfatizava a importância da associação entre boas práticas de ensino e a formação de um “jornalista multimídia”, o que será melhor explicado mais adiante. Entende-se que as mudanças na sociedade e no jornalismo repercutem diretamente na formação discente. Como fazer convergir teoria e prática no ensino de radiojornalismo? Que possibilidades a internet promove para ampliar a produção e a disseminação do material gerado no âmbito da universidade?

Pensando em um exemplo simples e num gênero tão recorrente no radiojornalismo informativo, a reportagem pode avançar na contextualização dos acontecimentos ao ganhar uma galeria de fotos (no site ou no Facebook da emissora, por exemplo). O programa que podia ser ouvido estritamente em dia e hora determinados pela grade de programação, uma vez imerso no ciberespaço, viaja mais longe: para além dos limites da emissão hertziana.

Mídia sonora em ascensão, o podcast é a rádio a qualquer dia, hora e lugar, mas com uma oferta imensa de alternativas apto a torná-lo o que o ouvinte quiser: meio de informação, entretenimento, lugar para aprender um idioma ou simplesmente fruir entre músicas, entrevistas, mesas redondas, comentários, séries e o que mais estiver disponível nessa constelação de conteúdos sonoros online.

Diante dessa multiforme expressão do rádio e no desafio de defini-lo na contemporaneidade, Kischinhevsky (2016, p. 13) afirma que o rádio é “um

meio de comunicação expandido, que extrapola as transmissões em ondas hertzianas e transborda para as mídias sociais, o celular, a TV por assinatura, sites de jornais, portais de música”. Para o autor, o rádio é a mídia que mais se beneficia das novas formas de produção criadas pela convergência.

Compreendemos, com Jenkins (2009), que a convergência não é apenas de mídias, mas também cultural. O termo sintetiza, portanto, um conjunto de transformações postas em funcionamento a partir da internet,

A convergência midiática é o fluxo de conteúdos através de múltiplas plataformas de mídia, à cooperação entre múltiplos mercados midiáticos e ao comportamento migratório dos públicos dos meios de comunicação, que vão a quase qualquer parte em busca das experiências de entretenimento que deseja. Convergência é uma palavra que consegue definir transformações tecnológicas, mercadológicas, culturais e sociais, dependendo quem está falando e do que imaginam estar falando (JENKINS, 2009, p. 29).

No que tange à produção radiofônica, por exemplo, a convergência mobiliza novos modos de produzir e disseminar informações. Antes, o jornalista produzia especificamente para um determinado meio de comunicação: rádio, jornal, televisão. Na atualidade, deve desenvolver habilidades diversas e complementares, uma vez que, segundo Lopez (2010, p. 22), “em um modelo integrado, não vai estar mais ligado a um suporte apenas. Sua produção deverá ser focada no conteúdo, independentemente da mídia”.

Os autores Salaverría e Negredo (2008, p. 45) compreendem convergência como:

uma integração de ferramentas, espaços, métodos de trabalho e linguagens anteriormente desagregadas, de forma que os jornalistas elaboram conteúdos que se distribuem através de múltiplas plataformas, mediante as linguagens próprias de cada uma.

Ao ultrapassar os limites das ondas hertzianas, o rádio busca os ouvintes em *sites* da internet, aplicativos, redes sociais, canais de TV por assinatura, serviços de escuta sob demanda, ou seja, a mídia sonora se

expande e multiplica, por sua vez, seu potencial de comunicação e de presença na vida das pessoas.

Compreende-se o rádio, portanto, no contexto da convergência, e o radiojornalismo expandido como um efeito das transformações tecnológicas em seus entrelaçamentos com a cultura. Utilizamos a definição de Kischinevsky (2016, p. 279) sobre o rádio expandido como um meio de comunicação que mobiliza amplas formas e estratégias de escuta:

A escuta se dá em AM/FM, ondas curtas e tropicais, mas também em telefones celulares, tocadores multimídia, computadores, notebooks, tablets; pode ocorrer ao vivo (no dial ou via streaming) ou sob demanda (podcasting ou através de busca de arquivos em diretórios). A escuta se dá em múltiplos ambientes e temporalidades, graças a tecnologias digitais que franqueiam também a produção, a edição e a veiculação de áudios a atores sociais antes privados do acesso a meios próprios de comunicação.

A ideia de proximidade entre o ouvinte e a voz que ecoa no aparelho é uma das características do rádio, além do imediatismo, instantaneidade, clareza, simplicidade (MEDITSCH, 2001). Ao investir nas possibilidades da internet, o rádio amplia também as estratégias de participação do público, criando laços entre este e a emissora.

A formação de laços sociais, entre os quais destacamos o que ocorre entre o jornalista e o usuário, é a essência das redes sociais na internet. Na perspectiva de Recuero (2009), o que constitui as redes sociais na internet são as representações dos atores sociais e de suas conexões.

Impregnada de interações e de aspectos individuais, coletivos e tecnológicos, as redes sociais na internet são um ambiente profícuo para a expansão do rádio. O Facebook e o Instagram, onde o Espaço Experimental opera o transbordamento, são redes sociais nas quais os sistemas de comunicação atuam em franca expansão na atualidade, disseminando textos, fotos, vídeos: novos modos de disseminar as informações do rádio, como também curiosidades e bastidores do universo noticioso.

Nas redes sociais na internet, como Facebook e Instagram, por exemplo, o usuário busca não apenas a atualização constante e instantânea das notícias, mas também comentar, compartilhar e produzir conteúdos. Nesse sentido, em pesquisa anterior (FERREIRA et al, 2019), demonstramos como o programa laboratório Espaço Experimental tem utilizado o Facebook e o Instagram para operar o transbordamento de suas narrativas das ondas do rádio para a internet, permitindo aos alunos uma atuação multiplataforma.

Ferrareto e Kischinhevsky (2010, p. 7) afirmam que “repensar o rádio à luz dos estudos de convergência, portanto, é inserir o meio em uma nova lógica de produção e de difusão de formas simbólicas, na qual grandes grupos de comunicação integram suas operações das mídias tradicionais”. Integrar o rádio com as plataformas digitais é oferecer ao discente a oportunidade de incorporar a “magia do rádio” aos recursos de texto, áudio e vídeo fornecidos pela multimídia e a convergência.

Ao pensar numa prática de ensino que possibilite o radiojornalismo expandido, é importante que se compreenda as ferramentas específicas de cada plataforma de mídia e também o potencial daquilo que os próprios alunos têm em mãos e tem sido um dispositivo importante na produção e compartilhamento multiplataforma, o smartphone.

## **Agregando sons e “muito mais”: possibilidades do jornalismo multiplataforma**

As tecnologias digitais e móveis implicaram na emergência de profissionais de comunicação aptos ao uso de diferentes mídias na produção e distribuição de informações antes restritas a um único veículo. Os jornalistas, por sua vez, assumem múltiplas funções: produzir, apresentar, editar, dirigir programas, fotografar, filmar, entre outras atividades inseridas nas diferentes linguagens comunicacionais - textual, sonora, audiovisual e multimidiática.

O jornalismo multiplataforma compreende a combinação de múltiplos formatos comunicativos, diversificando não apenas o leque de atividades

desempenhadas pelo profissional, mas também as linguagens e os conteúdos, conforme indica Salaverria (2014). Para esse autor, os conteúdos multimídia são constituídos pelos seguintes elementos: 1) texto; 2) fotografia; 3) gráficos), iconografia e ilustrações estáticas; 4) vídeo; 5) animação digital; 6) discurso oral; 7) música e efeitos sonoros; 8) vibração.

A prática jornalística no cotidiano tem sido cada vez mais pautada pelas ideias de expansão, mobilidade e convergência. No processo de produção da notícia, o jornalista do século XXI desempenha seu trabalho cercado de aparatos tecnológicos que o colocam diante da necessidade de produzir notícias para *smartphones* e *tablets*, reforçando o imaginário de consumo instantâneo das redes sociais na internet.

Em vista disso, Prata (2008, p. 50) destaca que “agora, com a nova radiofonia, o usuário não apenas ouve as mensagens transmitidas, mas, também, as encontra em textos, vídeos, fotografias, desenhos e hipertextos”. Todo esse cenário traz muitas consequências ao campo do jornalismo. Uma das mais visíveis é a ampliação do acesso à informação e às ferramentas de transmissão e intercâmbio de dados.

Conectado aos dispositivos móveis, o radiojornalismo se expande, enquanto as redes sociais na internet potencializam a narrativa do vídeo em pequenas telas, nas quais o usuário pode fruir novas experiências de consumo, participação e adesão aos produtos midiáticos. Sendo assim, conforme indica Silva (2007), a mobilidade do cidadão demanda atualizações mais constantes por parte dos veículos de comunicação, o que impacta as rotinas produtivas e os modos de operar os processos de produção, também na universidade.

Devido a essa nova reconfiguração da sociedade, da mídia e da profissão, os futuros jornalistas, por sua vez, precisam estar habilitados a atuarem nas diversas plataformas em que o rádio está inserido, adaptando a linguagem para cada meio. Lopez (2010, p. 26-27) reforça que, embora num contexto de convergência e de integração de mídias,

a espinha dorsal da narrativa é sonora e, portanto, seu perfil multiplataforma envolve uma narrativa que, embora importante, é complementar. Mantém-se, assim, a identificação com o rádio, ainda um meio de comunicação próprio e que, aos poucos, atualiza-se.

O ouvinte na atualidade é estimulado a consumir não apenas o conteúdo do rádio hertziano, mas a permanecer conectado com a emissora, programas, apresentadores, repórteres e a outros ouvintes, tanto nas redes sociais na internet quanto por meio de aplicativos das rádios. Tudo isso implica num público mais conectado, que ouve rádio, vê imagens dos apresentadores e dos acontecimentos, envia áudios por meio de aplicativos de mensagens instantâneas, como WhatsApp e, por fim, colabora ativamente com a construção e a expansão do conteúdo sonoro.

Com múltiplas formas de distribuir o áudio, o estudante de radiojornalismo passa a conviver com o desafio de aprender a linguagem radiofônica em paralelo com a sua difusão para ambientes cuja passagem do tempo e disponibilidade de oferta temática são cercados por desafios e possibilidades.

Diante desse contexto, e considerando a sala de aula como *locus* privilegiado para a formação de profissionais aptos a produzir conteúdo multiplataforma, apresentaremos a seguir as práticas de ensino, em andamento no curso de Jornalismo da UFPB, que têm viabilizado a produção e a expansão do programa Espaço Experimental para além das ondas da Rádio Tabajara.

## **Rádio é também “vibração”: as rotinas do Espaço Experimental**

O Espaço Experimental é um programa feito inteiramente por alunos do curso de Jornalismo da UFPB, sob a orientação de um professor responsável. Para além das características técnicas da ideia de vibração no rádio, tomamos a palavra neste tópico como metáfora, no sentido de estar junto e vibrar, em comum, teorias e técnicas, sala de aula, rua e estúdio,

academia e comunidade, na elaboração deste produto desenvolvido no laboratório de radiojornalismo da UFPB.

O programa foi transmitido pela primeira vez em 1985, na extinta Rádio Universitária da UFPB. Por iniciativa do fundador do programa, o professor Carmélio Reynaldo, que se aposentou em agosto de 2018, o Espaço Experimental passou a ser exibido na rádio Tabajara AM, aos sábados, às 9 horas da manhã, numa parceria estabelecida entre a UFPB e a emissora.

O convênio começou no ano de 1995 e permanece até os dias atuais. Em 2019, o programa inaugurou novas vinhetas e mudou também o horário de transmissão, que passou para às 10h da manhã.

O tempo de existência do Espaço Experimental e sua relevância para a formação dos estudantes demonstram uma das principais características do radiojornalismo nas universidades: frequentemente ele é voltado para estreitar os contatos entre a população e a academia. Conforme Prata e Del Bianco (2016, p. 204), o radiojornalismo produzido nas universidades “trata-se de uma extensão que é mais do que prestação de serviços à comunidade. Tem natureza participativa e colabora para construir conhecimento junto com a sociedade”.

Com vistas a expandir ainda mais essa relação, em março de 2020 o Espaço Experimental foi aprovado no Programa de Bolsas de Extensão (PROBEX) da UFPB, com a oportunidade de ampliar ainda mais as ações e as parcerias estabelecidas.

Exemplo do compromisso em aprofundar as pautas e o alcance do radiojornalismo para além da comunidade acadêmica é a diversidade de temas abordados no programa laboratório: saúde (Autismo, Combate à AIDS, Saúde Mental); Direitos Humanos; Acessibilidade e Cidadania; Comportamento (Transição Capilar, Padrões de Beleza), Cultura (cinema, literatura, música, festejos juninos), entre diversas temáticas de interesse geral.

Com carga horária de 60 horas, equivalente a quatro créditos, é sugerido ao discente, por meio do Projeto Pedagógico do Curso de Jornalismo da UFPB, que a disciplina de Planejamento seja cursada simultaneamente à Oficina de Radiojornalismo. Esta última tem a carga horária de 150 horas e nela ocorre a edição e montagem do programa-laboratório.

A ementa da disciplina de Planejamento propõe abranger todas as etapas da produção em radiojornalismo, do planejamento à veiculação e disponibilização do conteúdo. Também pretende apresentar aos alunos os diferentes gêneros e formatos das mídias sonoras.

A disciplina Oficina de Radiojornalismo, por sua vez, funciona nos moldes de uma redação jornalística, com uma rotina produtiva que vai da pauta à edição. Os alunos participam de reunião de pauta e, a cada semana, uma equipe trabalha a execução do programa que irá ao ar no sábado seguinte, elaborando desde o espelho do Espaço Experimental até o roteiro completo que será narrado pelos alunos-apresentadores.

Textos de notas, reportagens, roteiro de entrevistas e *scripts* dos programas são sempre revisados pela professora, que coordena todo o processo. Aos alunos cabe a edição de áudio de suas matérias e o acompanhamento na montagem do programa, geralmente a cargo do técnico de estúdio e de monitores das disciplinas citadas.

Desde 2012, com a criação do blog e da página do Facebook Laboratório de Radiojornalismo UFPB, a rotina produtiva do programa Espaço Experimental está atrelada aos processos de adaptação proporcionados pelo jornalismo multiplataforma e a convergência do rádio com a internet. Até então, a veiculação se dava exclusivamente na rádio Tabajara AM 1110.

Com a criação do blog e página no Facebook, em um esforço capitaneado pelo professor Carmélio Reynaldo, os alunos incorporaram outras tarefas: produzir fotos dos entrevistados e escrever textos com o resumo das reportagens e do programa em questão. A existência do blog tornou possível publicar o Espaço Experimental na íntegra, como também o seu

compartilhamento por meio da internet, tornando-se, o blog, um importante arquivo do material produzido. Com esta iniciativa, público, alunos e fontes ganhavam a possibilidade de acessar o conteúdo após sua emissão na rádio e fazer o *download* para armazenamento.

Por meio de uma articulação das duas disciplinas, ambas ministradas pela mesma professora, é possível estabelecer um cronograma de atividades que possibilita a transmissão do programa, sob a incumbência dos alunos da disciplina de Oficina, mas com o apoio de material sonoro gerado na cadeira de Planejamento. Desse modo, a turma funciona como uma espécie de redação integrada, com subdivisão de grupos e tarefas.

Ao longo do semestre, os alunos passam por todas as etapas produtivas: produção, reportagem, edição e apresentação do programa. Além dessas atividades específicas com a mídia sonora, a veiculação do Espaço Experimental requer rotinas específicas no que tange à divulgação do conteúdo nas redes sociais Facebook e Instagram e na distribuição no blog e no Spotify<sup>5</sup>.

Esse exercício multitarefa geralmente é realizado pelos alunos, por meio de smartphone. O dispositivo móvel é utilizado também para a captação de áudio das reportagens. Apenas as entrevistas com especialistas e as cabeças dos programas são gravadas no estúdio da universidade, com apoio de um operador de áudio.

A turma, distribuída em torno de quatro a cinco equipes, compartilha tarefas de modo a produzir tanto o conteúdo sonoro do programa, quanto a disponibilização de conteúdo para o Facebook e o Instagram. A distribuição no blog e no Spotify é feita pelo monitor da disciplina de “Oficina de Radiojornalismo”, responsável também por acompanhar a professora e os alunos na gravação em estúdio. Já a produção de conteúdo para as redes

---

<sup>5</sup> <https://open.spotify.com/show/54AraFNbI69bBbpbkMUQJg>

sociais Facebook e Instagram tem o acompanhamento do monitor da disciplina “Planejamento e Produção”.

Para alimentar as redes sociais na internet, os discentes atuam na criação e publicação de conteúdos (fotos, vídeos, artes e textos), mostrando bastidores da produção do programa, apresentando vídeos da gravação e, mais recentemente, as manchetes do programa e da entrevista de estúdio.

Essas estratégias, incorporadas à rotina produtiva do programa laboratorial, contribuem para ampliar a presença do Espaço Experimental na *web*, bem como chamar a atenção do público para a transmissão do programa na rádio Tabajara, aos sábados.

Distribuídos em grupos, os alunos ficam responsáveis pela edição do programa, cabendo a eles a realização das reportagens externas e as entrevistas gravadas no estúdio do Centro de Comunicação, Turismo e Artes (CCTA) da UFPB. Como foi dito, os discentes utilizam os próprios celulares e fones de ouvido para a captação do áudio das produções externas. A utilização das tecnologias digitais permite a inserção dos alunos num ambiente móvel de produção (FIRMINO, 2007) que está alinhado à cultura da convergência e participativa.

Essas ações viabilizam a produção colaborativa e integrada, aproximando o aluno da realidade vigente no mercado de trabalho. No curso de Jornalismo da UFPB, as disciplinas de radiojornalismo são oferecidas no mesmo período da disciplina “Jornalismo Multiplataforma I”, o que contribui para as reflexões sobre a integração das mídias na sociedade atual.

É possível dizer que os alunos têm a oportunidade de planejar conteúdos numa linguagem multiplataforma, o que contribui não apenas na produção de radiojornalismo, mas de qualquer outra mídia. Entende-se que as práticas de ensino adotadas visando à produção do Espaço Experimental se encaixam no novo perfil do jornalista multiplataforma, a partir da compreensão do rádio expandido. Para Kischinhevsky (2016, p. 107):

O momento é para repensar a produção do conteúdo, já que os ouvintes agora querem interagir – opinando, sugerindo, criticando ou elogiando. Além disso, a interação com os ouvintes tornou-se estratégica para as emissoras que produzem conteúdos jornalísticos, principalmente porque a “participação do público, mencionado ou não na programação em ondas hertzianas, estabelece um novo nível de diálogo, mesmo que em bases desiguais.

Nesse sentido, a produção passa a ser uma etapa em que os alunos pensam questões como: de que forma tornar o programa agradável ao público que escuta apenas pela internet? Uma das respostas é: adaptando a linguagem, de forma a tornar a narrativa mais leve e próxima de uma conversa entre os apresentadores, repórteres, entrevistados e entre estes e o público. Por isso, a expansão do conteúdo para o streaming tem sido uma realidade.

## **Das ondas ao streaming: a veiculação do Espaço Experimental no Spotify**

Como dito anteriormente, a partir de outubro de 2018, o programa Espaço Experimental passou a ser distribuído no Spotify, que se autodefine como “um serviço de streaming digital que dá acesso instantâneo a milhões de músicas, podcasts, vídeos e outros conteúdos de artistas de todo o mundo”<sup>6</sup>.

O Spotify sinaliza o transbordamento do rádio do dial para o podcasting, sendo, portanto, exemplo da “modalidade de radiofonia sob demanda, assíncrona, que vai além da oferta de conteúdos em websites de emissoras” (KISCHINHEVSKY, 2016, p. 6). O serviço que nasceu ofertando o consumo de música na internet, é hoje uma ampla janela de acesso aos mais diversos conteúdos e formatos jornalísticos. Essa forma de consumir conteúdo sonoro passou a ser utilizada como estratégia de distribuição do Espaço Experimental.

---

<sup>6</sup> Disponível em: <[https://support.spotify.com/br/using\\_spotify/getting\\_started/what-is-spotify/](https://support.spotify.com/br/using_spotify/getting_started/what-is-spotify/)>. Acesso em: 10 mar. 2020.

Por meio do smartphone e da plataforma Spotify, o programa Espaço Experimental é apresentado aos alunos, nas primeiras aulas das disciplinas de radiojornalismo. Eles percebem o quanto é interessante a possibilidade de ouvir o programa, a partir de diversas temáticas e, ainda, compartilhar rapidamente o conteúdo pelas redes sociais na internet e aplicativos de mensagens instantâneas, como o WhatsApp. Destaca-se que a oferta deste conteúdo ocorre somente após a exibição na rádio Tabajara, matriz primeira de transmissão do Espaço Experimental.

A hospedagem do áudio na plataforma Anchor permite o processamento do programa no próprio Anchor, no Spotify, e em outras seis plataformas de áudio: Breaker, Castbox, Google Podcasts, Pocket Casts, RadioPublic e Stitcher. No entanto, o esforço conjunto de discentes, docente e monitores se dá no gerenciamento de uma única plataforma, o Spotify.

O programa tem passado por um processo de reconfiguração da linguagem, tendo em vista as características das novas tecnologias da informação, que potencializam a convergência entre rádio e internet, conforme já discutido neste artigo. Nesse sentido, no segundo semestre de 2018 teve início um processo de experimentação de novas narrativas, o que está em consonância com a própria essência do programa, a saber, funcionar como um “espaço experimental” para os futuros jornalistas. O programa passou a ter dois apresentadores e a investir numa linguagem mais dinâmica e coloquial, buscando estabelecer um tom de conversa entre os dois alunos apresentadores, bem como entre estes e os repórteres e entrevistados. De um programa mais voltado aos assuntos acadêmicos (eventos, projetos de extensão, ensino e pesquisa), passamos também a adotar temáticas sugeridas pelos discentes, com uma abordagem educativa, e que têm pouco espaço na mídia em geral. Durante o semestre, cada equipe produz três programas na disciplina “Oficina de Radiojornalismo”, os dois primeiros seguem a estrutura de um programa radiofônico informativo, com notas, reportagens, entrevista de estúdio e colunas de opinião. No último programa, os alunos têm a

liberdade de trabalhar um único tema e a ideia é adotar a estrutura de um podcast educativo, em formato de mesa redonda, com possibilidades de conversas e comentários entre os apresentadores e com as fontes, saindo mais do roteiro pré-estabelecido do *script* de programa informativo.

Os dados a seguir foram extraídos da plataforma Anchor, onde ocorreu a hospedagem do Espaço Experimental e consequente distribuição, conforme descrito anteriormente. No que se refere ao Spotify, os dados do Anchor mostram que 51% dos ouvintes são do sexo feminino e 46% são do sexo masculino. Quanto à plataforma, 79% dos programas são acessados por meio do Spotify, 6% através do Anchor e 15% nas demais plataformas.

Todas as edições semanais produzidas entre agosto de 2018 e março de 2020 foram disponibilizadas nas plataformas de streaming. A tabela 1 apresenta a ordem de classificação dos 10 programas mais acessados, suas temáticas e número de acessos, durante o citado período.

Até o presente momento, não foram realizados levantamentos sobre as formas de repercussão do programa e sua audiência efetiva no Spotify ou nas demais plataformas, o que pode ser objeto de investigação posterior. Ao trazer esses dados, pontuam-se os esforços empreendidos, a partir das estratégias de ensino nas disciplinas de radiojornalismo, no sentido de ampliar a propagação do Espaço Experimental, considerando as possibilidades disponíveis por meio do streaming.

**Tabela 1:** Programais mais ouvidos

<b>CLASSIFICAÇÃO</b>	<b>TEMÁTICA</b>	<b>ACESSOS</b>
<b>1º</b>	Setembro Amarelo	40
<b>2º</b>	Autismo	31
<b>3º</b>	Saúde - AIDS	30
<b>4º</b>	Cultura - São João	27
<b>5º</b>	Cenário Musical Paraibano	26

<b>6º</b>	Cultura - São Pedro	25
<b>7º</b>	Transição Capilar	25
<b>8º</b>	Globolab	24
<b>9º</b>	Despedida do Profº Carmélio Reynaldo e os rumos do radiojornalismo	22
<b>10º</b>	Resumo da Temporada	22

**Fonte:** Adaptado da Plataforma Anchor

## **Escutas finais: algumas considerações**

Das ondas ao streaming, ouvimos o rádio extrapolar seu alcance, promovendo educação, cultura e cidadania, sendo um meio de comunicação convergente, multiplataforma, expandido. Para este veículo centenário, há tantas possibilidades quanto mídias, narrativas e ideias disponíveis.

Embora tenham sido apresentados dados de consumo do Espaço Experimental no Spotify, não foi objetivo deste artigo discorrer sobre as estratégias de relacionamento com o público, o assunto pode ser explorado em pesquisas posteriores, dada a importância de se conhecer os processos de colaboração entre ouvintes e produtores.

Focado no aspecto da produção, este artigo demonstrou como se dá a dinâmica das disciplinas de rádio no curso de Jornalismo da UFPB, sobretudo nos últimos dois anos, compreendendo que a formação dos discentes ocorre na ambiência entre teoria e prática, no contexto do rádio expandido e do jornalismo multiplataforma, sendo a academia um lugar propício para criar, testar e promover experiências.

É isto o que propõe o programa de rádio Espaço Experimental: ser um permanente laboratório de aprendizado, com escuta atenta e ativa aos sons do vivido, de modo que a universidade cumpra seu papel de colaborar com a sociedade na construção do conhecimento.

Entende-se que o processo de integração das disciplinas e das atividades realizadas visando ao processo de produção do programa Espaço

Experimental na rádio Tabajara, sua distribuição para o Spotify e divulgação nas redes sociais Facebook e Instagram, contribui para a aprendizagem qualificada dos futuros jornalistas. Prova disso é a aprovação de alunos das disciplinas em processos seletivos para estágio na rádio CBN João Pessoa, rede Tambaú de Comunicação (afiliada local do SBT) e G1 Paraíba, por exemplo, a produção independente de podcasts criados pelos discentes, bem como a realização de trabalho de conclusão de curso (TCC) sobre rádio e podcast.

Entende-se, portanto, que os métodos de ensino empregados contribuem para aprimorar competências técnicas e teóricas, promovendo a articulação entre produção, distribuição e consumo dos conteúdos sonoros no atual cenário de convergência de mídias.

O estudo do rádio expandido no contexto do jornalismo multiplataforma, o relato sobre as atividades, em andamento, no ensino de radiojornalismo, bem como a análise do programa Espaço Experimental demonstram as possibilidades que docentes e discentes possuem de agregar teoria e prática, a novas formas de ouvir, produzir e distribuir mídia sonora. Entre tantos caminhos possíveis, busca-se reforçar que, ao ultrapassar as ondas hertzianas, expandindo-se para as redes sociais na internet e a distribuição via streaming, o rádio promove convergências, amplia narrativas, relações e significados. É neste lugar que o consumo de áudio ecoa novas vozes, escutas, imaginários, sendo, em essência, um espaço dotado de experimentações.

## Referências

- APLICATIVO, Anchor. Acesso em: 18 de março de 2020.  
FERRARETTO, Luiz Artur. Rádio: o veículo, a história e a técnica. Porto Alegre: Ed. Sagra Luzzatto, 2001.  
FERRARETTO, Luiz Artur; KISCHINHEVSKY, Marcelo. Rádio e convergência: uma abordagem pela economia política da comunicação. **Revista FAMECOS** (Online), v. 17, p. 172-180, 2010. Disponível em:

<[http://revistaseletronicas.pucrs.br/ojs/index.php/revistafamecos/article/view File/8185/5873](http://revistaseletronicas.pucrs.br/ojs/index.php/revistafamecos/article/view/File/8185/5873)>. Acesso em: 30 mar. 2019.

FERREIRA, Bruna do Carmo et al. Espaço Experimental: as redes sociais como parte da produção do novo radiojornalismo. *In: XXI CONGRESSO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO NA REGIÃO NORDESTE*. São Luís, MA, 30 de maio a 01 de junho de 2019. **Anais...**

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

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

LOPEZ, Débora Cristina. **Radiojornalismo hipermidiático**: tendências e perspectivas do jornalismo de rádio all News brasileiro em um contexto de convergência tecnológica. Covilhã: LabCom Books, 2010.

MEDITSCH, Eduardo. O ensino do radiojornalismo em tempo de internet. *In: Intercom 2001*. **Anais...** Disponível em:

<[http://www.bocc.ubi.pt/pag/meditsch-eduardo-ensino-do radiojornalismo.pdf](http://www.bocc.ubi.pt/pag/meditsch-eduardo-ensino-do-radiojornalismo.pdf)>. Acesso em: 23 mar. 2009.

MEDITSCH, Eduardo. A questão da prática de Paulo Freire e o Projeto Universidade Aberta do Curso de Jornalismo da UFSC. *In: PERUZZO, Cílicia Maria Krohling; SILVA, Robson Bastos da. (Orgs.). Retrato do Ensino de Comunicação no Brasil*. São Paulo: INTERCOM, Taubaté: UNITAU, 2003. p. 241-254.

PRATA, Nair; DEL BIANCO, Nélia. Perfil do ensino de rádio no Brasil. *In: LOPEZ, Debora; KISCHINHEVSKY, Marcelo; ZUCULOTO, Valci (org). Estudos Radiofônicos no Brasil 25 anos do Grupo de Pesquisa Rádio e Mídia Sonora da Intercom*. São Paulo: [s. n.], 2016, p. 204-215.

PRATA, Nair. **Webradio**: Novos Gêneros, Novas Formas de Interação. Florianópolis: Insular, 2008.

RECUERO, Raquel. **Redes sociais na internet**. Porto Alegre: Sulina, 2009. (Coleção Cibercultura).

SALAVERRÍA, Ramón. Multimedialidade: informar para cinco sentidos. *In: CANAVILHAS, J. (Org.). Webjornalismo*: 7 características que marcam a diferença. Covilhã, UBI, LabCom, 2014.

SALAVERRÍA, Ramón; NEGREDO, Samuel. **Periodismo integrado**: convergência de meios y reorganización de redacciones. Barcelona, Editorial Sol 90, p.45, 2008.

SILVA, Fernando Firmino. **Uso de dispositivos portáteis na produção da notícia**. *In: Jornalistas da Web*. Disponível em <http://www.jornalistasdawe.com.br/index.php?pag=displayConteudo&idConteudoTipo=2&idConteudo=2241>. Acesso em: 20 ago. 2007.

SOUSA, Moacir Barbosa de. Evolução histórica do radiojornalismo paraibano. *In: XXVIII CONGRESSO BRASILEIRO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO*. Rio de Janeiro, RJ, 5 a 9 de setembro de 2005. **Anais...**



# RADIOJORNALISMO PÚBLICO: reflexões sobre aspectos tensionadores do serviço à luz do método compreensivo

## PUBLIC RADIOJOURNALISM: reflections on tensioning aspects of service in the light of the comprehensive method

Elton Bruno PINHEIRO<sup>1</sup>  
Universidade de Brasília | Brasil

### Resumo

O presente artigo tem como objeto de estudo a reflexão analítica sobre os aspectos históricos, sociopolíticos e culturais que tensionam o radiojornalismo público brasileiro na contemporaneidade. Para tanto, metodologicamente, faz uso do método compreensivo weberiano. Como eixos de articulação teórica elege o conceito, os princípios, objetivos e missão da Radiodifusão Pública presente em dispositivos legais como a Constituição Federal brasileira, a Lei nº 11.652, assim as diretrizes da Unesco para o serviço. Além disso, o estudo fundamenta-se na própria trajetória do SRP brasileiro e nas orientações que emissoras públicas do país encontram no manual de jornalismo da Empresa Brasil de Comunicação (EBC). Como resultado, aponta-se que são as próprias condições de origem do Serviço de Radiodifusão Pública do país os aspectos que mais tensionam e comprometem as práticas hodiernas do radiojornalismo público brasileiro.

### Palavras-chave

Radiojornalismo Público. Radiodifusão Pública. Comunicação Pública. Rádio no Brasil. Método Compreensivo.

### Abstract

The present article has as object of study the analytical reflection on the historical, socio-political and cultural aspects that tension Brazilian public radiojournalism in contemporary times. For this, methodologically, it makes use of the comprehensive Weberian method. As axes of theoretical articulation, it chooses the concept, principles, objectives and mission of Public Broadcasting present in legal provisions such as the Brazilian Federal Constitution, Law 11.652, as well as Unesco guidelines for the service. In addition, the study is based on the Brazilian SRP's own trajectory and on the guidelines that public broadcasters in the country find in the journalism manual of Empresa Brasil de Comunicação (EBC). As a result, it is pointed out that the conditions of origin of the country's Public Radio Broadcasting Service are the aspects that most tension and compromise the practice of Brazilian public radio journalism.

### Keywords

Public Radiojournalism. Public Broadcasting. Public Communication. Radio in Brazil. Comprehensive Method.

RECEBIDO EM 30 DE ABRIL DE 2020  
ACEITO EM 11 DE JUNHO DE 2020

<sup>1</sup> Professor Adjunto da Faculdade de Comunicação da Universidade de Brasília – UnB. Doutor em Comunicação e Sociedade pela UnB. Membro dos Grupos de Pesquisa Observatório da Radiodifusão Pública na América Latina (CNPq/UnB) e Acesso Livre (CNPq/UnB). Líder do Núcleo de Estudos e Produção Digital em Linguagem Sonora (NEPLIS), vinculado ao Laboratório de Áudio da FAC/UnB. Contato: eltonbruno@unb.br.

## Introdução

**A**o buscar compreender e elucidar aspectos que tensionam o Serviço de Radiodifusão Pública brasileiro – e, consequentemente, os desafios impostos ao radiojornalismo público –, bem como apontar caminhos que podem contribuir para a superação destes, o presente estudo, levado em consideração, sobretudo, o fato de que “as forças do passado” (FIDLER, 1997) que incidem sobre o referido serviço – e, neste caso, considera-se que estas forças estão atreladas às condições de origem do SRP brasileiro –, muito além de tensiona-lo em seu presente, conformam aspectos do seu futuro, ou seja, constituem-se, consideravelmente, como óbices tanto para a sua atuação quanto para a sua necessária (re)configuração.

Assim, a “hipótese de trabalho” (BRAGA, 2005) que norteou esse estudo foi a de que o Serviço de Radiodifusão Pública brasileiro enfrenta dificuldades para legitimar-se socialmente como tal por razões que vão além dos impactos da crise política acentuada no país após *impeachment* da ex-presidenta, Dilma Rousseff, em 2016. Desse modo, em diálogo com o método compreensivo weberiano, observa-se que todo o SRP do país (o que inclui as programações radiojornalísticas) tem sido, ao longo dos anos, impactado por razões históricas, marcadas fortemente pela “ação social” humana (“comportamento humano”) que, por sua vez, repercute nos modos de administrar a coisa pública. (WEBER, 2014; 2012; 2005). São os indícios desse tipo de ação social o foco do estudo.

Todavia, chamar aqui a atenção para a questão do radiojornalismo público como, em alguma medida, prática desafiadora no contexto do SRP brasileiro não implica em obliterar a função que este deve exercer na contribuição para o exercício da cidadania e a consolidação da democracia no país (CARDOSO, 2007), mas, sobretudo, sublinhar que o jornalismo, em si, permanece como o “ponto crítico” (BUCCI, 2015) e alvo direto de ataques

de governos vigentes que buscam interferir na necessária autonomia das emissoras públicas, sejam elas de rádio ou de TV.

Ademais, a percepção sobre a importância das emissoras públicas e do jornalismo desenvolvido por elas é, de fato, necessária no caso brasileiro onde até mesmo as emissoras comerciais têm sofrido com as injunções e ameaças de governos vigentes em relação às suas concessões públicas, sobretudo quando não agradam “autoridades” do Poder Executivo, como o então presidente, Jair Messias Bolsonaro, o qual, repetidamente, ameaça, por exemplo, retirar a concessão da Rede Globo pelo fato de a emissora, atualmente, reportar muitos dos seus atos anticonstitucionais.<sup>2</sup>

Entre diversos pontos críticos que podem ser tensionados historicamente no âmbito do Serviço de Radiodifusão Sonora Pública brasileiro, o jornalismo, sem dúvidas, aparece como um dos mais complexos. Eugenio Bucci (2015, p. 108), por exemplo, ao mencionar o caso da Fundação Padre Anchieta, responsável pelas Rádios Cultura Brasil, Cultura FM e pela TV Cultura, relembra que foi como chefe de jornalismo da casa que o jornalista Vladimir Herzog foi preso, torturado e assassinado nas dependências do DOI-Codi, em São Paulo, em 25 de outubro de 1975. “ Na opinião de Bucci, “o jornalismo é quem machuca o poder” e constitui-se como “o melhor termômetro da independência”.

Em diálogo com o que defende a Unesco (2001) e com o que pontua o referido pesquisador brasileiro, corrobora-se a ideia de que a perceptível limitação da programação das emissoras públicas ao viés educativo ou de entretenimento, sobretudo no caso das rádios, isto é, as lacunas e ameaças às práticas jornalísticas, é prejudicial ao caráter público do serviço e compromete a observação do princípio da independência. Para esse estudo

---

<sup>2</sup> Em 30 de abril de 2020, o Jornal “Folha de S. Paulo” publicou matéria sobre as ameaças de Jair Bolsonaro à TV Globo: “Bolsonaro volta a colocar em dúvida renovação da concessão da TV Globo. Presidente afirmou que houve ‘deturpação por parte da Globo’ e chamou a rede de televisão de ‘lixo’”. Disponível em: <<https://www1.folha.uol.com.br/poder/2020/04/bolsonaro-volta-a-colocar-em-duvida-renovacao-da-concessao-da-tv-globo.shtml>. Acesso em 30 abr. 2020>.

Elton Bruno **PINHEIRO**

importa, então, compreender quais as razões disso sob a ótica da “ação social” (WEBER, *idem*).

A Unesco (2001, p. 14) assinala como uma emissora pública se descaracteriza frente à falta de independência: “se a informação difundida pelo serviço público se vê associada às vontades do poder, as pessoas não acreditarão mais nela. Se se concebe conforme os imperativos comerciais, as pessoas não compreenderão por que se pede para que o financie (...)”

Assim, reportar a informação com o compromisso com “a busca da verdade, da precisão e da clareza, o respeito aos fatos, aos direitos humanos e à diversidade de opiniões” (EBC, 2013) e de forma aliada aos princípios da “universalidade, diversidade, independência e à diferenciação” (UNESCO, 2001) representa um desafio ao radiojornalismo público brasileiro – e a todo SRP do país – o qual esse texto, à luz da “metodologia compreensiva” (WEBER, *idem*), visa elucidar e contribuir para superar.

## **Contextualização: um objeto em movimento, sob tensão e em cenário de liquidez**

O Serviço de Radiodifusão Pública – sua missão, mandato, princípios e objetivos (UNESCO, 2001) (BRASIL, 2008) (BRASIL, 1988) – passou a ter a sua existência ainda mais tensionada no Brasil diante do instável cenário político (partidário) observado no país na segunda metade da década de 2010. Essa pesquisa, portanto, sem se distanciar de aspectos históricos e político-regulatórios que condicionam tal Serviço, isto é, sem perder de vista as peculiaridades do processo de conformação do SRP no Brasil aborda o seu tema a partir da perspectiva histórico-social compreensiva, tendo o pensamento weberiano (WEBER, 1995; 2012; 2014) a respeito da “ação social” e da “dominação” como eixo a partir do qual se articularam e foram tensionados outros posicionamentos teóricos.

E por que a radiodifusão como objeto? Os meios que integram esse tipo de serviço – rádio e televisão – seguem, especialmente no Brasil, presentes no cotidiano de uma camada expressiva da população, principalmente como fonte de informação (BRASIL, 2016; 2015). O rádio, de modo muito particular, é apontado nas últimas edições da Pesquisa Brasileira de Mídia como o segundo meio de comunicação mais utilizado pelos brasileiros e pelas brasileiras e os hábitos das(os) cidadãs(ãos) em relação à *internet*, por sua vez, também só aumentam. Já em 2015, “praticamente metade dos brasileiros usavam a *internet*” (BRASIL, *idem*).

O recorte desse estudo no segmento do radiojornalismo do Serviço de Radiodifusão Pública se justifica, entre outros motivos, porque se considera a importância do mesmo para garantia da diversidade, do pluralismo, da independência editorial, da diferenciação dos conteúdos. Trata-se de Serviço diretamente relacionado à missão que tem a mídia pública em fazer as coisas de modo diferente (UNESCO, 2001), mas não apenas de modo complementar, como sugere a Constituição Federal (BRASIL, 1988), e sim de maneira ligada ao comprometimento com aspectos fundamentais da cidadania e da democracia.

Estudar a Radiodifusão Pública, nesse sentido, é contribuir para o fortalecimento de ideais democráticos. Ademais, esse estudo parte da premissa de que o SRP precisa ser fortalecido com Políticas Públicas, as quais precisam ser estabelecidas de maneira processual (SARAVIA, 2006) (SUBIRATS, 1994), mas que não dependem apenas da formulação de grandes Leis, ou de mudanças totais naquelas já estabelecidas, mas também do subsídio de reflexões teórico-empíricas que não menosprezem a abordagem compreensiva das próprias condições – normativo-legais, socioculturais, político-econômica – de origem do Serviço.

As rádios públicas ganham relevo nesse trabalho por vários motivos: a comunicação realizada no contexto de muitas rádios públicas do país –

Elton Bruno **PINHEIRO**

como é o caso de da Nacional do Alto Solimões e Nacional da Amazônia, por exemplo, – alcança cidadãos de regiões do país onde outros meios da radiodifusão comercial e estatal não atuam, e ali desempenham papel imprescindível. Ademais, a percepção de que estas ainda são pouco estudadas academicamente foi comprovada em exercício de levantamento do “estado do conhecimento” (FERREIRA, 2002) empreendido pelo autor desse estudo, o qual constatou que, no âmbito do SRP, predominam os estudos sobre TV pública; estimular o debate científico e público sobre esses dois aspectos motivaram ainda mais a realização da pesquisa que originou o presente artigo.

Nessa direção, essa pesquisa se encaminhou pelo menos com uma certeza: a de que as dúvidas impulsionariam o processo de investigação e o tornaria mais dinâmico e compreensivo. Como afirma Braga (2005, p. 288), esta é uma atitude importante que deve caminhar ao lado do pesquisador “desde a busca das teorias e conceitos relevantes até a observação da realidade (coleta de dados), o tratamento desses dados e as conclusões ou inferências”. Foram, portanto, as dúvidas e inquietudes a respeito do presente e do futuro do SRP brasileiro, mais especificamente de suas rádios em suas atividades jornalísticas, e a ponderação compreensiva de que estas, em sua atuação, podem contribuir para uma sociedade mais democrática, aquilo que, fundamentalmente, moveram esta pesquisa, a qual, apresentada de forma mais delimitada, moveu-se tendo como cenário ou pano de fundo condicionantes complexas, as quais conformam e tensionam o próprio desenvolvimento das práxis jornalística das rádios públicas do Brasil, a saber:

- a) **A herança histórico-social, político-regulatória e sociocultural brasileira.** Os seja, as nossas “raízes”, de modo particular, os efeitos da “cordialidade” (HOLANDA, 2014) na gramática política e social brasileira e a conseqüente permanência/atualidade de práticas como o

- “patrimonialismo” (WEBER, 1995; 2014; 2012) – as instrumentalizações, aparelhamentos, criação de mecanismos de controle da estrutura pública, a falta de impessoalidade para com a coisa pública, o personalismo político (apadrinhamentos, conchavos...), o paternalismo, o nepotismo – e ainda a (des)construção do sentido de “burocracia” como forma de organização do estado moderno (WEBER, *idem*);
- b) **A própria “formação e o sentido do Brasil”** (RIBEIRO, 2015) e aquilo que, em alguma medida, faz com que o Brasil seja “Brasil” – a própria dificuldade que o brasileiro ainda tem de assumir a sua “identidade” (DA MATTA, 1984) como cidadão e enxergar a Radiodifusão Pública como um direito e um dever constitucional. (BRASIL, 1988) (BRASIL, 1967) (BRASIL, 2008);
- c) **As condições de origem das rádios que hoje integram o SRP brasileiro**, tensionadas pela influência do sistema não-comercial, depois oficialmente denominado como sistema educativo de rádio (por conta do seu modelo de concessão e de aspectos como as características da programação, forma de gestão, cultura organizacional e financiamento), que, ao invés de acercar-se efetivamente da sociedade e aproximá-la da sua práxis comunicacional, a fez, sobretudo os cidadãos mais comuns, com menos escolaridade e de renda baixa, durante a sua fase inicial (1922-1932), em considerável medida, repelirem a sua atuação, por exemplo, pelo demasiado elitismo e erudição dos conteúdos das programações veiculadas, com intenções desenvolvimentistas (relacionadas à economia, a propagação de ideologias, à diminuição das taxas de analfabetismo etc.), realidade também presente no amplo contexto latino-americano da época. (MOREIRA, 1991; 2003) (ABREU, 2004);

- d) **A histórica “relação contígua entre as empresas de comunicação e os agentes políticos”** (BIANCO; ESCH, 2010, p. 03) no Brasil, e o consequente predomínio do sistema comercial de radiodifusão no país, o que denota uma considerável fragilidade no denominado sistema educativo de radiodifusão e, conseqüentemente, no Serviço de Radiodifusão Pública brasileiro, uma vez que falta a estes últimos, por exemplo, a necessária autonomia em sua atuação, colocada em xeque exatamente pelos proselitismos político-partidários observados, sobretudo, no sistema de concessão e renovação de suas outorgas, o qual “depende da aprovação do Congresso Nacional” e acontece “sem fiscalização de um órgão de regulação independente” (ESCH; BIANCO, 2012, p. 06);
- e) **Os antigos impasses e a atual crise do complexo cenário político brasileiro.** De modo mais específico, menciona-se aqui as mudanças antidemocráticas ocasionadas pela Medida Provisória (MP) nº 744, de 1º de setembro de 2016 que, convertida na Lei nº 13.417, de 01 de março de 2017, alterou a Lei nº 11.652, de 07 de abril de 2008, a qual estabelece os princípios e objetivos do Serviço de Radiodifusão Pública brasileiro. A referida Lei de 2017, adotada pós-processo de *impeachment* da Presidenta da República, Dilma Rousseff, e consequente posse de Michel Temer, modificou o modelo de gestão dos canais de comunicação de rádio e TV que estão sob a superintendência da Empresa Brasil de Comunicação (EBC), sobretudo a partir da extinção do Conselho Curador – órgão de natureza consultiva e deliberativa que representava um passo importante no que se refere à participação da sociedade na gestão de tal esfera da radiodifusão pública;
- f) **O papel, a importância e a necessidade da atuação do Serviço de Radiodifusão Pública em um país como Brasil, país de**

**democracia não consolidada**, como um sistema comunicacional complementar e diferenciado do privado-comercial – o qual, sobretudo pelos níveis de aproximação/relacionamento/interação que seus meios de comunicação devem promover junto aos cidadãos, precisam agregar valor e significado junto à sociedade –; e também complementar e diferenciado do sistema estatal – que segue atuando prioritariamente como mero reverberador de ações político-governamentais, buscando impor a sua lógica partidária e o mero viés institucional/estatal aos meios de natureza pública. Evidência disso são as ações da Gestão do Poder Executivo Federal, empossado em janeiro de 2019, o qual vem buscando descaracterizar o Serviço de Radiodifusão Pública do país, cortando verbas do mesmo e propondo reformas<sup>3</sup> no âmbito da Empresa Brasil de Comunicação (EBC), as quais giram em torno da equivocada fusão emissoras – de rádio e de TV públicas com estatais, na contramão do rege Artigo nº 223 da Constituição Federal sobre a complementaridade ente os sistemas (pública, comercial e estatal) – e até mesmo de alugar parte das instalações da sua sede, em Brasília.

- g) **A compreensão sobre a relevância do cumprimento, de modo contextual à realidade do país, dos princípios, mandato e missão da Radiodifusão Pública, abalizados pela UNESCO (2001);**
- h) **O modo equivocado como muitas emissoras públicas brasileiras atuam – ao lado da comunicação estatal –, como são apresentadas pela mídia comercial e até mesmo o modo como se auto representam na própria mídia pública,** muitas vezes sem evidenciar com clareza o seu papel e missão pública para a sociedade;

<sup>3</sup> Matéria publicada pela Folha de São Paulo. Disponível em: <https://www1.folha.uol.com.br/poder/2019/03/governo-preve-cortar-r-130-mi-com-reforma-de-estatal-de-comunicacao.shtml>. Acesso em: 20 abr. 2020.

- i) **Um olhar, não comparativo, mas compreensivo e contextual para cenário internacional do SRP, sobretudo da Europa**, onde se observam significativos esforços, sobretudo por meio de dispositivos legais – como Resolução do Parlamento Europeu (2010/2028 – INI), de 25 de Novembro de 2010, a qual assinala “a necessidade de manter um serviço público de radiodifusão independente, forte e vibrante, adaptando-o simultaneamente às exigências da era digital, e insistir em que sejam adotadas medidas concretas para atingir esse objetivo”. (PARLAMENTO EUROPEU, 2010, p. 04).
- j) **As características que o ambiente mediático digital possui e disponibiliza aos meios de comunicação social, de modo particular para aqueles que integram o SRP brasileiro**. As potencialidades das tecnologias contemporâneas são, indubitavelmente, promissoras ao SRP, a ponto de este estudo entender e defender que a ausência ou apenas a presença, e não uma atuação efetiva e democrática, das suas rádios em tal contexto se constitui como uma ameaça à legitimidade e a sustentabilidade destas. Todavia, o hodierno paradigma midiático-tecnológico – de digitalização, convergência, conexão – não é abordado aqui de maneira desatrelada das múltiplas dimensões que o conforma, portanto, importou a essa pesquisa, a partir da abordagem histórico-social compreensiva (WEBER, 1995; 2014; 2012), o cenário político-regulatório, cultural e econômico em que se dá a dinâmica de atuação do SRP.

### **Sobre as condições de origem do SRP brasileiro**

Ainda no vasto contexto em que se insere o objeto aqui estudado, considera-se fundamental registrar a compreensão de que o caso brasileiro – e também no cenário maior da América Latina – encontra entre os desafios para a legitimação e sustentabilidade de suas atividades, a exemplo

da jornalística e até mesmo para a sua integração ao ambiente mediático sociodigital, complexos impasses como a “herança” das suas *condições de origem*.

Tais condições foram marcadas pela influência de um viés educativo e cultural que predominou nas primeiras experiências de comunicação de massa, por meio do rádio, as quais estiveram inicialmente atreladas, na verdade, a uma visão que buscava o desenvolvimentismo (MELO, 2009) econômico e sociocultural do país, a partir, por exemplo: da busca pela erradicação do analfabetismo, sobre a qual é possível destacar, na década de 1970, a criação do Serviço Educativo de Rádio (SER), no qual se desenvolveram projetos como o Minerva, de educação formal e não formal de caráter instrucional; da procura pela superação das longas distâncias, uma vez que a circulação de mensagens e de informações dependia, à época, de meios transportes que trafegavam nas precárias estradas do país e o rádio eliminou estas distâncias com a sua comunicação imediata, em tempo real (MOREIRA, 2003); da ideia de promover uma integração nacional; e da controversa propagação de ideologias, como a da ditadura militar, por exemplo.

Mas tudo isso se deu a partir da transmissão de um tipo de conteúdo que, apesar de educativo e cultural e de cumprir alguma função social, era geralmente pensado e produzido de maneira elitista e erudita (BIANCO; PINHEIRO, 2017), uma prática fomentada pelo Estado/Governo, detentor das formas de concessão, regrador do modelo de gestão e controlador dos tipos de conteúdo veiculados naquela época de pioneirismos e “primeirismos” do rádio, quando este meio já sofria, portanto, os impactos de não poder se expandir, como precisava e podia – a partir de uma programação que deveria primar por conteúdos de linguagem mais acessível, capazes de dialogar de maneira mais próxima, ativa e dinâmica com os(as) cidadãos(ãs) das mais diversas classes sociais e faixas etárias,

Elton Bruno **PINHEIRO**

contando com estes na sua práxis – e de, portanto, de não se propagar/fazer circular seus conteúdos mais facilmente em diferentes espaços.

O presente estudo também considera que impactam e desafiam as práticas comunicacionais do Serviço de Radiodifusão Sonora Pública brasileiro, especialmente as jornalísticas e, por conseguinte, a considerável possibilidade de emissoras públicas garantirem sua necessária e urgente legitimação social e sustentabilidade, questões como:

- **O fenômeno da estatização das emissoras de rádio do país**, como foi o caso pioneiro da Rádio Sociedade do Rio de Janeiro (hoje Rádio MEC ligada à EBC), doada por Roquette-Pinto, em 1936, ao então Ministério da Educação e Saúde Pública (MES), e da Rádio Nacional do Rio de Janeiro, que passou de comercial à estatal em 1940. Vale salientar que as emissoras estatais no Brasil têm uma trajetória marcada pela ausência de independência editorial e financeira.

- **As peculiaridades da cultura organizacional “da estabilidade”** que, em alguma medida, paira no âmbito do serviço/funcionalismo público brasileiro e que, conseqüentemente, foram absorvidas pelos profissionais das primeiras rádios sob direção estatal e seguem enraizadas nos modos de fazer comunicação de muitas daquelas que hoje são chamadas de emissoras públicas;

- **O surgimento e atuação das emissoras universitárias** – marcado, em 1957, pela inauguração oficial da Rádio da UFRGS e, em 1965, pela outorga da Rádio da UFG já sob a nomenclatura oficial de canal educativo (ZUCULOTO, 2012) –, sobretudo pela influência do tipo de programação veiculada por este segmento, o qual prioriza a produção de conteúdos com características educativas, acadêmico-científicos e culturais;

- **O surgimento, em 1936, das rádios estaduais**, ou seja, daquelas emissoras nas quais o Estado passaria a atuar não apenas como

regulador, mas como gestor. Por exemplo: a) a Rádio Cultura AM de São Paulo (atual Cultura Brasil), criada em 1936 (ainda como emissora comercial), encampada pelo Estado em 1969 e denominada pública quando vinculada à Fundação Padre Anchieta (FPA), bem como a Rádio Cultura FM de São Paulo, fundada em 1971 já sob a superintendência da FPA; b) a Rádio FM Cultura 107.7, do Rio Grande do Sul, inaugurada em 1989 como emissora do Serviço Educativo de Radiodifusão, pertencente a então Fundação Rádio e Televisão Educativa instituída pela Lei n. 7.476, de 1980, a qual passou, em 1985, por meio da Lei nº 10.535, a ser denominada Fundação Cultural Piratini – Rádio e Televisão, tendo buscado se aproximar da designação de emissora pública pela atuação do seu Conselho Curador.

**- Os interesses e retornos comerciais que, tão logo percebidos, encobriram o aspecto educativo** presente de maneira mais forte pelo menos durante os primeiros dez anos (1922-1932) de atuação das emissoras de rádio pioneiras no Brasil, as quais eram, *a priori*, denominadas como não-comerciais, sendo estas, portanto, logo em seguida, sobrepujadas pelo sistema de radiodifusão privado – instituído em 1932, quando, por meio do Decreto nº 21.111, o então Presidente Getúlio Vargas regulamentou a publicidade no rádio. Desde então, o sistema de radiodifusão privado-comercial é o que segue “legitimado” – ou, dito de outra forma, mais acessado e, de alguma forma, mais “próximo” de uma expressiva camada da população brasileira.

## **Ponderações compreensivas sobre o conceito de SRP**

O Serviço de Radiodifusão Pública (SRP), ainda embrionário<sup>4</sup> no Brasil, é aqui entendido como aquele que, de um modo geral, se

---

<sup>4</sup> Apesar das menções ao Serviço de Radiodifusão – sonora e de sons e imagens – estarem presentes no Artigo 6º da Lei nº. 4.117, de 27 de agosto de 1962, que instituiu o Código Brasileiro de Telecomunicações, somente em 1988, no Artigo nº 223 da Constituição Federal, o sistema público de radiodifusão aparece como aquele que, observado o princípio da complementaridade, deveria atuar de maneira diferenciada dos sistemas privado e estatal de comunicação. Contudo, só em abril de 2008, com o decreto e sanção da Lei nº 11.652, foram instituídos os princípios e objetivos dos serviços de radiodifusão pública explorados pelo Poder Executivo ou outorgados a entidades de sua administração indireta e constituída a Empresa Brasil de Comunicação (EBC), vinculada à Secretaria de Comunicação Social da Presidência da República

Elton Bruno **PINHEIRO**

conduz/deve ser conduzido de maneira democrática, transparente e autônoma em relação à sua gestão, modelo de financiamento, qualidade da programação e do processo de produção de seus conteúdos. Tais aspectos são reconhecidos pela Unesco, organização esta que fomenta e subsidia diversos estudos sobre a radiodifusão pública compreendendo-a como “o serviço que cumpre uma função insubstituível para que os cidadãos de um país possam se informar, se formar e se entreter independentemente dos interesses comerciais, estatais ou políticos” (UNESCO, 2001, p. 03. Tradução nossa)<sup>5</sup>. Nessa direção, trata-se de um Serviço que requer, indiscutivelmente, o fomento e a acolhida da participação engajada, colaborativa da sociedade, sobretudo de cidadãs(ões) em suas individualidades e articulações em redes, na sua estruturação e atuação.

O SRP tem sido estudado em distintas áreas do conhecimento e em diferentes partes do mundo. De modo bastante característico e paradigmático, dentre as experiências e/ou estudos na referida área/tema merecem destaque aqueles desenvolvidos no continente europeu, onde a noção de *Serviço Público*, em si, e as práticas de radiodifusão lá desenvolvidas têm, reconhecidamente, bases firmadas sob configurações políticas e socioculturais peculiares que as distinguem do modelo conhecido como *Serviço de Interesse Público* que é, por sua vez, uma experiência ligada à exploração de negócio de caráter privado, com financiamento publicitário, presente, por exemplo, no contexto do sistema de comunicação norte-americano. (SANTOS; SILVEIRA, 2007).

Na Europa, – ao contrário do modelo comercial norte-americano considerado, sobretudo pelos ingleses, como aquele que poderia colocar em

---

– ligação que por si só já denota determinado embaraço para a legitimidade do Serviço e naquela que deve ser a real função do SRP – atualmente ameaçados Medida Provisória nº 744 de setembro de 2016, convertida em Lei nº 13.147 de março de 2017 que, notadamente, põe em risco a missão e atuação do Serviço de Radiodifusão Pública no país.

<sup>5</sup> No original, em espanhol: “[...] el servicio público cumple una función insustituible para que los ciudadanos de un país puedan informarse, instruirse o entretenerse independientemente de los intereses comerciales, estatales o políticos.” (UNESCO, 2001, p. 03).

xeque a qualidade dos conteúdos veiculados devido ao financiamento baseado em anúncios advindos da iniciativa privada e que, em alguma medida, distanciava-se do papel educativo e cultural intrínsecos ao SRP –, os canais de comunicação que integram o serviço público de radiodifusão, sistema dominante em boa parte referido continente até a década de 1970 – quando se iniciou, em vários países, a abertura do mercado para instalação de emissoras comerciais – alcançaram e seguem possuindo um *status* de “fomentadores” e “extensões das atividades culturais e educativas” (SANTOS; SILVEIRA, 2007, p. 69), bem como são enxergados como instrumentos capazes de fortalecer laços sociais de pertencimento e de identidade. (WOLTON, 2006).

Além disso, o serviço de radiodifusão pública europeu tem sido foco de ações políticas que seguem buscando garantir a sua sustentabilidade e legitimidade social no referido continente, sobretudo diante das constantes, dinâmicas e, por vezes, desafiadoras transformações que o cenário mediático e a própria sociedade enfrentam em decorrência das reconfigurações proporcionadas pela tecnologia digital da informação e da comunicação, dos fenômenos que dela decorrem, como a convergência e as ações da conexão em rede e da aparição de novas plataformas digitais oferecidas por empresas como *Google, Apple e Netflix*.

No campo da sustentabilidade financeira<sup>6</sup>, apesar de enfrentar críticas de uma parcela da sociedade, a BBC, por exemplo, com apoio da

---

<sup>6</sup> É bem certo que, no contexto do brasileiro, o atual modelo de financiamento do SRP europeu (*licence fee*) ou mesmo a modificação que vem sendo articulada para o modelo *broadcasting levy* (imposto de radiodifusão) ou o *universal household levy* (imposto doméstico universal) pode ser, de certo modo, limitador, sendo o ideal, nesse caso, o incremento deste, “evitando a entrega total do modelo à iniciativa privada ou ao Estado sem, no entanto, desprezá-los” (LEAL FILHO, 2003, *online*), tendo em vista que essa questão da sustentabilidade financeira se trata de um fator fundamental para o alcance/consolidação da independência/autonomia dos canais públicos do Serviço de Radiodifusão Pública (MIOLA, 2008). Assim, vale reiterar a defesa por estratégias múltiplas e mais diversificadas nesse âmbito, por exemplo, (alguns do mais citados na literatura da área) a, cobrança de taxas de uso do espectro, contribuições voluntárias, comercialização de produtos/conteúdos (por exemplo, para o âmbito internacional latino-americano ou mesmo para os países de língua portuguesa, isso acontece no caso da BBC), recursos provenientes do Estado – pois sua política cultural não pode excluir a radiodifusão, como defendeu Leal Filho (2003) –, apoios culturais, deduções fiscais, taxação sob grandes consumidores de energia elétrica etc.. (BLUMLER,

Elton Bruno **PINHEIRO**

Comissão Parlamentar de Cultura, Mídia e Desporto, articula desde 2015, o final da taxa denomina *licence fee* – taxa anual paga pelos cidadãos que possuem aparelhos de televisão e rádio, cujo o objetivo é permitir que os serviços da BBC permaneçam livre de anúncios e independentes do interesse político) – para substituí-la ou pelo estilo alemão de taxaçoão denominado *broadcasting levy* (imposto de radiodifusão) ou pelo que a referida Comissão denominou de *universal household levy* (imposto doméstico universal), sendo ambos os novos modelos caracterizados pela arrecadação em todas as famílias, mesmo aquelas que não tem aparelhos de rádio ou televisão e acessam os conteúdos *on-demand* produzidos por meio de plataformas como o *BBC iPlayer* (ambiente de conteúdos digitais da BBC). A referida mudança visa exatamente garantir a sustentabilidade financeira e capacidade de concorrência/atuação da empresa britânica no contemporâneo ambiente digital da convergência da conexão em rede.

Nessa mesma direção, e buscando manter a legitimidade social do SRP, na Europa, o Parlamento Europeu instituiu, no dia 25 de novembro de 2010, a *Resolução sobre o serviço público de radiodifusão na era digital: o futuro do duplo sistema (2010/2028(INI))*<sup>7</sup>. Trata-se de um documento que se refere aos balizamentos de uma ação política com vistas ao desenvolvimento do sistema público de comunicação em plenas condições de atuação e de concorrência justa com a mídia de caráter privado-comercial<sup>8</sup> e que, apesar do diferente contexto em que se insere o SRP brasileiro, apresentou luzes, ou seja, importante contribuição para o desenvolvimento dessa pesquisa.

---

1993) (DALLARI, 1998) (LEAL FILHO, 2003) (MIOLA, 2008). Mas a sustentabilidade é mais abordada aqui em sua dimensão “social” (Cf. GUMUNCIO-DAGRON, 2006).

<sup>7</sup>Documento disponível em: <<https://bit.ly/2TG2k3i>> . Acesso em: 20 abr. 2020.

<sup>8</sup> Além da referida Resolução do Parlamento Europeu, outros documentos e/ou estudos de âmbito internacional podem ser balizadores para se pensar em ações para a (re)configuração / integração do Serviço de Radiodifusão Pública no Brasil no ambiente midiático digital. É o caso daqueles elaborados ou editados pela Organização das Nações Unidas para a Educação, a Ciência e a Cultura – UNESCO.

Ressalte-se que as bases de elaboração da referida Resolução são relevantes e numerosas: exatamente dezessete documentos<sup>9</sup> fundamentam tal dispositivo legal e denotam a abrangência e os níveis mais desenvolvidos das discussões sobre o Serviço de Radiodifusão Pública na Europa, fato perceptível, principalmente, pelas origens de suas fontes, que são diversos e importantes *locus* de debates públicos<sup>10</sup>. Destaque-se, igualmente, a amplitude das considerações preambulares da referida Resolução do Parlamento Europeu para, em seguida, entre outros relevantes objetivos, reafirmar “a necessidade de manter um serviço público de radiodifusão independente, forte e vibrante, *adaptando-o simultaneamente às exigências da era digital*, e insistir em que sejam adotadas medidas concretas para atingir esse objetivo”. (PARLAMENTO EUROPEU, 2010, p. 04).

Neste sentido, entende-se aqui que o modelo de atuação do Serviço de Radiodifusão Pública na Europa, ainda que sejam consideradas as questões claramente históricas e/ou culturais que o permeia, é, de fato, paradigmático e, portanto, apresenta luzes para a realidade do SRP brasileiro – denominação que só passou a existir com a instituição da Lei 11.652 de 07 de abril em 2007 (Lei da EBC), pois até 70 anos antes desta data o que existia no Brasil era o Serviço de Radiodifusão Educativa (SRE) (ainda vigente), incluído na Lei nº 378 de 1937 (Artigo nº 50<sup>11</sup>) e regulamentado pela Portaria nº 651, de 15 de

---

<sup>9</sup> Entre eles, entre eles: a Resolução de 19 de Setembro de 1996 do referido Parlamento sobre o papel do serviço público de “radiotelevsão” numa sociedade “multimédia”; a Resolução de 25 de Setembro de 2008 sobre a concentração e o pluralismo dos meios de comunicação social na União Europeia; a Resolução de 16 de Dezembro de 2008 sobre a “literacia mediática” no mundo digital; a Comunicação da Comissão, de 2 de Julho de 2009, relativa à aplicação das regras em matéria de auxílios estatais ao serviço público de radiodifusão; a Recomendação n.º CM/Rec(2007)3, de 31 de Janeiro de 2007, do Comité de Ministros aos Estados-Membros do Conselho da Europa sobre a missão dos meios de comunicação de serviço público na sociedade da informação, entre outros.

<sup>10</sup> Como por exemplo, a Comissão sobre o pluralismo dos meios de comunicação nos Estados-Membros da União Europeia; o Comité de Ministros aos Estados membros do Conselho da Europa; Conselho e representantes dos governos dos Estados-Membros; a Comissão da Cultura e da Educação, entre outros.

<sup>11</sup> O referido Artigo nº 50 da Lei nº 378 de 1937, expressava: “Fica instituído o Serviço de Radiodifusão Educativa, destinado a promover, permanentemente, a irradiação de programas de caráter educativo. Parágrafo único. Uma vez organizado o Serviço de Radiodifusão Educativa, ficam as estações radiodifusoras, que funcionem em todo o País, obrigadas a transmitir, em cada dia, durante dez minutos, no mínimo, seguidos ou parcelados, textos educativos, elaborados pelo Ministério da Educação e Saúde,

Elton Bruno **PINHEIRO**

abril de 1999<sup>12</sup> – justamente porque esse modelo europeu atua levando em consideração, entre outros fatos relevantes: a) o de que, numa sociedade democrática, a participação dos cidadãos no debate público e o acesso à informação no mundo digital dependem da existência de meios de comunicação vibrantes e competitivos; b) que os meios de comunicação do serviço de radiodifusão pública têm um papel primaz na promoção e na utilização dos desenvolvimentos técnicos para disponibilizar o seu conteúdo ao público através de estratégias de produção e de circulação de conteúdos inovadoras; e c) que a expansão das novas tecnologias mudou a forma como os cidadãos acedem aos meios de comunicação e à informação. (PARLAMENTO EUROPEU, 2010).

Observar tal contexto europeu não é, portanto, apontar utopias para o caso brasileiro, mas sim um exercício que busca, a partir das luzes que são lançadas, por um exemplo mais maduro, consolidado e reconhecido, elucidar e enfatizar o que significa/representa, de fato, o Serviço de Radiodifusão Pública para uma sociedade democrática e, ao mesmo tempo, sinalizar o que pode ser ocasionado ao SRP brasileiro, especialmente às suas práticas jornalísticas – nesse contexto da sua necessária legitimação e sustentabilidade social – a partir da atuação planejada e articulada dos seus meios de comunicação, de maneira específica das suas rádios, o que pode se dar, por exemplo, a partir da adoção de ações possibilitadas por fenômenos que emergem e/ou ganham mais força no ambiente digital, como é caso da convergência e da conexão em rede.

Além do contexto europeu, o contexto latino americano, por sua vez, certamente influencia, lança pistas e também colabora para uma compreensão

---

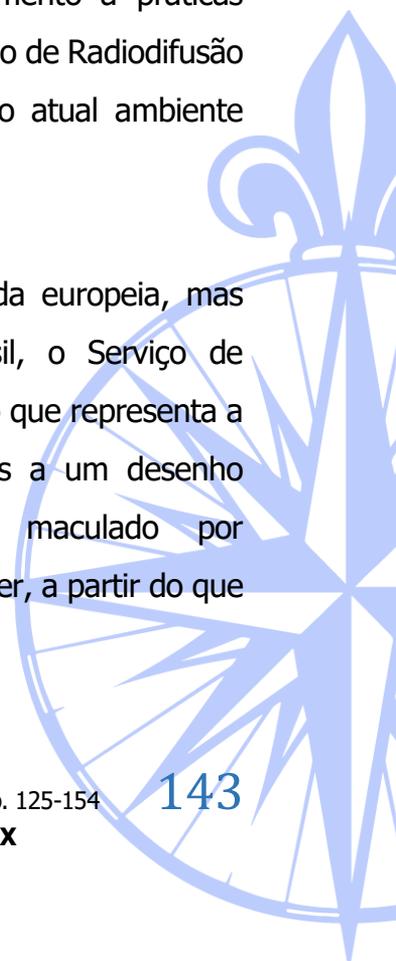
sendo pelo menos metade do tempo de irradiação noturna. ” (DIÁRIO OFICIAL DA UNIÃO, 15 janeiro 1937, p. 1210 *apud* MOREIRA, 2015, p. 03).

<sup>12</sup> Ainda no contexto do Serviço de Radiodifusão Educativa é preciso ressaltar a criação, em 1983, do Sistema Nacional de Rádio Educativo (SINRED), instituído pela Portaria 344 do Ministério da Educação e Cultura, “buscando reunir as rádios e as televisões educativas em um único sistema” (ZUCULOTO, 2012, p. 259), mas extinto em 1988.

mais apurada acerca da situação, limites e desafios que se apresentam atualmente ao SRP brasileiro. Tomando como exemplos o Equador, a Argentina e o Uruguai, estes países deram, na última década, alguns passos importantes nos marcos regulatórios que balizam seus Serviços de Radiodifusão Pública, trazendo, em alguma medida, melhorias para tal segmento em relação à sua legitimidade social em seus respectivos espaços, por exemplo: a) estabeleceram novas formas de gestão com *participação social* em emissoras públicas até então sob comando exclusivamente governamental/estatal; b) abriram oportunidade para *alterar o modelo de financiamento* centrado em recursos do governo; c) permitiram a redistribuição do espectro radioelétrico estabelecendo o *equilíbrio na ocupação de canais* entre públicas, estatais, comunitárias e privadas; d) *transformaram antigas emissoras estatais em empresas públicas*; e) favoreceram a *criação de novos canais* nacionais e transnacionais; e f) criaram *mecanismos de fomento à produção cultural e retomada da produção independente* audiovisual (BIANCO; ESCH; MOREIRA, 2013), entretanto, ainda permanecem como exemplos de experiências que precisam aprimorar o fomento à práticas independentes de jornalismo e na inserção do Serviço Público de Radiodifusão no ambiente digital, sob pena de não se sustentarem no atual ambiente mediático.

## **Tensionamentos sobre o SRP brasileiro**

Na contramão destas duas realidades, sobretudo da europeia, mas também dos citados países latino-americanos, no Brasil, o Serviço de Radiodifusão Pública tem à sua frente, para além do desafio que representa a sua relativa jovialidade, complexos impasses relacionados a um desenho regulatório ainda incipiente, o qual, já estando maculado por questões/injunções político-partidárias históricas, passou a ter, a partir do que



Elton Bruno **PINHEIRO**

assinala a alteração da Lei 11.652<sup>13</sup>, adotada pelo Governo de Michel Temer, lacunas ainda mais acentuadas em relação ao que de fato é um Serviço de Radiodifusão Pública (sua missão, princípios e objetivos).

A alteração na chamada Lei da EBC simbolizou um demasiado retrocesso para própria democracia no país, sem dúvidas, já impacta em questões fundamentais a legitimidade social do SRP brasileiro e mais ainda para a sua sustentabilidade na atual ecologia mediática, indubitavelmente permeada pelos desafios das constantes mutações tecnológicas.

Em linhas gerais, as lacunas advindas das mudanças na Lei nº 11.652 aludem a questões como: o cerceamento da autonomia no modelo de gestão da Empresa Brasil de Comunicação (EBC) – responsável, entre outras tarefas, por zelar pelos princípios e objetivos estabelecidos na mencionada lei – no qual é imprescindível a participação da sociedade por meio, sobretudo, da atuação dos Conselhos Curadores, extinto pela Lei 11.347, como órgãos consultivos e deliberativos que estruturam democraticamente a gestão do SRP; e ao ataque à independência editorial no processo de produção de conteúdos e na montagem da programação, nos quais também é mister o fomento à participação cidadã pelo próprio caráter público do Serviço.

Além destas questões, a Lei nº 11.652, que instituiu os princípios e objetivos do Serviço de Radiodifusão Pública brasileiro, segue, de modo geral, sem apresentar – ao contrário do acontece paradigmaticamente no SRP europeu – matéria específica que fomente e subsidie o processo de

---

<sup>13</sup> A Medida Provisória nº 744/2016, convertida na Lei nº 13.471, extinguiu o Conselho Curador da EBC, órgão de natureza consultiva e deliberativa que se constitui como um instrumento de participação da sociedade na gestão de tais espaços de radiodifusão pública; modifica as condições de mandato do diretor-presidente, o qual antes da MP só poderia ser destituído do cargo por dois votos de desconfiança do Conselho Curador. Com a MP o mandato do(a) presidente(a) fica exclusivamente subordinado às nomeações e exonerações da Presidência da República; exclui o artigo que aponta a autonomia da EBC em relação ao Governo Federal para questões de produção, programação e distribuição de conteúdo no sistema público de radiodifusão; modifica o Conselho de Administração, acrescentando mais representantes do governo (Ministérios da Educação; da Cultura; do Planejamento, Desenvolvimento e Gestão; da Ciência, Tecnologia, Inovações e Comunicações).

(re)configuração<sup>14</sup> do Serviço, de modo particular, de suas rádios, frente às constantes mutações tecnológicas e à dinâmica dos cenários mediático e sociocultural do país, assim como detecta-se que nenhuma outra normativa foi criada com tal finalidade no país. Tampouco tal dispositivo legal apresenta diretrizes específicas sobre o jornalismo.

Há, contudo, dispositivos da referida Lei que, em alguma medida, aludem a determinadas necessidades/obrigações do SRP brasileiro, as quais são, no entendimento deste estudo, inviáveis em termos de execução sem um apurado processo de (incentivo/fomento à) integração do serviço no ambiente mediático digital.

É o que se percebe, por exemplo, quando, ao apontar os princípios da radiodifusão, a Lei nº. 11.652, em seu artigo 2º, inciso II, preceitua a necessidade de “promoção do acesso à informação por meio da *pluralidade de fontes de produção e distribuição* do conteúdo”. Também ao definir os objetivos do serviço de radiodifusão pública, o seu artigo 3º, inciso VI, a lei assinala que é preciso “buscar excelência em conteúdos e linguagens e *desenvolver formatos criativos e inovadores, constituindo-se em centro de inovação* e formação de talentos; o inciso VII do mesmo artigo apregoa a obrigação do Serviço em “direcionar sua produção e programação pelas finalidades educativas, artísticas, culturais, informativas, científicas e promotoras da cidadania, *sem com isso retirar seu caráter competitivo na busca do interesse do maior número de ouvintes ou telespectadores*”; já o inciso IX deste artigo 3º indica que o serviço público de radiodifusão também objetiva “estimular a produção e garantir a veiculação, *inclusive na rede mundial de computadores*, de conteúdos interativos, especialmente aqueles

---

<sup>14</sup> Este estudo utiliza o termo *reconfiguração* corroborando o que articula André Lemos (2005) a respeito das transformações que ocorrem no campo da comunicação, nos formatos midiáticos e nas práticas sociais frente às implicações do fenômeno da digitalização da informação e dos impactos da cultura do ciberespaço. Disponível em: <https://bit.ly/2C8eOGB>. Acesso em: 15 abr. 2020.

Elton Bruno **PINHEIRO**

voltados para a universalização da prestação de serviços públicos”. (BRASIL, 2008).

É importante frisar como esses princípios e objetivos previstos em Lei têm sido mal compreendidos, observados de modo limitado, de maneira secundária ou subestimados no âmbito do SRP Brasileiro, mesmo nestes tempos de primazia da informação digital (TAVARES, 2009) e convergente, o que pode ser notado quando se trata do caso específico das “emissoras” públicas de rádios, para as quais pouco se tem planejado em relação às práticas jornalísticas e à própria necessidade de integração no ambiente tecnológico hodierno, conforme se pode observar em análise realizada em Planos de Trabalho e Relatórios de Gestão tanto da EBC quanto das Fundações Padre Anchieta e Piratini.

Aliás, o próprio conceito de “emissora” é, para este estudo, questionável dentro da lógica das tecnologias contemporâneas, por meio das quais os(as) cidadãos(ãs) passam a ter oportunidades de acesso, de fato, mais democráticas para participar ativa e colaborativamente nos modos de fazer do campo da comunicação que lhe pertence por excelência – o público –, produzindo, compartilhando, remixando e/ou fazendo circular o conteúdo de maneira ampla e efetiva. Assim, tanto de modo geral quanto tendo em conta a própria programação jornalística, pensar as rádios públicas como meras “emissoras<sup>15</sup>” é, de fato, algo inquietante na era da convergência, da cultura da participação, da inteligência coletiva e da conexão em rede.

Nota-se que diante da atual conjuntura que o Serviço de Radiodifusão Pública brasileiro enfrenta pelas constantes ameaças político-governamentais para a extinção ou redução do papel da Empresa Brasil de Comunicação – o que certamente repercute em todo o SRP do país, como observado no caso da emissora de rádio (e de TV) da Fundação Piratini, no Rio Grande do Sul – se

---

<sup>15</sup> O termo “emissoras” é retomado ao longo do presente trabalho, mas compreende-se a importância de uma leitura das rádios públicas do país não apenas como “difusoras” de conteúdos, mas como propagadoras de uma programação que precisa ser universalizada, plural, diversa e independente.

tem ouvido de alguns especialistas e de agentes de movimentos sociais, acadêmicos e científicos<sup>16</sup>, em defesa de tal Serviço, de modo geral, mas ainda pouco, ou quase nada, se tem percebido em relação à reação dos “cidadãos comuns”, sobretudo dos mais jovens brasileiros, a tal ameaça, o que se deve, em alguma medida, ao desconhecimento que estes têm sobre a natureza e importância de um serviço público de comunicação ou ao acesso ainda limitado ou pouco atrativo aos seus meios.

Este último fato pode, inclusive, no entendimento dessa pesquisa, ser associado tanto às lacunas e injunções que atingem, em grande medida, a programação jornalística das rádios públicas quanto ao distanciamento, ou à tímida presença dessas emissoras em “ambientes mediáticos sociodigitais” – como *sites*, aplicativos e redes de comunicação *online* (PINHEIRO, 2019) –, os quais podem, em considerável medida, diversificar/dinamizar os modos de acesso aos seus conteúdos, bem como reinventar a relação, ou seja, as formas de participação e de colaboração de cidadãos(ãs) neste processo, tornando-as mais ativas e engajadas.

Diante desse cenário, que sinaliza que o serviço de radiodifusão pública precisa ser compreendido como “um campo de debate permanente” (PAULINO; GUAZINA; OLIVEIRA, 2016, p. 55), esta pesquisa põe, de fato, especial ênfase na necessidade de se compreender como a integração do referido Serviço, de modo específico, da atuação das suas rádios no ambiente digital contemporâneo – marcado por fenômenos como a convergência e a conexão em rede – pode contribuir para a legitimação e sustentabilidade social, ou seja, para a consolidação e valorização do SRP no cenário mediático e

---

<sup>16</sup> Diversas entidades acadêmico-científicas nacionais e internacionais, como a Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação (INTERCOM), a Associação Nacional dos Programas de Pós-Graduação em Comunicação (COMPOS), a Associação Latino-Americana de Investigadores da Comunicação (ALAIIC); Universidades brasileiras e estrangeiras; Entidades de Classe; Coletivos e Frentes de Defesa da Comunicação; e o Conselho de Comunicação Social do Congresso Nacional expressaram, por meio de notas públicas oficiais, o repúdio a MP nº 744, de 1º de Setembro de 2016 e a Lei nº 13.417, que foi, à época, sancionada pelo Governo de Michel Temer, tendo sido recorrente em todos os textos a menção ao grave prejuízo causado por estes dispositivos ao Serviço de Radiodifusão Pública e à democracia do país.

Elton Bruno **PINHEIRO**

perante à sociedade que, em alguma medida, ainda repele esta esfera da comunicação por razões como a associação que faz entre ela e tudo aquilo que é designado como público, no sentido de considera-la atrelada às ações político-partidárias e/ou governamentais/estatais (BIANCO; ESCH; MOREIRA, 2013), bem como pela sua atuação verticalizada, ou seja, sem a devida aproximação, participação, colaboração, envolvimento, engajamento ativo dos cidadãos em esferas como a gestão e a criação/produção e a propagação/circulação de conteúdos.

Contudo, sobre a capacidade que têm as tecnologias contemporâneas em contribuir no processo de (re)configuração do Serviço de Radiodifusão Pública brasileiro, especialmente em suas práticas jornalísticas, corrobora-se o pensamento de Melo, quando este abaliza que:

[...] a tecnologia introduzida em uma estrutura social dada constitui (...) um elemento *exógeno*, e sua aceitação e permanência dependerão, sobretudo, dos *fatores preexistentes*, dos *conflitos* eventualmente acarretados e do grau de *desorganização* e *reorganização social* que naturalmente estão implícitos no fluxo de transformações. (Grifos no original). (MELO, 2009, p. 35-36. Tradução nossa.)<sup>17</sup>.

A análise e busca pela compreensão do SRP brasileiro, sobre a qual se debruça esse trabalho, portanto, não desconsidera os impasses que se apresentam a este diante do atual cenário de instabilidades instaurado pela situação política em que se encontra o Brasil nesta segunda década do século XXI, por exemplo, nem os entraves advindos das peculiares condições de origem de tal serviço, tampouco esquiva-se da compreensão de que as tecnologias e a dinâmica das suas transformações acontecem constantemente.

Acredita-se e defende-se que, neste contexto de instabilidades e fluidez tecnológica, a abordagem teórico-metodológica do presente estudo

---

<sup>17</sup> No original, em espanhol: “[...] la tecnología introducida en una estructura social dada constituye siempre un elemento *exógeno*; y su aceptación y permanencia dependerán sobre todo de los factores estructurales *preexistentes*, de *los conflictos* eventualmente acarreados y del grado de *desorganización* y *reorganización social* que naturalmente están implícitos en el flujo de cambio.” (MELO, 2009, p. 35-36. Grifos no original).

adotada também em prol da compreensão analítica sobre os aspectos que tensionam o radiojornalismo público brasileiro na contemporaneidade ganha relevância ainda maior, tendo em vista a oportuna possibilidade de, em um momento delicado e extremamente importante, “des(en)cobrir” (SILVA, 2010), ou seja, contribuir para trazer à luz algumas respostas a um problema de pesquisa que, de fato, está encoberto por questões múltiplas e pontuais, aqui cotejadas, mas que devem continuar sendo analiticamente e compreensivamente refletidas em outros estudos da área.

## **Algumas considerações**

O radiojornalismo público brasileiro, na contemporaneidade, é tensionado, em considerável medida, pelas condições de origem – aspectos históricos, sociopolíticos e culturais – do Serviço de Radiodifusão Pública do país. A percepção dessa gênese do SRP, a partir de uma abordagem metodológica “compreensiva”, que apresenta o “comportamento humano” / a “ação social” (WEBER, 2014; 2012; 1995) como condicionante – e não como determinante – do presente e do futuro do Serviço permite um entendimento ainda mais amplo a respeito da importância que o segmento público da radiodifusão possui no contexto do próprio direito à informação e desta enquanto instrumento mobilizador de práticas de cidadania e de valorização da democracia, assim como propicia a elucidação dos desafios que se impõem ao desenvolvimento de um jornalismo independente, universal, plural e diferenciado (UNESCO, 2001).

Considera-se que a compreensão dessas condições de origem tem papel fundamental na (re)configuração de determinadas práticas do jornalismo público e do fazer radiofônico nesse segmento como um todo. Ademais, a abordagem empreendida nesse estudo vai além, no sentido de também pontuar o quanto essas condições de origem explicam o próprio

Elton Bruno **PINHEIRO**

desafio do SRP para se integrar e se adaptar ao ambiente tecnológico digital contemporâneo, onde o jornalismo público também precisa atuar.

O caminho percorrido pelo SRP brasileiro em seu processo de surgimento e estabelecimento é, de fato, complexo. Historicamente, diferentes “ações humanas” (WEBER, *idem*) nos campos político-partidário, político-econômico, sociocultural e tecnológico-mediático conformaram o Serviço de Radiodifusão Pública hoje vigente no Brasil. As rádios públicas, de modo bastante peculiar, têm sido obliteradas no que se refere à processualidade de políticas públicas para o setor, por outro lado, contam com uma audiência ainda fiel, mas que pode diminuir diante do aparecimento de novos *players* na cultura mediática.

Nesse sentido, o radiojornalismo público – aliado às programações educativas e de entretenimento – precisa ser entendido por profissionais, pesquisadores e gestores da área desse segmento da radiodifusão como um carro-chefe, levando em consideração o expressivo número de cidadãos(ãos) que afirmam relacionar-se com o meio radiofônico sobretudo para se informar (BRASIL, 2015; 2016) e a capacidade de reinvenção do meio, especialmente a partir das plataformas que se apresentam na contemporaneidade como ambientes mediáticos sociodigitais nos quais a conexão/interação com ouvintes-leitores, imprescindível ao meio e ao segmento público, pode se apresentar mais próxima e fluída.

O radiojornalismo público configura-se, assim, como instrumento e prática social imprescindível ao necessário processo de legitimação e sustentabilidade social do SRP brasileiro. Para tanto, não pode se distanciar de um cenário onde diferentes lógicas culturais e práticas mediáticas vêm se impondo por meio de fenômenos como a convergência e a conexão em rede, devendo encarar tal desafio com o conhecimento a respeito das condições de origem do próprio serviço, aqui elucidadas.

E, ao refletir analiticamente sobre essas condições de origem da radiodifusão no Brasil, esse trabalho também identifica o tipo e quem são os atores (a serem) envolvidos neste processo de (re)configuração do Serviço e quais são os elementos, aspectos e eventos responsáveis pelas diversas variáveis que influenciam o encaminhamento de decisões no âmbito do SRP brasileiro, incluindo, é claro, as práticas jornalísticas.

De modo particular, esse estudo buscou, por meio do método compreensivo weberiano, evitar a reprodução de visões já recorrentes nos estudos do e sobre o Serviço de Radiodifusão Pública brasileiro no amplo campo das Políticas de Comunicação (principalmente a da dialética histórico-estrutural). Destarte, espera-se que a elucidação dessa abordagem metodológica compreensiva, com foco nas condições de origem do nosso SRP e de breves relatos de experiências sobre este no exterior (Europa e América Latina) contribua, em alguma medida, como alternativa teórico-metodológica para o desenvolvimento de novas práticas de (radio)jornalismo público no Brasil e demais pesquisas sobre o tema.

## **Referências**

- ABREU, João Batista de. Nas ondas da fé. *In*: ENCONTRO NACIONAL DA REDE ALFREDO DE CARVALHO, 2., 2004, Florianópolis. **Anais** [...]. Disponível em: <<https://bit.ly/2tSgPSL>>. Acesso em 25 abr. 2020.
- BIANCO, Nelia Rodrigues Del; ESCH, Carlos Eduardo; MOREIRA, Sônia Virgínia. Radiodifusão pública: um desafio conceitual na América Latina. **Revista FSA** (Faculdade Santo Agostinho), v. 1, p. 67-86, 2013.
- BIANCO, Nelia Rodrigues Del; ESCH, Carlos Eduardo. Condições de Adaptação do Rádio Brasileiro à Tecnologia de Difusão Digital. **CONEXÃO** (UCS), v. 09, p. 159-174, 2010.
- BIANCO, Nelia Rodrigues Del; PINHEIRO, Elton Bruno. Tensionamentos do viés educativo na origem e atuação do serviço de radiodifusão público brasileiro. *In*: BIANCO, Nelia R. Del Bianco; FERRARETTO, Luiz Artur, KLOCKER, Luciano. **80 anos das rádios Nacional e MEC do Rio de Janeiro**. São Paulo: Intercom, 2017.
- BLUMLER, Jay. Meshing Money with mission: Purity Versus Pragmatism in Public Broadcasting. **European Journal of Communication**, n.8, 1993.

BRAGA, José Luiz. Para começar um projeto de pesquisa. **Comunicação & Educação**, v. 10, n. 3, p. 288-296, 2005.

BRASIL. Presidência da República. Secretaria de Comunicação Social.

**Pesquisa brasileira de mídia 2015**: hábitos de consumo de mídia pela população brasileira. Brasília: Secom, 2015.

BRASIL. Presidência da República. Secretaria de Comunicação Social.

**Pesquisa brasileira de mídia 2016**: hábitos de consumo de mídia pela população brasileira. Brasília: Secom, 2016.

BRASIL. **Lei nº 11.652, de 7 de abril 2008**. Institui os princípios e objetivos dos serviços de radiodifusão pública explorados pelo Poder Executivo [...]. Presidência da República. Casa Civil. Subchefia para Assuntos Jurídicos. Brasília, 7 de abril de 2008.

BRASIL. **Constituição da República Federativa do Brasil**. Brasília: Senado Federal, 1988.

BRASIL. **Decreto-Lei 236, de 28 de fevereiro de 1967**. Complementa e modifica a Lei número 4.117 de 27 de agosto de 1962.

BUCCI, Eugênio. **O Estado de Narciso**. A Comunicação Pública a serviço da vaidade particular. São Paulo: Companhia da Letras, 2015.

CARDOSO, Gustavo. **A mídia na sociedade em rede**: filtros, vitrines, notícias. Rio de Janeiro: Editora FGV, 2007.

DA MATTA, Roberto. **O que faz o brasil, Brasil?** Rio de Janeiro: Rocco, 1984.

DALLARI, Adilson Abreu. Cobrança de taxa para custeio da TV Educativa.

**Revista de Informação Legislativa**. Brasília: 1998.

EMPRESA BRASIL DE COMUNICAÇÃO. **Manual de jornalismo da EBC**. Brasília, 2013.

ESCH, Carlos Eduardo; BIANCO, Nelia R. Del. Rádio digital no Brasil: análise de um debate inacabado. **Revista Brasileira de Políticas de Comunicação**. Brasília: LapCom, 2012.

FERREIRA, Norma Sandra de Almeida. As pesquisas denominadas "Estado da Arte". In: **Educação e Sociedade**, ano XXIII, n. 79, agosto, 2002.

FIDLER, Roger. **Mediamorphosis** – Understanding New Media. Thousand Oaks: Pine Forge Press, 1997.

GUMUNCIO-DAGRON, Alfonso. Sustentabilidad de los CMC. Parte 1. In: HUGHES, Stella; EASHWAR, Sucharita; JENNINGS, Venus Easwaran. **Cómo comenzar y continuar**: una guía para los Centros Multimedia Comunitarios. Uruguay, UNESCO, 2006. Disponível em: <<https://bit.ly/2XMaHJs>>. Acesso em: 15 abr. 2020.

HOLANDA, Sérgio Buarque. **Raízes do Brasil**. São Paulo: Companhia das letras, 2014.

LEAL FILHO, Laurindo Lalo. Por uma rede nacional de TV pública.

**Observatório da Imprensa**. 2003. Disponível em: <<https://bit.ly/2HokpfH>>. Acesso em: 10 abr. 2020.

- MELO, José Marques de. **Pensamiento comunicacional latinoamericano**. Entre el saber y el poder. Sevilla: Comunicación Social, 2009.
- MIOLA, Edna. **Em busca do caráter público da radiodifusão**: uma proposta de tipologia de análise de emissoras públicas de televisão. Colóquio Internacional Televisão e Realidade. UFBA, 2008.
- MOREIRA, Sônia Virgínia. **O Rádio no Brasil**. Rio de Janeiro: Rio Fundo, 1991.
- MOREIRA, Sonia Virgínia. Rádio Educativo brasileiro: fragmentos históricos. In: PREFEITURA DO RIO DE JANEIRO. **O Rádio Educativo no Brasil**. Secretaria Especial de Comunicação Social. Cadernos da Comunicação. Série Memória. – V. 6, 2003.
- MOREIRA, Sônia Virginia. Emissoras educativas X sistema público brasileiro de radiodifusão – o caso da Rádio MEC do Rio de Janeiro (1936-2015). In: CONGRESSO BRASILEIRO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO, 38 e COLÓQUIO BRASIL-ARGENTINA DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO, 5. **Anais** [...] Rio de Janeiro, set. 2015.
- PAULINO, Fernando Oliveira; GUAZINA, Liziane; OLIVEIRA, Madalena. Serviço público de mídia e comunicação pública: conceito, contextos e experiências. **Comunicação e Sociedade**, v. 30, p. 55, 2016.
- PARLAMENTO EUROPEU 2010/2028(INI). **O serviço público de radiodifusão na era digital: o futuro do duplo sistema**. 25 nov. 2010. Disponível em: <<https://bit.ly/2ttRf6k>>. Acesso em: 20 abr. 2020.
- PINHEIRO, Elton Bruno. Radiodifusão sonora pública do Brasil: o processo de conformação do serviço e os desafios de sua integração no ambiente digital. 2019. 545 f., il. **Tese** (Doutorado em Comunicação) — Universidade de Brasília, Brasília, 2019.
- PINHEIRO, Elton Bruno. Rádios públicas no Brasil: reflexões sobre suas condições de origem, cenário contemporâneo e desafios. **Comunicação e Sociedade**, v. 30, 2016.
- PINHEIRO, Elton Bruno. Thinking public communication latin american in the context of culture connection: opportunities and challenges. **Revista Geminis**, São Carlos, ano 7, n. 1, 2016.
- RIBEIRO, Darcy. **O povo brasileiro**: a formação e o sentido do Brasil. 3. Ed. São Paulo: Global, 2015.
- SANTOS, Suzy.; SILVEIRA, Érico da. Serviço Público e Interesse Público nas Comunicações. In: RAMOS, Murilo; SANTOS, Suzy. **Políticas de Comunicação**. Buscas teóricas e práticas. São Paulo: Paulus, 2007.
- SARAVIA, Enrique. O conceito de Política Pública. In: SARAVIA, Enrique; FERRAREZI, Elisabete. **Políticas Públicas**; coletânea. Brasília: ENAP, 2006.
- SILVA, Juremir Machado da. **O que pesquisar quer dizer**: Como fazer textos acadêmicos sem medo da ABNT e da CAPES. Porto Alegre: Sulina, 2010.

Elton Bruno **PINHEIRO**

SUBIRATS, Joan. **Análisis de políticas públicas y eficacia de la Administración**. Madrid: Ministerio para las Administraciones Públicas, 1994.

TAVARES, Olga. Tecnologia e mídia radiofônica: mudança de paradigma à vista. In: NUNES, Pedro. (Org.) **Mídia Digitais & Interatividade**. João Pessoa: Editora UFPB, 2009.

UNESCO. **La Radio y Televisión Pública; ¿Por qué? ¿Cómo?** Montreal: UNESCO - Consejo Mundial de Radio y Televisión, 2001. Disponível em: <<https://bit.ly/2JNKxSw>>. Acesso em: 05 abri. 2020.

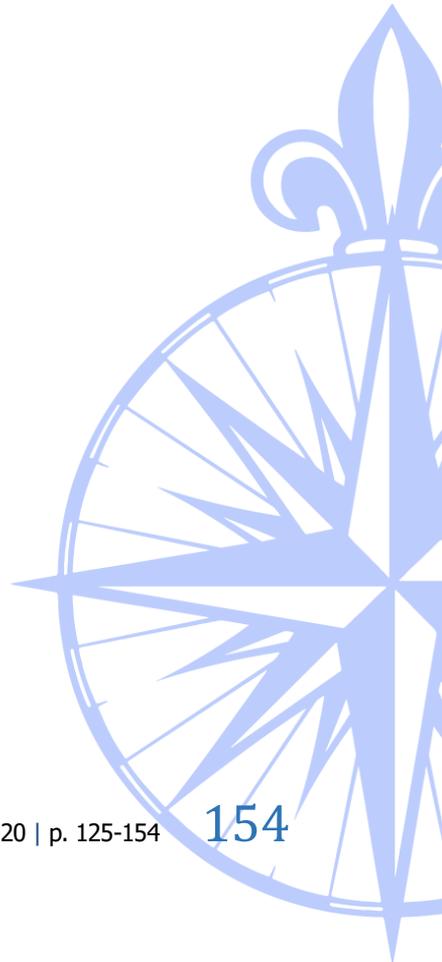
WEBER, Max. **Metodologia das Ciências Sociais**. Parte 2. Tradução: Augustin Wernet. 2. Ed. São Paulo: Editora da Universidade Estadual de Campinas, 1995.

WEBER, Max. **Economia e Sociedade: fundamentos da sociologia compreensiva**. Volume 2. Tradução de Regis Barbosa e Karen Elsabe Barbosa. 4ª ed. Brasília: Editora da Universidade de Brasília, 2012.

WEBER, Max. **Economia e Sociedade: fundamentos da sociologia compreensiva**. Volume 1. Tradução de Regis Barbosa e Karen Elsabe Barbosa. 4ª ed. Brasília: Editora da Universidade de Brasília, 2014.

WOLTON, Dominique. **Elogio do grande público: uma teoria crítica da televisão**. São Paulo: Ática, 2006.

ZUCULOTO, Valci Regina Mousquer. **A programação de rádios públicas brasileiras**. Florianópolis: Editora Insular, 2012.



# O COMEÇO DO RADIOJORNALISMO NA AMAZÔNIA: o mapeamento das primeiras iniciativas nos estados da região Norte<sup>1</sup>

THE BEGINNING OF RADIO JOURNALISM IN THE AMAZON: the mapping of the first initiatives in the states of the North region

Abinoan SANTIAGO<sup>2</sup>

Universidade Federal de Santa Catarina | Brasil

Paula Melani ROCHA<sup>3</sup>

Universidade Estadual de Ponta Grossa | Brasil

## Resumo

Se no Brasil o marco inicial do rádio é datado de 1922, na Amazônia demorou cinco anos para que seus habitantes pudessem ouvir pela primeira vez as ondas radiofônicas. Do primeiro ao último dos sete estados da região Norte a ter radiojornalismo, existe o lapso temporal de 42 anos. Cada unidade da federação tem sua peculiaridade sobre o início do rádio em seus territórios, porém, percebe-se que em sua maioria, a mão do estado/política local está presente. Este artigo é resultante de pesquisa de mestrado defendida no Programa de Pós-Graduação em Jornalismo da Universidade Estadual de Ponta Grossa (UEPG) e se ancora no jornalismo regional e história positiva. A coleta se deu por meio de pesquisa documental e história oral, e mostrou semelhanças e diferenças entre os estados sobre o início do rádio em cada um deles.

## Palavras-chave

Radiojornalismo; Jornalismo; História do Jornalismo; Amazônia; Região Norte.

## Abstract

If in Brazil the radio's initial milestone is dated 1922, in the Amazon it took five years for its inhabitants to hear the radio waves for the first time. From the first to the last of the seven states in the North region to have radio journalism, there is a 42-year time lag. Each unit of the federation has its peculiarity about the beginning of radio in their territories, however, it is clear that most of them, the hand of the local state / politics is present. This article is the result of research defended in the Masters in Journalism at the State University of Ponta Grossa (UEPG) and is theoretically anchored in regional journalism and positive history. The collection took place through documentary research and oral history and showed similarities and differences between the states regarding the beginning of radio in each of them.

## Keywords

radiojournalism; journalism; history of journalism; Amazon; North region.

RECEBIDO EM 23 DE MARÇO DE 2020  
ACEITO EM 27 DE ABRIL DE 2020

<sup>1</sup> Este artigo é resultante de pesquisa de mestrado defendida em fevereiro de 2019.

<sup>2</sup> JORNALISTA. Doutorando Sociologia Política pela Universidade Federal de Santa Catarina (UFSC), mestre em Jornalismo pela Universidade Estadual de Ponta Grossa (UEPG) e bacharel em Jornalismo pela Universidade Federal do Amapá (UNIFAP). Contato: abinoansantiago@gmail.com.

<sup>3</sup> JORNALISTA. Professora do PPG e da Graduação em Jornalismo da UEPG. Bolsista produtividade em Pesquisa e Desenvolvimento Tecnológico - Fundação Araucária (Convênio 049/2019). Contato: paulamelani@gmail.com.

## Introdução

**A**penas cinco anos depois da primeira transmissão de rádio no Brasil, ocorrida em 1922 no Rio de Janeiro, os povos da Amazônia tiveram contato com o rádio pela primeira vez. O fato ocorreu em 1927, em decorrência do pioneirismo do então governador do Amazonas, Ephigênio Salles, que buscou por meio da divulgação de indicadores econômicos reviver o apogeu do próspero Ciclo da Borracha que outrora aquele estado viveu entre o fim do século XIX e início do século XX. A estratégia não durou muito tempo, porém representou o marco do início do radiojornalismo na região Norte brasileira.

Do primeiro estado nortista ao último a ter uma emissora de rádio aos seus habitantes, houve o lapso temporal de 42 anos. Tocantins estreou a sua primeira transmissão em 1969, no auge do regime ditatorial militar vigente no país. Os militares, inclusive, tiveram papel fundamental para que os demais estados da região também pudessem construir as suas emissoras radiofônicas. Era uma forma de impor sua ideologia aos povos da Amazônia por meio das ondas sonoras (SANTOS, 2019).

Este artigo se dedica a essas primeiras iniciativas do radiojornalismo nos estados da região Norte: Acre, Amapá, Amazonas, Pará, Rondônia, Roraima e Tocantins. O objetivo aqui é revelar as peculiaridades, semelhanças e diferenças do pioneirismo da inserção do rádio na vida cotidiana da Amazônia.

A compilação neste trabalho faz parte de um esforço inédito de reunir o pioneirismo do radiojornalismo amazônida em um único artigo. Ressalta-se que este trabalho não revela os marcos do rádio na região Norte pela primeira vez. Ele, frisa-se, reúne de forma inédita esses apontamentos pioneiros em um único artigo.

A necessidade de compilar o pioneirismo do radiojornalismo nortista emergiu no decorrer de uma pesquisa de dissertação defendida em 26 de fevereiro de 2019 no Programa de Pós-Graduação em Jornalismo da

Universidade Estadual de Ponta Grossa (UEPG). Ela teve como foco a historiografia do primeiro século do jornalismo do Amapá (1980-1990), mas para traçar a linha do tempo da atividade jornalística amapaense, seria preciso um primeiro passo: entender como funcionou o início do jornalismo no rádio, TV e impresso no contexto regional no qual o Amapá está inserido, que é a Amazônia. Este artigo aborda sobre o radiojornalismo.

Pontua-se que teoricamente, esse movimento de olhar para a mídia da Amazônia está sustentado neste artigo pelo jornalismo regional (AGUIAR, 2016) e história positiva (BARROS, 2013). Metodologicamente, é baseado em pesquisa bibliográfica (LAVILLE; DIONNE, 1999), documental (LE GOFF, 1990) e entrevistas de história oral (THOMPSON, 1999).

Ressalta-se que o termo “jornalismo regional” delineado por Aguiar (2016) usado neste artigo apreende o quesito geográfico de abrangência e localização do veículo de comunicação. Todos são fora do eixo tradicional do jornalismo brasileiro, isto é, Brasília-Rio-São Paulo; e abrangem mais de um espaço geográfico pelas próprias características do tipo de mídia, pois as ondas sonoras de Amplitude Modular (AM) são em larga escala, não se resumindo apenas à cidade onde estavam sediadas. É válido ressaltar, contudo, que o conceito “jornalismo regional” não dá conta de abranger por completo os veículos de comunicação da região amazônica porque não considera fatores sociais logísticos como elementos de atraso ou evolução do jornalismo em determinada localidade. Como este não é o debate deste artigo, a crítica conceitual não será tratada, porém, é essencial citá-la.

Ainda na seara teórica, este estudo se vale do que se entende como história positiva, cunhada pelo alemão Leopold Von Ranke, e que tem como umas de suas características a objetividade e neutralidade. De acordo com Barros (2013), para Ranke, a objetividade diz respeito ao contato direto do historiador com seu objeto, que são suas fontes – de maneira científica – para dar aproximação ao evento histórico a ser analisado. Já a neutralidade faz

referência ao encontro do historiador consigo mesmo – “sujeito que produz o conhecimento histórico e que precisa fazer suas escolhas relacionadas aos modos narrativos e aos aspectos interpretativos” (BARROS, 2013, p.996). No contato com o objeto, o pesquisador não pode afirmar nada que não esteja documentado. O uso dessa ótica teórica interdisciplinar se tornou essencial para elaboração deste trabalho, sobretudo, pelo movimento de compilação das rádios pioneiras da região Norte.

Antes de tratar propriamente dito do rádio nos estados do Norte, é fundamental entender, mesmo que de forma resumida, como ele se delineou no Brasil no mesmo período que as emissoras surgiram pela primeira vez na Amazônia.

## **O rádio no Brasil**

A primeira transmissão de rádio no país aconteceu na abertura das comemorações do centenário da Independência, em 7 de setembro de 1922, com o discurso do presidente Epitácio Pessoa, transmitido por 80 receptores importados e instalados no Alto do Corcovado, no Rio de Janeiro (ORTRIWANO, 2003). O marco teve financiamento de empresas norte-americanas do ramo de telegrafia, a Westing House International e a Western Electric Company. Segundo Luiz Ferrareto (2014), elas visavam lucrar com as festividades pela possibilidade de comercializar equipamentos de radiotelegrafia, radiotelefonía e radiocomunicação ao Ministério de Viação e Obras Públicas. A demonstração, no entanto, despertou a atenção de grupos privados naquelas tecnologias de comunicação sonora.

Um dos interessados, Edgar Roquette-Pinto, montou a primeira emissora de rádio do Brasil, a Rádio Sociedade do Rio de Janeiro, em 20 de abril de 1923. A data definitiva da radiodifusão no país é 1 de maio do mesmo ano, quando iniciam as transmissões regulares (ORTRIWANO, 2003). Como os anúncios pagos ainda eram proibidos pelo governo federal, a Rádio Sociedade do Rio de Janeiro recebia doações de ouvintes para o seu sustento. A

programação era voltada a elite, com ópera, recitais de poesia, concertos e palestras culturais.

Apesar de a Rádio Sociedade do Rio de Janeiro ser classificada como a pioneira (BARBOSA, 2013; FERRARETO, 2014; ORTRIWANO, 2003), a Rádio Clube de Pernambuco também reivindica o posto de primeira do Brasil. Criada em 1919, entrou no ar em fevereiro de 1923, três meses antes da Rádio Sociedade do Rio de Janeiro. Luiz Ferrareto (2014) explica que no caso da pernambucana, as transmissões ocorriam com estações amadoras de emissão e recepção de sinal, consideradas ilegais para a legislação vigente à época. Isso faz com que Roquette-Pinto tenha marcado o início do rádio brasileiro.

Desde seu início, a rádio sempre andou ao lado do jornalismo. Gisela Otrivano (2003) considera o “Jornal da Manhã” como o primeiro rádiojornal do Brasil. A apresentação era por conta de Roquette-Pinto, que lia notícias de jornais impressos e acrescentava informações em forma de comentários.

A introdução do jornalismo na programação fez a Rádio Sociedade Rio de Janeiro se consolidar no cotidiano das pessoas, principalmente em razão de ser a principal fonte de informação de quem não possuía conhecimento intelectual suficiente para ler e interpretar uma notícia em um jornal impresso (OTRIWANO, 2003). Em 1925, a emissora cria mais três programas jornalísticos, o “Jornal do Meio-Dia”, “Jornal da Tarde” e “Jornal da Noite”, com o mesmo formato do “Jornal da Manhã” (FREITAS, 2012).

Em 1932, Getúlio Vargas autoriza a inserção publicitária nas programações. Isso transforma o pensamento dos proprietários das emissoras, que de produção erudita passam a apostar no cunho popular para conquistar mais audiência e consequente aumento de faturamento.

Além do fim da proibição da publicidade, ainda nos anos 1930, outros dois marcos: a Rádio Record, em São Paulo, em 1932, organiza a primeira transmissão em rede com demais emissoras paulistas para noticiar eventos da Revolução Constitucionalista; e um ano antes, o jornalismo esportivo ganhava

Abinoan **SANTIAGO** • Paula Melani **ROCHA**

seus primeiros contornos no radiojornalismo brasileiro, com a transmissão de partidas de futebol. Nicolau Tuma narrou pela primeira vez um confronto futebolístico, na Rádio Educadora Paulista, em 19 de julho de 1931 (OTRIWANO, 2000).

Já em 12 de setembro de 1936, entra no ar a Rádio Nacional. Ela passou para o governo federal em 1940, quando Getúlio Vargas, no regime do Estado Novo (1937-1945), acampou a empresa "A Noite", que além do jornal de mesmo nome, tinha a posse da referida emissora (OTRIWANO, 2003). No período ditatorial varguista, o controle da imprensa era rigoroso. Somente quanto aos jornais, estima-se que 61 publicações deixaram de circular por força do poder executivo (BARBOSA, 2013).

Com o desenvolvimento do rádio como um veículo de comunicação de massa, Vargas, durante o regime do Estado Novo, o utilizou como instrumento político e ideológico. No ano da instalação do período ditatorial varguista, existiam 42 emissoras no país. Ao fim, o número estava em 111.

Já em 1941, surge o "Repórter Esso" na Rádio Nacional. O programa, que durou até 1968, representou uma mudança na forma de apresentar a notícia no rádio (CALABRE, 2002), influenciando demais jornais ao aplicar o estilo objetivo do jornalismo norte-americano.

As notícias deveriam ser apresentadas no noticiário Esso de forma sucinta, priorizando a informação (data, local, principais envolvidos). O locutor não deveria expressar sua opinião pessoal e sim restringir-se a noticiar o fato. Para os produtores, essa era a fórmula dos noticiários imparciais. Durante muito tempo, vários noticiários radiofônicos e televisivos agiram dentro dessa lógica de imparcialidade, desprezando o fato de que o próprio ato de escolher a notícia e o que dizer sobre ela é estar assumindo uma posição sócio-política demarcada. (CALABRE, 2002, p. 218).

No auge do "Repórter Esso", em meados dos anos 1940, a popularidade alcançava 86% da preferência dos ouvintes que tinha acesso ao rádio, segundo pesquisas de institutos de medição de audiência (CALABRE, 2002). O jornal tinha como concorrente o "Grande Jornal Falado Tupi", criado em 3 de abril de 1942, na *Rádio Tupi* São Paulo.

## O COMEÇO DO RADIOJORNALISMO NA AMAZÔNIA: o mapeamento das primeiras iniciativas nos estados da região Norte

O Repórter Esso e o Grande Jornal Falado Tupi foram os primeiros, no Brasil, a mostrar preocupação quanto a uma linguagem específica para o rádio, procurando elaborar a notícia de forma a atender as características do meio radiofônico e não do jornalismo impresso. "O 'Repórter Esso' abrindo fronteiras, o 'Grande Jornal Falado Tupi' buscando todas as nossas fronteiras, levando informações, reportagens e comentários até então inacessíveis aos brasileiros de todos os rincões, começavam a definir o embrião do radiojornalismo nacional. (OTRIWANO, 2003, p.75).

Em 18 de setembro de 1950, estreava a *TV Tupi Difusora*, em São Paulo. Com isso, o rádio ganha mais um tipo de mídia para disputar a atenção do público. O acirramento não ocorreu imediatamente porque a televisão ainda precisava ganhar popularidade, diferentemente do rádio, já consolidado. Para se ter uma noção, em 1948, no Rio de Janeiro, 91% dos domicílios possuíam o aparelho. Em São Paulo, o percentual alcançava 88% (BARBOSA, 2013).

Apesar de sua consolidação, o rádio perdia espaço à medida que a presença da televisão avançava no cotidiano das pessoas. Nos anos 1960, de acordo com Luiz Ferrareto (2012), as emissoras radiofônicas sentem pela primeira vez a sangria causada pela TV, que nesta década passa a captar grande parte das verbas publicitárias, resultando em queda de faturamentos. A audiência também enfrenta uma crise. Os conteúdos, antes apenas veiculados no rádio, são levados para a televisão, que além do som, oferecia ainda imagem ao público.

O rádio precisava se reinventar. Assim o fez. A tecnologia deu o novo gás que as emissoras precisavam. Nos anos 1960, o gravador magnético possibilitou maior agilidade, mais versatilidade, melhorou a qualidade das captações externas de áudio, controle no conteúdo das mensagens a partir das edições e, o principal, barateou os custos de manter uma grade 24 horas no ar, pois os programas ou trechos deles poderiam ser repetidos (OTRIWANO, 2003).

O rádio se reinventou no aspecto editorial. Surgiu nos anos 1960 o tripé música, informação e esporte. O jornalismo ganha mais espaço, com

“emissoras conceituadas do país se dedicando quase que exclusivamente ao jornalismo e à prestação de serviço, trazendo novo vigor ao ambiente midiático” (BIANCO, 2015, p.36).

Ainda nesta década surgem as emissoras com sinal FM. Mesmo existindo desde meados dos anos 1950 em caráter experimental com a Rádio Imprensa, no Rio de Janeiro, a nova frequência ganha corpo oficialmente em 1968, quando a Rádio Tropical entra no ar, em Manaus, no Amazonas, pela primeira vez em FM (SILVEIRA, 2017; MAFRA; MONTEIRO, 2017).

A popularização das emissoras FM representou o último marco histórico do rádio no Brasil antes dos anos 1990. Nas décadas de 1970 e 1980, houve a consolidação do radiojornalismo e da prestação de serviços. As programações se aproximam no *allnews* na AM e do entretenimento no FM.

Acontece a consolidação do novo grande impulso ao radiojornalismo, que começou na fase anterior [anos 1960] como uma das saídas que o veículo encontrou para não desaparecer e, no caso do rádio AM, para enfrentar a concorrência das próprias emissoras de Frequência Modulada. É que as FMs, por sua melhor qualidade na transmissão do som, passam a ser as preferidas para o rádio musical. Detecta-se o apogeu das transformações iniciadas no período anterior: o processo de especialização e segmentação se acelera e algumas emissoras já experimentam um formato de programação que se aproxima do *allnews*; ocorre a cristalização da tendência de formação de grandes redes permanentes. Enfim, o radiojornalismo conquista um espaço definitivo na radiofonia brasileira. (ZUCULOTO, 2012, p.5).

Nos anos 1990, a televisão era realidade no cotidiano de grande parte da população do país (BARBOSA, 2013). Quando chegou a última década do século XX, o brasileiro já havia acompanhado pela telinha momentos marcantes da história nos anos anteriores que consolidou o referido ambiente midiático como um veículo de comunicação de massa.

## **O rádio na Amazônia**

A inserção da radiodifusão nos estados da região Norte do país demorou apenas cinco anos, quando surgiu a primeira, em 1927. De antemão, é

## O COMEÇO DO RADIOJORNALISMO NA AMAZÔNIA: o mapeamento das primeiras iniciativas nos estados da região Norte

percebido o papel dos governos militares na criação das emissoras nas Unidades da Federação, sobretudo nos territórios federais. Isto é, nos que eram subordinados diretamente à União. Amazonas, Pará e Tocantins fugiram à regra pelas suas próprias características político-administrativas. Os amazonenses e paraenses viviam em estados autônomos e o território que viria a ser Tocantins, em 1988, ainda faziam parte de Goiás. Mesmo assim, a política se mostrou essencial para o surgimento das emissoras de rádio nestes locais.

Abaixo, é colocada uma síntese da primeira rádio em cada um dos estados que atualmente compõem a região Norte, a partir do local, nome da emissora, ano de fundação e os proprietários fundadores.

**Quadro 1:** As primeiras rádios na região Norte

UF	EMISSORA	ANO	FUNDADOR
<b>Amazonas</b>	Voz de Manaós	1927	Governo do Amazonas
<b>Pará</b>	Rádio Clube do Pará	1928	Jornalista Edgar Proença, advogado Roberto Camelier e o telegrafista Eriberto Pio
<b>Acre</b>	Rádio Difusora Acreana	1944	Governo territorial
<b>Rondônia</b>	Rádio Difusora do Guaporé	1945	Governo territorial
<b>Amapá</b>	Rádio Difusora de Macapá	1945	Governo territorial
<b>Roraima</b>	Rádio Difusora de Roraima	1957	Governo territorial
<b>Tocantins</b>	Rádio Difusora de Tocantins	1969	Prefeito de Porto Nacional, Antônio Poincaré

**Fonte:** Autores

Percebe-se que com exceção do Pará, nos demais estados da região Norte, a mão do poder público esteve presente no fomento da criação das emissoras iniciais. A primeira empresa de rádio da Amazônia é datada de abril de 1927, a “Voz de Manaós”, em Manaus. A motivação para a sua criação tem contornos econômicos e políticos. Depois do fim do Ciclo da

Borracha, que durou entre 1879 a 1912, o Amazonas enfrentava uma crise financeira e a implantação de um sistema de comunicação foi uma das estratégias adotada pelos barões da borracha para manterem vivos seus seringais.

Em 1926, o mineiro Ephigênio Salles assumiu o governo do Amazonas. Uma de suas principais medidas pretendia retomar o apogeu do Ciclo da Borracha. Apaixonado por tecnologia, “enxergava nela a possibilidade de promover mudanças por meio de investimentos de alcances econômicos e sociais. Como parte de sua estratégia para revigorar a economia do Estado, ele cria, em 1927, a “Voz de Manaós” (MAFRA; MONTEIRO, 2017, p.4).

No cerne econômico, a principal proposta da emissora era transmitir às cidades do interior amazonenses os dados e as informações atualizadas sobre cotações e valorizações de produtos naturais nas bolsas internacionais, além das taxas de câmbio do exterior e interna. O governador amazonense pretendia que os barões da borracha diminuíssem seus custos com transportes, pois de posse das informações da rádio, poderiam avaliar se embarcavam ou não os produtos para exportação, sem deslocamentos em vão para Manaus (ALBUQUERQUE, 2014).

As transmissões contaram com apoio da iniciativa privada, através da empresa norte-americana *Amazon Telegraph*, que se instalou na capital amazonense. Em âmbito político, a rádio transmitia informações sobre a atuação de Ephigênio Salles. Tudo era acompanhado de perto pelo chefe do poder executivo. Ele determinou que o Palácio Rio Negro, sede do governo, fosse o local da instalação dos equipamentos. Apesar da meta de florescer novamente a economia do Amazonas pela radiodifusão, a emissora foi quem acabou sofrendo pela falta de dinheiro. Em 1929, uma grave crise atinge as finanças da estatal e resulta no fechamento do sinal por Ephigênio Salles, que um ano depois, em 1930, deixa o governo. Com o fim da “Voz

de Manaós”, o Amazonas fica sem nenhuma emissora até 1938, quando surge a Rádio Baré. Quando entrou no ar, o Pará já possuía a sua primeira experiência radiofônica.

Inspirada na *Rádio Clube de Pernambuco*, é criada em Belém, em 22 de abril de 1928, a *Rádio Clube do Pará*, por Edgar Proença, jornalista e colunista social; Roberto Camelier, advogado; e Eriberto Pio, telegrafista. Inicialmente, o sinal abrangia apenas a capital paraense. A curiosidade de um dos sócios motivou o surgimento do rádio no Pará.

Foi por meio das leituras de Roberto Camelier sobre eletrônica, somado aos seus conhecimentos outros técnicos, que Camelier construiu juntamente com radioamadores um transmissor de 120 watts que só alcançava o centro da cidade. Camelier estava sempre se atualizando nos assuntos da área, lendo uma extensa literatura quando estava no Rio de Janeiro e dialogando e trocando experiências com outros radioamadores. Então, mesmo com uma trajetória que diferia muito das pessoas ligadas à radiodifusão, já que Camelier era bacharel em Direito, foi também delegado no Rio de Janeiro e juiz no interior do Pará, o interesse e até mesmo a curiosidade o levou para experiências com a eletrônica, radiotelegrafia e radiodifusão. Futuramente, seria ele o diretor técnico da PRC-5. (VIEIRA, 2017, p. 47-48).

Edgar Proença, único jornalista do trio fundador da *Rádio Clube do Pará*, era amigo dos irmãos Moreira Pinto, fundadores da *Rádio Clube de Pernambuco*. A emissora nordestina viabilizou equipamentos para que os paraenses montassem o transmissor. Ainda com a proibição de anúncios pelo governo federal, a Rádio Clube do Pará ancorou-se nas contribuições de seus associados, como no restante do país, em razão da vedação publicitária (VIEIRA, 2017).

A emissora paraense se consolidou no mercado local apenas depois de fixar-se em um espaço próprio para montagem de estúdio e armazenamento dos aparelhos. Segundo Edimara Vieira (2017), afundada em dívidas, a emissora percorreu vários pontos de Belém. O cenário mudou com a intervenção do poder público. O então prefeito da cidade, Abelardo Conduru, pretendia urbanizar o bairro Jurunas e acreditou que doando um

terreno para a rádio construir sua sede própria, poderia impulsionar no processo de urbanização do lugar. Com auxílio de seus associados, a Rádio Clube do Pará construiu o Palácio do Rádio, onde pôde, enfim, usufruir da modernidade que buscava expressar em suas ondas sonoras (VIEIRA, 2017).

Somente depois de 16 anos da fundação da Rádio Clube do Pará, outra emissora é inaugurada em um território da região Norte que não o Amazonas ou Pará. Ocorreu em 1944, em Rio Branco, no Acre. No dia 7 de agosto daquele ano, entrou no ar a Rádio Difusora Acreana.

Primeiramente em caráter experimental, a emissora fez sua transmissão oficial em 25 de agosto do mesmo ano. Também no início funcionou em um prédio improvisado. Somente em 1 de maio de 1949, ganhou espaço próprio, construído pelo governo territorial, fundador da emissora.

A ideia partiu do então governador Silvestre Coelho. O ano da inauguração marcava o fim da II Guerra Mundial. O referido evento histórico mundial fez o Acre reviver no início dos anos 1940 o auge do Ciclo da Borracha em razão da demanda empregada pela indústria bélica pelo látex extraído dos seringais. Ao mesmo tempo em que o território acreano respirou bons ares econômicos, também sofreu com o impacto de imigrantes, a maioria do Nordeste, que levavam consigo um aparelho, o rádio (PINHEIRO; GONÇALVES, 2008), a fim de permanecerem conectados com o mundo além das copas das árvores da floresta. Frequência de Manaus e da Bolívia eram as sintonizadas por não existir uma emissora acreana.

Ao perceber que o aparelho já fazia parte do cotidiano do interior do Acre, o governador Silvestre Coelho conseguiu a concessão para implantar a *Rádio Difusora Acreana*. Ela nasceu vinculada ao Departamento Territorial de

Imprensa e atualmente faz parte do Sistema de Comunicação Pública do governo.

[A Rádio Difusora Acreana] passou a exercer um papel fundamental, vital mesmo, na vida dos seringueiros, muitos dos quais jamais tornariam a ver as luzes da cidade, sabendo dela tão somente o que era veiculado na emissora oficial, a pioneira no jovem Território. Mas, não foram somente os seringueiros que passaram a depender das informações veiculadas pela emissora pioneira. A implantação de uma nova ordem social e urbana em toda a Amazônia Sul Ocidental, que implicava em práticas sociais e culturais importadas de lugares tão distantes quanto as grandes capitais européias, necessitava de um órgão difusor desses hábitos para os habitantes das cidades. Nada melhor, então, do que empreender essa difusão de hábitos urbanos a partir do rádio. (PINHEIRO; GONÇALVES, 2008, p.7).

Se no Acre, o governo territorial criou a primeira rádio, o mesmo aconteceu em Rondônia, Amapá e Roraima, que também se encontravam na condição político-administrativa de Território Federal.

Dois anos depois de assumir o governo do recém-criado Território Federal de Guaporé (antigo nome de Rondônia), o militar do Exército, Aluísio Ferreira, decidiu criar a *Rádio Difusora de Guaporé*, em setembro de 1945 (GÓIS, 2008). A principal função da pioneira tinha como meta conectar o povo do interior aos acontecimentos da capital, Porto Velho, e demais lugares do país. A ideia não se consolidou em razão da falta de estrutura da própria emissora, o que deixava a recepção do sinal com interferências e chiados. O fim da *Rádio Difusora Guaporé* se deu com a saída de Aluísio Ferreira do governo territorial, em fevereiro de 1946. O sucessor, Joaquim Rondon, decidiu pela descontinuidade da iniciativa radiofônica estatal. A medida deixou os cidadãos rondonienses órfãos de uma rádio local. O vazio de radiodifusão acabou somente em 1961, quando a Igreja Católica fundou em agosto a *Rádio Caiari*.

O fracasso da primeira emissora rondoniense contrasta com o sucesso da Rádio Difusora de Macapá. Também tendo o governo territorial como fundador, a estatal amapaense entrou no ar de maneira experimental

em 15 de dezembro de 1945 sob a tutela do capitão do Exército Janary Nunes, chefe do executivo, nomeado por Getúlio Vargas. Em caráter definitivo, é oficializada em 11 de setembro de 1946.

Diferente da emissora do Acre e Rondônia, a do Amapá teve sua criação norteadada com teor estritamente político. Janary Nunes tornou a rádio como sua vitrine, seguindo o mesmo molde do *Jornal Amapá*, fundado em 19 de março de 1945, que mesclava atos oficiais com notícias do cotidiano macapaense. A ideia era criar uma imagem positiva do chefe do executivo à população (MONTORIL, 2012; MOREIRA, 2018<sup>4</sup>). Deu certo. Ao deixar a gestão do território federal para assumir a Petrobrás em 1955, Nunes indicou os demais governadores até 1964 e conseguiu eleger seu irmão, Coaracy Nunes a deputado federal e ainda ocupou o mesmo cargo legislativo por três mandatos pelo Amapá.

Apesar da importância dada por Janary Nunes à Difusora de Macapá como aparato político, isso não se refletiu na estrutura. Foram 33 anos funcionando próxima do improvisado no aspecto tecnológico. A situação melhorou somente a partir de 1978, quando a concessão e administração passaram à Rádio Nacional, da Empresa Brasileira de Radiodifusão (RádioBrás), criada três anos antes pelo governo do regime militar. Permaneceu assim até 1988, quando o poder executivo amapaense, comandado por José Nova da Costa comprou novamente a emissora (SILVA, 2018<sup>5</sup>).

Em Roraima, a pioneira, a *Rádio Difusora de Roraima*, fundada em janeiro de 1957, passou à RádioBrás em 1977, um ano antes de a estatal do Amapá seguir o mesmo caminho. O marco da entrada das transmissões radiofônicas em território roraimense teve como principal mentor o então governador Ene Garcez, que instalou um sistema de auto-falante em 1944,

<sup>4</sup> Concedeu entrevista de história oral ao autor em 10 de julho de 2018, em Macapá.

<sup>5</sup> Concedeu entrevista de história oral ao autor em 16 de julho de 2018, em Macapá.

em Boa Vista, a partir da articulação da Igreja Católica, que conseguiu a doação de equipamentos da Diocese do Rio de Janeiro (RIBEIRO, 2003).

Por 14 anos, a população roraimense tinha acesso ao rádio apenas por meio desse sistema. Somente em 4 de janeiro de 1957 vai ao ar a primeira emissora, a Rádio Difusora de Roraima, por iniciativa do então governador José Maria Barbosa. A estreia teve a presença do então presidente Juscelino Kubitschek. Diferentemente da Difusora de Macapá, a estatal roraimense tinha o foco no entretenimento por meio de programas de auditório, promovidos no Teatro Carlos Gomes (RIBEIRO, 2003).

Dos estados que atualmente compõem a região Norte, Tocantins foi o último a receber uma emissora de rádio. A história do início das transmissões radiofônicas no território se confunde com a da própria formação do estado tocantinense por ter sido a principal porta-voz dos anseios da população em busca de uma autonomia político-administrativa em relação a Goiás (PAIXÃO; ROCHA, 2018).

O pioneirismo do rádio tocantinense é marcado com a inauguração da *Rádio Difusora de Tocantins*, no município de Porto Nacional em 1968. Seu mentor foi o prefeito da cidade, Antônio Poincaré. De acordo com Paixão e Rocha (2018), as ondas sonoras da emissora atingiam distancia de aproximadamente 800 quilômetros, transbordando os limites para demais lugares, como o caso de Araguaína. Apesar do lançamento, a tecnologia não era novidade para os habitantes daquela região porque o sinal de transmissão das emissoras de Goiânia também alcançava o norte do estado.

Mesmo criada por um político, a Rádio Difusora de Tocantins direcionava sua programação para programas de auditórios e musicais ao estilo das emissoras FM. Ela funcionou dentro da casa do prefeito e sofreu censuras da Ditadura Militar em razão da liberdade artística concedida aos participantes das atrações. Como forma de tirá-la de vez do ar, o governo

federal a considerou clandestina e mandou a Polícia Federal fechá-la em 1976 (PAIXÃO; ROCHA, 2018).

A população do Norte goiano não ficou muito tempo sem emissora. O ex-prefeito de Goiânia e então ocupante do segundo mandato de deputado federal pelo estado, Jaime Câmara, recebeu concessão para explorar o serviço de radiodifusão em Araguaína, inaugurando em 5 de abril de 1979 a Rádio Araguaína AM. O político fazia parte da bancada da Arena, dos presidentes militares.

## **Considerações finais**

Este artigo se propôs a mapear as primeiras iniciativas do rádio em cada um dos estados que hoje são a região Norte do Brasil. O esforço de reunir em um único artigo é inédito: não na catalogação, mas na compilação, algo constatado durante uma pesquisa de Pós-Graduação em Jornalismo, na UEPG. Foi percebido que os escritos sobre o pioneirismo radiofônico em cada um dos sete estados (Acre, Amapá, Amazonas, Pará, Rondônia e Tocantins) precisavam ser condensados como forma de contribuição científica para a área.

Ancorado teoricamente em jornalismo regional (2016) sob o aspecto da abrangência geográfica das emissoras e local de suas sedes – fora do eixo *mainstream* -; e história positiva (BARROS, 2013), a pesquisa usou de pesquisa bibliográfica, documental e história oral para realizar o mapeamento.

Da primeira à última emissora pioneira dos estados que atualmente compõem a região Norte, percebe-se a forte influência intervencionista do poder público e da política na gênese das emissoras, mesmo que as motivações para a exploração do serviço de radiodifusão tenham sido atravessadas por interesses econômicos, como é o caso do Amazonas; ou de integração dos povos das florestas, a exemplo do Acre e Rondônia. O Pará é o único que foge à regra. A Rádio Clube teve sua fundação

capitaneada por profissionais liberais que tinham curiosidade de conhecer a tecnologia. Estudaram o funcionamento da telegrafia e conseguiram colocar a primeira emissora paraense no ar. Ressalta-se, entretanto, que a sua consolidação aconteceu somente a partir da doação de um terreno pela prefeitura de Belém.

No caso do Amapá, é visto forte controle do estado, sobretudo em razão da função dada e cumprida pela Rádio Difusora de Macapá na criação de uma imagem positiva do então governador Janary Nunes. O mesmo objetivo cumpria as demais difusoras dos outros territórios federais (Acre, Rondônia e Roraima). No caso de Tocantins, é visto que a ousadia de seu fundador sofreu com as censuras da Ditadura Militar. Isso mostra que o governo vigente no país se colocava como vigilante das programações ofertadas pelas rádios, mesmo em lugares longínquos, como era o caso do interior tocantinense. Já o entretenimento era o forte da Rádio Difusora de Roraima, com programas de auditório, uma característica forte na época de ouro do rádio no Brasil, mas com forte vigilância dos órgãos de controle.

## Referências

- AGUIAR, Sônia. **Territórios do jornalismo: geografias da mídia local e regional no Brasil**. Petrópolis: Editora Vozes, 2016.
- BARBOSA, Marialva. **História da Comunicação no Brasil**. Petrópolis (RJ): Editora Vozes, 2013.
- CALABRE, Lia. **No tempo do rádio: radiodifusão e cotidiano no Brasil (1923-1960)**. Tese (Doutorado em História), Universidade Federal Fluminense, 2002.
- BARROS, José. Ranke: considerações sobre sua obra e modelo historiográfico. **Diálogos** (Maringá. Online), v. 17, n.3, 2013. Disponível em <<http://periodicos.uem.br/ojs/index.php/Dialogos/article/download/35976/18595>>. Acesso em 14 de jun. 2018.
- BIANCO, Neila. E o rádio, vai morrer na era da convergência tecnológica? In DANGELO, Newton.; SUELI, Sandra. **90 anos de rádio no Brasil**. Uberlândia: Editora UFU, 2016.
- FERRARETTO, Luiz. De 1919 a 1923, os primeiros momentos do rádio no Brasil. **Revista Brasileira de História da Mídia**, v. 3, n. 1, 2014. Disponível em:

<<http://www.ojs.ufpi.br/index.php/rbhm/article/viewFile/3961/2299>>.

Acesso em 11 de dez. de 2018.

FERRARETTO, Luiz. Uma proposta de periodização para a história do rádio no Brasil. **Revista EPTIC**, v.9, n.2, mai/ago, 2012. Disponível em:

<<https://seer.ufs.br/index.php/epitic/article/download/418/332>>. Acesso em 13 de dez. de 2018.

FREITAS, Roselita Lopes de Almeida. Evolução do radiojornalismo no Brasil.

In **Anais XXXV Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação**, Fortaleza-CE, 2012. Disponível em:

<<http://www.intercom.org.br/sis/2012/resumos/R7-2415-1.pdf>>. Acesso em 12 de dez. de 2018.

GOIS, Fabiola Chistinade Lima. Jornalismo digital: a relação entre a mídia privada de Rondônia e a Agência Senado. **Monografia Especialização em Comunicação Legislativa**, Universidade do Legislativo Brasileiro, Brasília, 2008.

LAVILLE, Christian; DIONNE, Jean. **A Construção do Saber: Manual de Pesquisa em Ciências Humanas**. Belo Horizonte: Editora UFMG/ Artmed, 1999.

LE GOFF, Jacques. **História e memória**. Campinas: Editora Unicamp, 1990.

MAFRA, Edilene.; MONTEIRO, Gilson Vieira. **O Rádio Migrado no**

**Amazonas: Um Estudo Sobre a Rádio Rio Mar no Cenário de Migração de Amplitude Modulada (AM)** In Anais 40º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação. Curitiba-PR, 2017. Disponível em:

<<http://portalintercom.org.br/anais/nacional2017/resumos/R12-2935-1.pdf>>. Acesso em 13 de dez. de 2018.

ORTRIWANO, Gisela Swetlana. Radiojornalismo no Brasil: fragmentos de história. **Revista USP**, n. 56, p. 66-85, 2003. Disponível em:

<<http://www.periodicos.usp.br/revusp/article/download/33808/36546>>. Acesso em: 23 de jan. de 2019.

ORTRIWANO, Gisela Swetlana. França 1938, III Copa do Mundo: o rádio brasileiro estava lá. **Universidade de São Paulo, ECA**, 2000. Disponível em:

<<http://www.bocc.ubi.pt/pag/ortriwano-gisela-copa1938.pdf>>. Acesso em 12 de dez. de 2018.

PAIXÃO, Claudio Chaves; ROCHA, Liana Vidigal. O rádio no Tocantins: o processo de implantação e consolidação das primeiras emissoras. **Revista Rádio-Leituras**, Mariana-MG, v. 09, n. 01, jan./jun. 2018. Acesso em 12 de dez. de 2018.

PINHEIRO, Francisco de Moura; GONÇALVES, Márcia. A Rádio Difusora Acreana e o Movimento Autonomista. In **Anais VI Encontro Nacional de História da Mídia**. 2008. Disponível em:

<<http://www.ufrgs.br/alcar/encontros-nacionais-1/encontros-nacionais/6o-encontro-2008-1/A%20Radio%20Difusora%20Acreana%20e%20o%20Movimento%20Autonomista.pdf>>. Acesso em 11 de dez. de 2018.

RIBEIRO, Edson Barbosa. Informativo de curta duração na Rádio Difusora de Roraima. **Monografia (Jornalismo)**, Universidade Federal de Roraima, Boa Vista, 2003.

SANTOS, Abinoan Santiago dos. A formação da imprensa da Amazônia: o primeiro século do jornalismo do Amapá (1890-1990). **Dissertação (Mestrado em Jornalismo)** - Universidade Estadual de Ponta Grossa, Ponta Grossa, 2019.

SILVEIRA, Carla Liliane. O Rádio no país das Amazonas em tempos de internet. In **Anais XXXIV Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação**. Recife-PE, 2011. Disponível em:

<<http://www.intercom.org.br/papers/nacionais/2011/resumos/R6-2572-1.pdf>>. Acesso em 14 de dez. de 2018.

THOMPSON, Paul. **A voz do passado**: historia oral. 2.ed. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1999.

VIEIRA, Edimara Bianca Corrêa. Cidade e cultura: a Belém de 1950 nas ondas do rádio. **Dissertação (Mestrado em Filosofia e Ciências Humanas)**, Universidade de Campinas, Campinas, 2017.

ZUCULOTO, Valci ReginaMousquer. As fases da história do rádio brasileiro e as transformações da notícia radiofônica. In **Anais IV Encontro do Núcleo Gaúcho de História da Mídia**. São Borja-RS, 2012. Disponível em:

<<https://docplayer.com.br/16197592-As-fases-da-historia-do-radio-brasileiro-e-as-transformacoes-da-noticia-radiofonica-1.html>>. Acesso em 13 de dez. de 2018.



# O RADIOJORNALISMO NA CIDADE DE PALMAS: uma análise da atuação de seis rádios sobre suas contribuições para cidadania

## RADIOJOURNALISM IN THE CITY OF PALMAS: an analysis of the performance of six radio stations about their contributions to citizenship

Valquíria Guimarães da SILVA<sup>1</sup>  
Universidade Federal do Tocantins | Brasil

### Resumo

Consideramos o rádio como um veículo privilegiado para a promoção da cidadania, já que reúne um conjunto de elementos favoráveis como a proximidade com o público e a linguagem utilizada. Desta forma, analisamos neste trabalho a relação entre cidadania e rádio na cidade de Palmas-TO. Para isso, estudamos as grades de programação de seis rádios com sintonia na cidade durante dois anos (2017 e 2018). Observamos que o rádio continua a ter um grande potencial cívico, mas neste momento, de um modo geral, a programação das seis rádios participantes do estudo, pouco contribuiu para a promoção de uma cidadania efetiva.

### Palavras-chave

Cidadania; Palmas-TO; Jornalismo; Radiojornalismo; Democracia.

### Abstract

We consider the radio as a privileged vehicle for the promotion of citizenship, since it brings together a set of favorable elements such as proximity to the public and the language used. Thus, in this work we analyze the relationship between citizenship and radio in the city of Palmas-TO. For this, we studied the broadcast programming of six radio stations tuned in the city for two years (2017 and 2018). We observed that the radio continues to have a great civic potential, but at this moment, in general, the programming of the six radios participating in the study, did little to promote effective citizenship.

### Keywords

Citizenship; Palmas-TO; Journalism; Radiojournalism; Democracy.

RECEBIDO EM 22 DE MARÇO DE 2020  
ACEITO EM 11 DE MAIO DE 2020

<sup>1</sup> JORNALISTA. Doutora em Ciências da Comunicação pela Faculdade de Ciências Sociais e Humanas da Universidade Nova de Lisboa. Mestre em Educação e graduada em Comunicação Social - Jornalismo - pela UFPB. Professora Adjunta da UFT e atual coordenadora do Curso de Jornalismo. Contato: vguimaraes@uft.edu.br

## Introdução

**A**o comemorarmos o centenário do rádio no Brasil e seu percurso como o veículo de comunicação que trouxe o conceito de comunicação de massa, pensamos nos vários desafios e transformações deste veículo, principalmente após a chegada da televisão e depois da Internet, o que para alguns autores foi entendido como um possível fim para o rádio.

No entanto, o rádio sobrevive até hoje e continua a desempenhar um papel importante nas sociedades, principalmente com relação à sua função formativa e de aproximação ao seu público, no que diz respeito às questões cotidianas dos cidadãos. “A rádio, apesar da concorrência de outros meios, possui um papel relevante na transmissão de conhecimentos aos indivíduos” (BONIXE, 2012, p. 176). Mesmo com a ampliação do desenvolvimento tecnológico e acesso aos novos meios de comunicação de massa, o rádio continua a possuir características de mobilidade que nenhum outro meio de comunicação possui, além da sua total interface com os outros meios.

Pensar a contribuição do rádio para a cidadania é pensar em sujeitos, em homens e mulheres como cidadãos e cidadãs. Habermas (2007, p. 35), argumenta que é necessário para a compreensão do ser cidadão e da cidadania, considerar que os cidadãos são pessoas que desenvolvem a sua identidade pessoal em determinados contextos, tradições e ambientes culturais específicos, e que precisam desses contextos para conservar a sua identidade. Cecília Peruzzo (1998, p. 158) entende a cidadania como um aprimoramento contínuo vinculado à aprendizagem propiciada pela vida cotidiana. Para a autora, a cidadania é uma construção social. E como construção social, considerar-nos-emos cidadãos à medida que tivermos consciência dessa nossa condição social. Para se discutir cidadania é necessário ter consciência dela, esta é a primeira condição: reconhecer os direitos e deveres dos e para com os outros cidadãos.

[...] cidadania é aqui compreendida como a dimensão ou capacitação humana que permite intervenção na realidade. Cidadão é aquele que, portanto, intervém na realidade. Ora, essa intervenção é possível, entre outros fatores, pela identificação ou não com esta realidade. Alguém que viva à margem, ou alheio à realidade que o cerca, não tem como nem porquês para intervir. Não estar alheio ou estar imerso na realidade depende, então, de reconhecê-la, saber dela, estar informado sobre ela. Assim temos, muito resumidamente, a importância da informação e a necessidade de se comunicar essa informação (TAVARES, 2008, p. 72).

Ao compreendermos que a cidadania é construída através da relação das pessoas com a sociedade em que vivem, entendemos que o fundamento do exercício da cidadania é a formulação de opiniões sobre os assuntos relevantes para a vida dos indivíduos. Estas opiniões derivam do seu entendimento do mundo e o indivíduo é um cidadão na medida em que é parte integrante desta mesma sociedade. No nosso trabalho analisamos exatamente a relação entre cidadania e rádio. A escolha deste *medium* deve-se ao fato de o rádio ser um dos primeiros veículos de comunicação de massa, e embora alguns teóricos tenham proclamado o seu fim, o rádio sobrevive e continua a desempenhar um papel importante nas sociedades. Consideramos o rádio como um veículo privilegiado para a promoção da cidadania. A nossa intenção foi, então, compreender como o rádio, hoje, manifesta o seu potencial, enquanto parte integrante dos *mass media*, de promoção do desenvolvimento da cidadania. A sua programação contribui para o entendimento de mundo indispensável à formação de opiniões sobre questões relevantes ao exercício da cidadania? Desta forma, analisamos a programação de seis rádios da cidade de Palmas<sup>2</sup> durante dois anos consecutivos, com o objetivo de verificar se a programação cotidiana das rádios em estudo promove o/a cidadão/a

---

<sup>2</sup> Esta pesquisa foi desenvolvida com o apoio do Programa de Iniciação Científica da UFT e contou com a participação de sete alunos/as durante os dois anos de realização: Geíne Medrado Rodrigues; Heloísa Cipriano Lima; Isabela Caldas de Souza Leão; José Uendel Souza da Costa; Letícia Miranda Lucena; Lourranny Parente Silva e Lukas Ramos Franco. Também contou com o apoio técnico do servidor da UFT Idglan Souza Maia e do acadêmico Arinaldo Araújo da Silva.

palmense, proporcionando conhecimento de seus direitos e deveres enquanto morador da cidade.

## Descrição da pesquisa

A escolha da metodologia, enquanto caminho que possibilita a apreensão da realidade, combina uma abordagem qualitativa e uma abordagem quantitativa, desenvolvida no estudo de seis rádios de Palmas. A escolha das seis rádios para composição da pesquisa partiu, inicialmente, da localização da sede da rádio, todas com endereço em Palmas, embora a concessão não fosse para a capital tocantinense, como é o caso da rádio CBN Tocantins, que sua concessão é para a cidade de Porto Nacional, mas também incluímos a Rádio Líder FM (95,7), que tem sua concessão para a cidade de Paraíso do Tocantins, por ser uma rádio com boa audiência em Palmas. Assim, as seis rádios que fizeram parte do estudo foram: Rádio Capital FM (87,9), Rádio 96 FM (96,1), Rádio UFT FM (96,9), Rádio Líder FM (95,7), Rádio CBN Tocantins FM (101,9) e Rádio Jovem Palmas FM (104,9).

O método de análise adotado para análise da grade de programação das rádios participantes da pesquisa insere-se nos princípios da análise de conteúdo entendida como:

[...] um conjunto de técnicas de análise das comunicações visando obter por procedimentos sistemáticos e objetivos de descrição do conteúdo das mensagens indicadores (quantitativos ou não) que permitam a inferência de conhecimentos relativos às condições de produção/recepção (variáveis inferidas) destas mensagens (BARDIN, 2008, p. 44).

E especificamente para a análise de conteúdo jornalístico recorreremos à compreensão de Herscovitz (2007, p. 126-127), que define esta análise como um “método de pesquisa que recolhe e analisa textos, sons, símbolos e imagens impressas, gravadas ou veiculadas em forma eletrônica ou digital encontrados na mídia a partir de uma amostra aleatória ou não dos objetos

estudados”. Para a autora, a análise de conteúdo é muito útil às pesquisas jornalísticas, pois contempla um amplo universo de aplicação.

A análise de conteúdo possibilita uma compreensão dos sentidos das comunicações, de seus conteúdos e significações explícitos ou ocultos, como bem explica Bardin (2008, p. 43), “[...] a tentativa do analista é dupla: compreender o sentido da comunicação (como se fosse um receptor normal), mas também e principalmente desviar o olhar para uma outra significação, uma outra mensagem [...]”. É, atualmente, utilizada para estudar e analisar os materiais de forma qualitativa, procurando-se uma melhor compreensão de uma comunicação ou discurso, extraindo os aspectos mais relevantes, “a análise de conteúdo tenta compreender os jogadores ou o ambiente do jogo num momento determinado, com o contributo das partes observáveis. [...] procura conhecer aquilo que está por trás das palavras sobre as quais se debruça. [...] é uma busca de outras realidades através das mensagens” (BARDIN, 2008, p. 45).

A análise de conteúdo pode contemplar diversas formas de unidades de registro, como explica Fonseca Junior (2005, p. 294):

[...] as palavras-chaves de um discurso político, os personagens de um filme ou romance, os anúncios publicitários de uma revista, os acontecimentos de um período histórico, etc. Alguns textos sobre análise de conteúdo incorporam a esta modalidade as unidades de enumeração ou unidades espaço-temporais, como o minuto de emissão radiofônica, a sequência de um filme, o centímetro coluna das notícias dos jornais, etc.

Segundo Bardin (2008, p. 145-146), os critérios de categorização podem ser: semântico (categorias temáticas), sintático (categorias gramaticais – verbos, adjetivos, etc.), léxico (classificação das palavras segundo o seu sentido) e expressivo (categorias que classificam, por exemplo, as diversas “desordens” da linguagem).

Desta forma, a unidade de registo escolhida, por se tratar de programas radiofônicos, é o segundo; e o critério de categorização o semântico, partindo

de categorias temáticas. Escolhemos o tema por o considerarmos a forma mais adequada para a codificação de toda a amostra da pesquisa. “Um tema é formado por uma unidade de texto que inclui o sujeito, o verbo e o objeto ou o agente, a ação e o alvo da ação” (HERSCOVITZ, 2007, p. 134). Entendemos que a análise de conteúdo é o método que melhor nos ajudou a entender quem produz e quem recebe a notícia – as suas motivações, intencionalidade, objetivos, efeitos, etc. Bardin (2008, p. 131) afirma ainda que “fazer uma análise temática consiste em descobrir os ‘núcleos de sentido’ que compõem a comunicação e cuja presença, ou frequência de aparição, podem significar alguma coisa para o objetivo analítico escolhido”.

É importante frisar que o nosso estudo trabalhou tanto com uma pesquisa qualitativa, como com uma pesquisa quantitativa, por entendermos assim como Herscovitz (2007, p. 126) que “a necessidade de integração dos campos quantitativo e qualitativo decorre do reconhecimento de que os textos são polissêmicos – abertos a múltiplas interpretações por diferentes públicos – e não podem ser compreendidos fora do seu contexto”.

Para analisarmos se a programação da rádio contribui para o entendimento de mundo indispensável à formação de opiniões sobre questões relevantes ao exercício da cidadania e se promove, incentiva, os cidadãos a refletirem sobre as decisões políticas, sociais e do seu dia-a-dia, recorreremos a Marques de Melo (2010) e a Janine Lucht (2010), assim como a Chaparro (2000). Primeiramente, para diferenciar a programação das rádios em conteúdos jornalísticos e conteúdos não jornalísticos. Consideramos como conteúdos jornalísticos, os tipos propostos na classificação de Lucht (2010, p. 273-274) com relação aos gêneros radiojornalísticos, a saber: informativo, opinativo, interpretativo, utilitário e diversional. Todo o conteúdo restante das programações não classificados nestes gêneros, consideramos como conteúdo não jornalístico.

A decisão de separar os conteúdos jornalísticos dos não jornalísticos deve-se ao fato de reconhecermos que é através do jornalismo, mais

essencialmente, que os meios de comunicação desenvolvem os seus conteúdos e contribuem para uma melhor compreensão de mundo; reconhecemos também o papel central que o jornalismo desempenha nas sociedades democráticas. E como afirma Jay Rosen (2003, p. 44-45), “o jornalismo pode e deve desempenhar um papel no fortalecimento da cidadania, no melhoramento do debate público e no reviver da vida pública”.

As categorias temáticas que fazem parte da análise da programação radiofônica das seis rádios que compõem este estudo foram definidas a partir do entendimento da cidadania como uma construção da relação das pessoas com a sociedade em que vivem, assumindo o indivíduo o estatuto de cidadão na medida em que é parte integrante desta sociedade.

Escolhemos a semana de 27 de novembro a primeiro de dezembro de 2017 para realizarmos a gravação da programação das seis rádios, das cinco da manhã às 22h. Isto para o primeiro ano da pesquisa. Foi uma escolha metodológica não incluir a madrugada, por observarmos que a programação das rádios neste horário é composta em sua maioria de música, assim definimos este horário por ser o que contempla o maior número de programas jornalísticos de todas as rádios que compõem o nosso estudo. É importante frisar que embora a Rádio CBN Tocantins seja de notícias (*all news*) e não tenha música, parte da transmissão é em rede, ou seja, não é uma produção da Rádio CBN Tocantins. E o nosso trabalho foi analisar a produção das rádios locais, de modo que o conteúdo produzido pela rede não entrou na contagem de conteúdo jornalístico da CBN Tocantins. Também foi uma escolha metodológica não incluir o fim de semana. Ao observarmos a programação identificamos que os programas de notícia também se concentram durante a semana, entendemos, assim, que ao acompanharmos a programação das rádios de segunda à sexta-feira tivemos uma visão da contribuição ou não das emissoras para a cidadania dos palmenses.

O acesso à programação das seis rádios foi a através da gravação online da semana escolhida para o estudo. Mas a gravação via internet variou um pouco para cada rádio, isso em função de algumas quedas de energia e de internet. A nossa tentativa foi o acompanhamento de 17 horas por dia de cada rádio, o que totalizaria 306 mil segundos para a semana de cada emissora. Mas em função dessas pequenas perdas tivemos o maior tempo conseguido em uma rádio de 302.702 segundos e o menor com 264.591 segundos. Embora não tenhamos conseguido o mesmo quantitativo de tempo para cada rádio, isso não comprometeu a análise, em função de que cada uma foi analisada pelo seu quantitativo, expressando, assim, a realidade de cada rádio dentro do tempo conseguido na pesquisa. Escolhemos para a análise mais qualitativa dos temas trabalhados em cada rádio no conteúdo jornalístico para o primeiro ano da pesquisa o dia 29/11/2017.

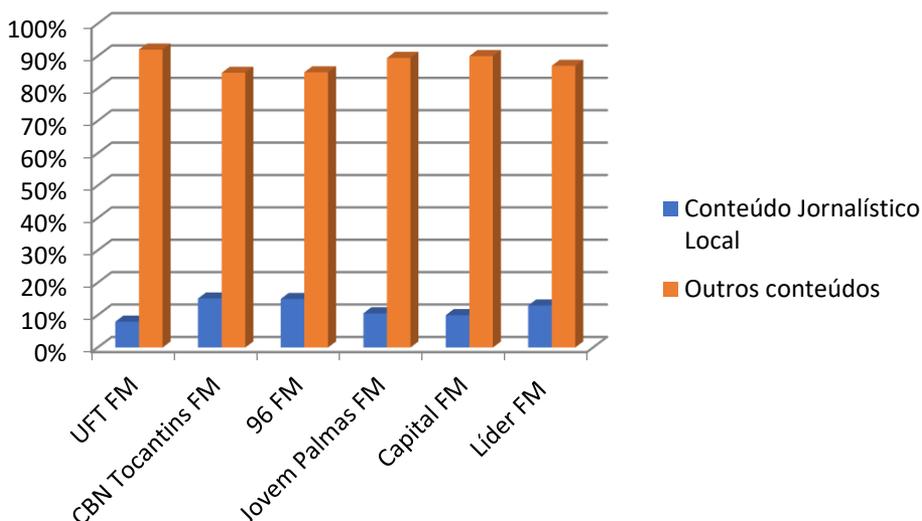
Para o segundo ano de pesquisa, conforme o cronograma, o mês de novembro de 2018, foi o mês para a realização das gravações. Neste mês tivemos muita chuva, o que não nos permitiu a captação da gravação de uma semana consecutiva, como no primeiro ano. Acompanhamos e gravamos a programação das seis rádios de cinco de novembro a seis de dezembro de 2018, buscando escolher os melhores dias de gravação para cada rádio. Assim tivemos as seguintes datas para cada rádio: CBN Tocantins FM 06/11 (terça-feira), 12/11 (segunda-feira), 14/11 (quarta-feira), 15/11 (quinta-feira) e 30/11 (sexta-feira); 96 FM 12/11 (segunda-feira), 14/11 (quarta-feira), 15/11 (quinta-feira), 30/11 (sexta-feira) e 04/12 (terça-feira); Líder FM 12/11 (segunda-feira), 15/11 (quinta-feira), 30/11 (sexta-feira), 04/12 (terça-feira) e 05/12 (quarta-feira); Capital FM 06/11 (terça-feira), 09/11 (sexta-feira), 12/11 (segunda-feira), 14/11 (quarta-feira) e 15/11 (quinta-feira); Jovem Palmas FM 30/11 (sexta-feira), 03/12 (segunda-feira), 04/12 (terça-feira), 05/12 (quarta-feira) e 06/12 (quinta-feira); e UFT FM 14/11 (quarta-feira), 15/11 (quinta-feira), 30/11 (sexta-feira), 03/12 (segunda-feira) e 04/12 (terça-feira).

Neste segundo ano da pesquisa seguindo a mesma metodologia, a nossa tentativa também foi o acompanhamento de 17 horas por dia de cada rádio, o que totalizaria 306 mil segundos para a semana de cada rádio. Mas, novamente, em função dessas pequenas perdas tivemos o maior tempo conseguido em uma rádio de 303.261 segundos e o menor com 274.020 segundos. O fato de termos ampliado o tempo de acompanhamento e gravação nos permitiu a escolha dos melhores dias de captação, o que fez melhorarmos o quantitativo de segundos analisados do primeiro para o segundo ano da pesquisa. O dia escolhido para a análise mais qualitativa dos temas trabalhados em cada rádio no conteúdo jornalístico foi o dia 30/11/2018, com exceção da Rádio Capital FM que o dia escolhido foi 14/11/2018. A escolha do dia para análise qualitativa foi em função do melhor dia captado em termos quantitativo (mais segundos) de cada rádio.

## **Resultado e discussão**

Na análise dos dados do primeiro ano de pesquisa, que refere-se a semana de 27 de novembro a primeiro de dezembro de 2017, obtivemos os seguintes resultados: a partir dos dados coletados e transcritos, foi realizada a análise quantitativa e qualitativa da programação de todas as rádios estudadas nesta pesquisa. Para cada uma, foram separados os conteúdos jornalísticos do não jornalísticos, que vamos chamar de outros conteúdos. Após a separação dos conteúdos da programação das seis rádios, nota-se que a rádio UFT FM, que é uma rádio institucional da Universidade Federal do Tocantins, cuja principal proposta é trazer uma programação mais voltada para a educação e cultura, foi a emissora com a menor parcela de conteúdo jornalístico, totalizando, na semana analisada, apenas 8%, enquanto os outros conteúdos da semana totalizaram 92% de todo conteúdo transmitido pela rádio, conforme podemos observar no gráfico a seguir, que apresenta também o resultado das outras rádios analisadas.

**Figura 1** - Gráfico do primeiro ano de análise (2017)



**Fonte:** Pesquisa de campo (2017), organizado pela autora (2020).

Para uma reflexão e exposição mais completa da pesquisa escolhemos um dia para analisar de forma qualitativa e quantitativa esse tempo destinado ao conteúdo jornalístico. No dia 29 de novembro de 2017 fizemos uma investigação mais minuciosa identificando quais assuntos foram abordados no conteúdo considerado informativo e quanto tempo foi destinado para cada assunto. A rádio 96 FM dedicou 14% de sua programação neste dia para o conteúdo jornalístico, a Capital FM 11%, a UFT FM 9%, a CBN Tocantins 9,7%, a Jovem FM 10,87% e a Líder FM 12,87%.

Com relação aos temas na rádio 96 FM temos o maior destaque para o Esporte com 26% da programação do dia estudado. Outros pontos fortes são as pautas relacionadas à Sociedade, somando 18% do total, Prestação de Serviços totalizando 14%. Saúde também aparece entre os assuntos mais presentes, tendo 12% do tempo de programação. Cultura e Emprego possuem 6% cada, Meio Ambiente 5% e Educação tem 4%. Os tópicos com índices de tempo mais baixos no dia em questão são: Economia e Polícia, com 3% cada, e por último, com 2% está o tema de Política. Na rádio UFT FM, as pautas com maior destaque no dia em questão foram as de Educação e Saúde, totalizando 42% e 39% do tempo dedicado ao conteúdo informativo, respectivamente.

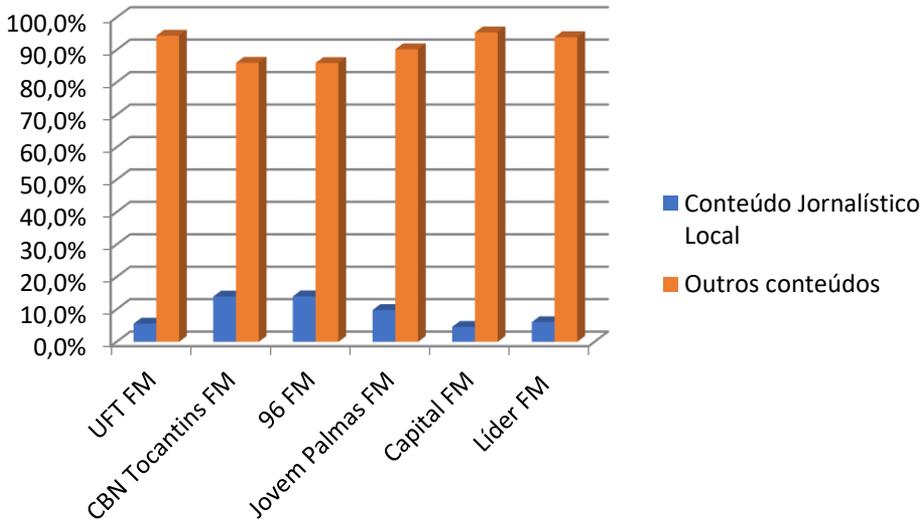
Outros temas abordados durante o dia foram: Política, com 8%, Sociedade com 6%, Cultura e Meio Ambiente com 2% cada, e Prestação de Serviços, somando 1%.

Já a Capital FM os temas com mais tempo na grade da programação da rádio foram Política e Sociedade, cada um com 16% do total. Saúde com 9%, Educação 8% e Economia com 11%. Os assuntos de Polícia possuem 4% deste tempo, Meio Ambiente soma 3%. Empatados com 2% temos Cultura, Esporte e Prestação de Serviços. Por último, emprego, com 1%. Com relação a CBN Tocantins temos: Esporte com 43,7% seguido de Prestação de Serviço com 17%. Economia com 9,3%, Meio Ambiente 8,9%, Saúde 8,8% e Política 7,6% completam a lista dos temas com maior tempo. Os temas menos abordados foram: Sociedade 0,4%, Educação 0,9% e Polícia 3,4%.

A rádio Jovem FM tem a seguinte relação dos temas mais abordados: Cultura (26,8%), Sociedade (14,9%), Saúde (12,3%), Polícia (11,6%) Política (9,8%), Economia (7,6%) e Esporte (6,9%). Já os menos abordados foram: Meio Ambiente (1,7%), Educação (2,7%) e Prestação de Serviço (5,7%). Já a Líder FM temos a seguinte ordem para os mais abordados: Esporte (37%), Sociedade (16,8%) Política (15,6%) e Cultura (14,4%). Os com menor tempo são: Educação (0,6%), Internacional (0,9%), Saúde (3,9%) e Polícia (4%).

Na análise referente ao segundo ano (2018) de acompanhamento da programação das rádios podemos verificar no gráfico a seguir que a rádio UFT FM, ficou com a segunda menor parcela de conteúdo jornalístico, totalizando, nos cinco dias analisados, apenas 5,6%, enquanto os outros conteúdos totalizaram 94,4% de todo conteúdo transmitido pela rádio. Embora neste segundo ano de pesquisa a UFT FM tenha melhorado seu desempenho com relação as outras rádios, é importante ressaltar que houve uma diminuição significativa da produção de conteúdo jornalístico produzido pela rádio.

**Figura 2** - Gráfico do segundo ano de análise (2018)



**Fonte:** Pesquisa de campo (2018), organizado pela autora (2020).

Também para o segundo ano da pesquisa escolhemos um dia para analisar de forma qualitativa e quantitativa esse tempo destinado ao conteúdo jornalístico. No dia 30 de novembro de 2018, com exceção da rádio Capital FM que a análise foi no dia 14 de novembro de 2018, fizemos uma investigação mais minuciosa, identificando quais assuntos foram abordados no conteúdo considerado jornalístico e quanto tempo foi destinado para cada assunto. A rádio 96 FM dedicou 14,53% de sua programação neste dia para o conteúdo jornalístico, a UFT FM 7%, a CBN Tocantins 12,47%, a Jovem FM 12,25% e a Líder FM 6%. Já a Capital FM dedicou 5,5% da sua programação do dia 14/11/2018 para conteúdos jornalísticos.

No que tange os assuntos específicos, a UFT FM dedicou 44% (quarenta e quatro) do seu tempo à pautas de sociedade. Ou seja, foram 1.982 (mil novecentos e oitenta e dois) segundos dedicados aos assuntos de cunho social. O restante do tempo se dividiu entre saúde (28%), prestação de serviço (14%), policial (9%), economia (2%), cultura (2%) e esporte (1%).

Quando comparados aos dados do primeiro ano da pesquisa, podemos notar que houve uma diminuição no tempo disponibilizado para informação, uma diferença de 2% (dois por cento). Outra mudança que ocorreu de um

ano para outro foram o tempo dos temas abordados. No primeiro ano, os destaques foram educação e saúde, com 42% (quarenta e dois por cento) e 39% (trinta e nove por cento) do tempo, respectivamente. Enquanto no segundo, sociedade e saúde ganharam mais tempo de informação. É possível notar que os assuntos tratados durante a programação também se modificaram. Enquanto no primeiro ano, política e meio ambiente estavam presentes nos boletins, ocupando, respectivamente, 8% (oito por cento) e 2% (dois por cento) da programação, a pauta esporte entrou nos boletins do segundo ano, e política e meio ambiente saíram.

Quanto à utilização ou não de fontes especializadas para corroborar as informações transmitidas, foi feito um estudo após a finalização da transcrição completa do dia escolhido. Foi possível perceber que esse tópico permaneceu inalterável: a UFT FM faz um grande uso de fontes, buscando enriquecer seu conteúdo, seja por meio de entrevistas com fontes especializadas, ou apenas citando-as de maneira indireta. Os programas editoriais, e programas como o Cuide-se Bem e o Repórter Calango (programa experimental dos estudantes de Jornalismo da UFT), apresentam uma quantidade significativa, inclusive, aproveitando como forma de expandir o ambiente de conhecimento no qual ela se encontra. O UFT Notícia, boletins informativos distribuídos em horários diferentes ao longo da programação, também utiliza essas fontes, menos em forma de entrevistas, mais como uma forma de passar seriedade/credibilidade às informações.

A Rádio 96 FM tem uma programação variada e aborda diversos temas, porém o maior destaque é dado ao esporte, uma vez que há um jornal inteiro dedicado à este tema, tomando 19% da programação do dia estudado. Cultura foi a segunda temática mais trabalhada, com 16,3%. Outras pautas bastante veiculadas estão relacionadas à sociedade, somando 13,8% do total, meio ambiente com 13%, polícia 12% e saúde totalizando 11,4% da programação

informativa. Economia possui 6,1%, emprego 3,5%, educação 2,2%, política 1,6% e por último prestação de serviço com 1,1%.

Já a rádio Líder FM, tem a maior parte do conteúdo veiculado comprado de um grupo chamado Talk Rádio de Programação. Os únicos programas que não são comprados desse grupo são o Tribuna Paraíso, Líder Esporte e os comerciais do Governo do Tocantins e do município de Paraíso. Nos 6% da programação informativa da Líder FM, foi possível perceber que o tema mais abordado também é o esporte, com 20,4% da programação diária. Para os demais assuntos abordados temos a seguinte ordem: sociedade 16,9%, cultura 15,9% e política 15%, saúde 9,5%, economia 8,2% e polícia com 6,2%. As pautas menos trabalhadas são: educação 3,5%, prestação de serviço 2,9%, meio ambiente 0,8% e emprego 0,7%.

No dia escolhido para a análise, a rádio CBN Tocantins FM destinou para o conteúdo informativo 7.487 segundos (12,47%) da programação, o equivalente a apenas pouco mais que duas horas de programação. Vale ressaltar que o período escolhido para a captação de áudios foi o mesmo período onde muitos estados brasileiros, na época, entravam em horário de verão, entre eles o estado de São Paulo, onde é produzido o conteúdo em rede da CBN, por isso, a programação da rádio deveria ser adiantada em uma hora também no Tocantins, mesmo o Estado não entrando no horário de verão. No entanto, foi uma decisão da coordenação da CBN Tocantins perder uma hora do programa local, após avaliar que a programação da rádio acompanha a rotina do ouvinte pela manhã, e por isso, adiantar em uma hora a programação regional poderia afetar na audiência da rádio. Vale ressaltar que em 2017 não houve essa diminuição de tempo da programação regional.

Diante disso, o programa regional que iria ao ar das nove horas da manhã ao meio dia, de segunda a sexta-feira, durante o horário de verão ficou com uma hora a menos, terminando às 11 horas da manhã. Os temas mais trabalhados no dia em questão foram: Prestação de Serviços (16,68%); Educação (15,91%); Saúde (13,93%), Esporte (12,27%) e Polícia (11,33%).

Já os temas menos abordados foram: Meio Ambiente (1,12%); Cultura (3,41%), Economia (5,92%), Sociedade (6,54%) e Política (7,89%).

No ano de 2017 o assunto mais abordado foi esporte tomando 43% da programação, já no de 2018 esporte ainda é um dos assuntos mais abordados, porém, com uma porcentagem bem menor de 12,27%. O tema Educação teve um aumento significativo, em 2017 não chegou a 1% da programação, já em 2018 ocupa 15,91%. O tema Política manteve praticamente a mesma porcentagem, em 2017 chegou a 7,6% e em 2018 7,89%. Prestação de Serviço em 2017 o tema ocupava 17% da programação, já em 2018 ocupou 16,68%. Economia também caiu em 2018 ocupando 5,92% da programação regional, enquanto em 2017 ocupava 9,3%. Saúde tomava 8,8% da programação em 2017 e teve um aumento ocupando agora 13,93% da programação. O tema Polícia teve um grande aumento, em 2017 ocupava 3,4% da programação, já em 2018 subiu para 11,33%. Meio Ambiente caiu significativamente sendo que em 2017 ocupava 8,9% da programação e em 2018 ocupou apenas 1,12%. Sociedade aumentou em 2018, pois em 2017 o tema não chegou a ocupar 1% da programação, estava com 0,4% e em 2018 ocupa 6,54%. O tema Cultura não chegou a ser abordado na programação no dia 29 de novembro de 2017, já em 2018 ocupou 3,41% da programação.

A rádio Jovem Palmas FM distribuiu o conteúdo jornalístico nos seguintes temas: Saúde com 12%; Polícia com 3%; Economia com 1%; Educação com 2%; Cultura com 2%; Outros assuntos com 2% e os destaques foram nas pautas de Sociedade com 36%; Prestação de Serviço e Política com 20%. Comparando os dados do primeiro ano e do segundo ano observamos de forma mais consolidada os dados no que se refere a contribuição das rádios na cidadania. No caso da Jovem Palmas FM, observamos que na semana analisada em 2017 a rádio apresentou 11% de conteúdo informativo e na semana analisada no ano posterior, foram apresentados 9,8% de conteúdo informativo. Dessa forma houve uma queda do ano de 2017 para o de 2018,

de forma que, embora seja uma queda quase irrelevante, mostra, assim, que a rádio continua a dedicar pouco tempo para o conteúdo jornalístico, mantendo sua programação pautada muito mais no entretenimento. A rádio Jovem Palmas FM, apresenta um crescimento no tempo dedicado ao conteúdo informativo no dia escolhido para a análise qualitativa, embora na soma semanal tenha havido uma pequena queda. No dia analisado em 2017, primeiro ano de pesquisa, foram 10,87% do conteúdo voltado a contribuição da cidadania, já no dia analisado em 2018, segundo ano da pesquisa, foram apresentados 12,25% do conteúdo contribuindo com a cidadania. Desse conteúdo informativo apresentado é possível visualizar que a diversidade de pautas é mantida, o que possibilita uma análise de que a rádio mantém a sua programação sem muitas mudanças e a problemática de fontes não especializadas ainda se repete na programação.

No caso da Capital FM houve uma menor diversidade de pautas abordadas. A pauta em destaque foi Política com 50%; seguido de Sociedade e Economia com respectivamente 15% e 14%; também Saúde com 12%; Meio Ambiente com 4% e Prestação de Serviço com 5%. No primeiro ano de pesquisa foi concluído que na semana analisada 10% da programação foi dedicada a conteúdo informativo para os ouvintes. No segundo ano de pesquisa com a análise dos áudios foi concluído que a rádio dedicou apenas 4,6% do tempo para apresentar conteúdo informativo. Assim, há uma queda significativa, pouco mais da metade de um ano para o outro. Algo que evidencia o desperdício do potencial do processo comunicacional que a rádio possui. Nas análises de temas abordados no conteúdo informativo apresentado, é possível notar também que a diversidade de pautas na Capital FM diminuiu do primeiro ano da pesquisa para o segundo, de 12 abordagens em 2017 para seis abordagens em 2018. A Política se mantém como um dos principais temas, com 50% do dia analisado em 2018 e 16% do dia analisado em 2017. Desse modo alguns temas deixaram de ser abordados com a diminuição do tempo dedicado ao conteúdo informativo e o aumento

significativo do tema política. A rádio Capital FM se dedica mais ao entretenimento, e os boletins informativos com apresentação de fontes com potencial não oficial é apresentando em maior grau.

Percebemos que a atuação das rádios no tocante à sua contribuição para aspectos que fazem parte do cotidiano dos ouvintes, da construção da cidadania, é passível de questionamento. Observamos que, de maneira geral, o conteúdo não jornalístico suplanta o conteúdo jornalístico, e o conteúdo jornalístico não tem dado ênfase, de maneira geral, às questões mais ligadas às pessoas, à cidadania. O jornalismo tem deixado de ser um elemento de ligação, “este espaço aberto a toda e qualquer manifestação dos agentes sociais” e “a notícia, como mercadoria, vai recebendo cada vez mais investimento para melhorar sua aparência e sua vendabilidade [...]” (MARCONDES FILHO, 2002, p. 32-24). E, desse modo, o rádio está perdendo a oportunidade de desenvolver um jornalismo que contribua para o aprofundamento e a consolidação de uma sociedade cidadã.

O rádio é dos meios de comunicação de massa mais antigos e continua a mostrar a sua grande capacidade de resistência e adaptabilidade. Mas é necessário repensar a construção da sua programação em termos de conteúdos. O rádio, pela sua própria constituição e essência, deveria ser um espaço de livre expressão dos sujeitos, um espaço aberto a atividades diversas da sociedade organizada. Poderia estimular a reflexão dos ouvintes, por meio de uma programação que envolvesse mais debates, reportagens, análises, informações contextualizadas e aprofundadas. Mas, de maneira geral, não foi essa a programação que encontramos, no nosso estudo, nas rádios pesquisadas.

## **Considerações finais**

Ao finalizarmos a pesquisa foi possível perceber que as seis rádios em questão têm maior tempo dedicado a outros conteúdos. Durante os dois períodos que escolhemos para análise, tanto em 2017 como em 2018,

nenhuma rádio chegou a dedicar quatro horas diárias de conteúdo jornalístico. Somando todo o tempo dedicado ao conteúdo jornalístico a rádio que dedicou maior espaço chegou apenas a 15,15% da programação semanal e isto foi no primeiro ano da pesquisa, já no segundo ano a rádio que dedicou maior tempo na soma do período analisado foi de 14,04%. Ainda percebemos uma falta de estrutura para o desenvolvimento de uma produção e tratamento de notícias mais contextualizadas e com uma profundidade maior, que possam contribuir com a cidadania.

A questão comercial ocupa hoje um lugar de destaque na condução dos meios de comunicação em geral e com relação às rádios, isso não é diferente e a programação acaba subordinada a esta dinâmica. E assim os ouvintes são vistos mais como consumidores potenciais do que como um público de cidadãos. Desta forma, percebemos que a programação desenvolvida pelas rádios em questão não prioriza o compromisso com interesses sociais, é mais pautada por critérios de audiência, cujo fim é muito mais o entretenimento do que qualquer contribuição de interesse público.

Como podemos perceber através da análise quantitativa e qualitativa das rádios em questão, os outros conteúdos suplantam o conteúdo jornalístico. Todas as rádios dedicam maior tempo de sua programação ao conteúdo não jornalístico e o conteúdo jornalístico ainda é falho no quesito de temas relacionados à cidadania. Também observamos uma falta de pluralidade de vozes nos próprios temas que foram desenvolvidos.

A rádio UFT FM, como uma rádio educativa, ainda deixa a desejar em seu papel de formação do senso crítico dos ouvintes. Isso porque, apesar de seus boletins informativos e programas editoriais terem uma base bem construída, o tempo dedicado ao conteúdo não informativo ainda é mais alto do que o disponível para o informativo, produzido regionalmente. No caso da UFT FM, em específico, não há o que se falar em interesse mercadológico. Por ser uma rádio pública e universitária, sua programação não pode conter comerciais pagos. No entanto, a rádio não favorece, como deveria, a

divulgação de informações ou de conteúdos educativos, prioriza o entretenimento - aqui, na forma de programação musical. A UFT FM precisa cumprir seu papel como rádio universitária e educativa. É imprescindível a valorização da sua contribuição no interesse público, a fim de participar mais ativamente da construção da cidadania.

A rádio 96 FM cumpre um pouco melhor seu papel enquanto rádio pública também, tem mais tempo e diversidade de temáticas à serviço da comunidade em sua grade diária. Mas, assim como a UFT FM, teve redução do conteúdo jornalístico ao compararmos as análises de 2017 (15%) e 2018 (14,04%). Assim como a UFT FM, a 96 FM, por ser uma rádio pública, não há o que se falar em interesse mercadológico. Esperávamos encontrar um conteúdo jornalístico maior e mais qualificado do que encontramos.

A rádio Líder FM chega a ter uma programação variada, no entanto, sabe-se que os programas não são produzidos pela equipe da rádio, são comprados e apenas veiculados, outras vezes as notícias transmitidas são retiradas de sites locais. Outro ponto a se destacar foi a redução do conteúdo informativo para menos da metade do registrado no primeiro ano da pesquisa em relação à programação semanal. Em 2017 o percentual foi de 13% e em 2018 caiu para 6,07%.

Foi possível perceber que a rádio CBN Tocantins destina pouco tempo de sua programação para as informações regionais. Na análise qualitativa detectamos que em uma rádio que toca 24 horas de notícias a programação regional chegou a ocupar apenas três horas da programação em rede, isso para o primeiro ano da pesquisa, já no segundo ano esse tempo foi reduzido, por uma opção da rádio em consequência do horário de verão. Foi possível perceber também que não existe uma preocupação da rede CBN em preservar esse espaço das afiliadas regionais em situações como o horário de verão (nem todas as regiões do país seguiam o horário de verão), fazendo com que a rádio ou se adapte a programação nacional ou perca ainda mais tempo da sua

programação regional. Percebemos que houve uma mudança na distribuição de temas da CBN Tocantins, o que fez com que a programação ficasse bem mais diversa, incluindo temas que não foram abordados no ano de 2017, porém, foi possível perceber também que a rádio não tem tanto apelo popular, e se aproxima mais de um público mais elitizado, tratando bastante temas de cunho empresarial e econômico, mesmo quando abordava temas de prestação de serviço eram assuntos mais voltados para pequenos empresários e em nenhum momento uma pauta voltada para a comunidade e por não pautar esses assuntos também não utiliza personagens que falem pela comunidade, na maioria das pautas as fontes são oficiais ou especialistas no assunto. Sendo assim, é possível afirmar que a rádio CBN Tocantins neste período em que foi analisada de 2017 a 2018 não representou de forma significativa à comunidade em que está inserida e mesmo sendo uma rádio que não traz o entretenimento em sua grade não contribuiu para a construção da cidadania de uma parcela da população, que não se viu representada no noticiário deste veículo e não teve sua voz ouvida.

Na rádio Capital FM, no primeiro ano de pesquisa foi concluído que na semana analisada 10% da programação foi dedicada a conteúdo informativo para os ouvintes. No segundo ano de pesquisa com a análise dos áudios foi concluído que a rádio dedicou apenas 4,6% do tempo para apresentar conteúdo informativo. Assim, há uma queda de pouco mais da metade de um ano para o outro. Algo que evidencia o desperdício do potencial do processo comunicacional que a rádio possui. A Capital FM possui um viés mais voltado ao entretenimento em uma avaliação da sua programação.

A rádio Jovem Palmas FM possui conteúdo com um enfoque regional. Apresentou um crescimento de 1,38% no tempo dedicado ao conteúdo informativo no dia escolhido para a análise qualitativa, embora na soma semanal tenha havido uma pequena queda (0,76%). No dia analisado em 2017, primeiro ano de pesquisa, foram 10,87% do conteúdo voltado a contribuição da cidadania, já no dia analisado em 2018, segundo ano da

pesquisa, foram apresentados 12,25% do conteúdo contribuindo com a cidadania. Desse conteúdo informativo apresentado é possível visualizar que a diversidade de pautas foi mantida, o que possibilita uma análise de que a rádio mantém a sua programação sem muitas mudanças.

Ao finalizarmos a pesquisa destacamos maior dedicação das rádios ao conteúdo não informativo. Poucas horas do dia foram dedicadas ao conteúdo informativo, analisando os dias escolhidos de cada rádio tanto no primeiro ano (2017) da pesquisa quanto no segundo ano (2018), observamos que muitas rádios dedicaram apenas uma hora do dia ao conteúdo informativo, às vezes até menos, e só uma passou de três horas por dia de conteúdo jornalístico.

É perceptível uma dificuldade na produção e tratamento de notícias mais contextualizadas e com uma pluralidade de vozes, que possam contemplar mais na contribuição com a cidadania. Também destacamos a dedicação do meio radiofônico a questão comercial, onde os ouvintes são tratados mais como um público potencial de consumidores do que cidadãos. Na esteira da globalização, das megacorporações, da mercantilização mediática, o público é meramente consumidor, e a qualidade passa a ser inversamente proporcional aos custos. Não se pode falar mais de uma especificidade, de um jeito próprio de trabalhar em rádio, atendendo a uma linguagem e dinâmicas particulares, o que se ensina como teoria tem sido colocado em xeque o tempo todo. Não é uma questão apenas de tecnologia. Mais que isso, é uma crise que afeta desde os modos de operação e produção até aos processos jornalísticos em si.

Notamos que o rádio, enquanto mídia jornalística é substancial para a população, principalmente às pessoas mais velhas ou de menor poder aquisitivo e vulnerabilidade social, e que por meio das ondas radiofônicas ainda há um grande potencial para o processo comunicacional jornalístico. O rádio, do nosso ponto de vista, ao tomar sentido do seu caráter de proximidade com

o ouvinte e desenvolvendo uma programação mais ativa e participativa, poderia certamente ser um importante instrumento de promoção da cidadania.

## Referências

- BARDIN, Laurence. **Análise de Conteúdo**. Lisboa: Edições 70, 2008.
- BONIXE, Luís. **A Informação Radiofônica**: rotinas e valores-notícia da reprodução da realidade na rádio portuguesa. Lisboa: Livros Horizonte, 2012.
- CARMO-ROLDÃO, Ivete Cardoso do. A Função do Rádio Educativo no Brasil. In CARNICEL, Amarildo; FANTINATTI, Márcia (orgs.). **Comunicação e cidadania**: possibilidades e interpretações. Campinas-SP: CMU Publicações, 2008.
- CHAPARRO, Manuel Carlos. **Sotaques d’Aquém e d’Além Mar**: percursos e géneros do jornalismo português e brasileiro. Santarém: Edições Jortejo, 2000.
- FONSECA JUNIOR, Wilson Corrêa da. Análise de Conteúdo. In DUARTE, Jorge; BARROS, Antonio (orgs.). **Métodos e Técnicas de Pesquisa em Comunicação**. São Paulo: Atlas, 2005.
- HABERMAS, Jürgen. **A Ética da Discussão e a Questão da Verdade**. São Paulo: Martins Fontes, 2007.
- HERSCOVITZ, Heloiza Golbspan. Análise de Conteúdo em Jornalismo. In LAGO, Cláudia; BENETTI, Marcia (orgs.). **Metodologia de pesquisa em jornalismo**. Petrópolis, RJ: Vozes, 2007.
- LUCHT, Janine Marques Passini. Gêneros no Radiojornalismo. In MELO, José Marques de; ASSIS, Francisco de (orgs.). **Gêneros jornalísticos no Brasil**. São Bernardo do Campo: Universidade Metodista de São Paulo, 2010.
- MARCONDES FILHO, Ciro. **Comunicação e Jornalismo**. A saga dos cães perdidos. São Paulo: Hacker Editores, 2002.
- MELO, José Marques de. Gêneros Jornalísticos: conhecimento brasileiro. In MELO, José Marques de; ASSIS, Francisco de (orgs.). **Gêneros Jornalísticos no Brasil**. São Bernardo do Campo: Universidade Metodista de São Paulo, 2010.
- PERUZZO, Cecília (1998). **Comunicação nos Movimentos Populares**: a participação na construção da cidadania. Petrópolis-RJ: Vozes, 1998.
- ROSEN, Jay. Tornar a Vida Pública Mais Pública. In TRAQUINA, Nelson; MESQUITA, Mário (orgs.). **Jornalismo cívico**. Lisboa: Livros Horizonte, 2003.
- TAVARES, Denise. Brasil, 10 anos depois: identidade e história via TV. In CARNICEL, Amarildo; FANTINATTI, Márcia (orgs.). **Comunicação e cidadania**: possibilidades e interpretações. Campinas-SP: CMU Publicações, 2008.



# A VOZ DO BRASIL FAZ 85 ANOS: a história do programa de rádio mais antigo do país a partir da noção de Comunicação Pública

## A VOZ DO BRASIL TURNS 85: history of Brazil's oldest radio show under a public communication point of view

Alessandra BASTOS<sup>1</sup>

Florence Marie DRAVET<sup>2</sup>

Universidade Católica de Brasília | Brasil

### Resumo

A Voz do Brasil é o noticiário de rádio mais antigo do hemisfério Sul e atinge todo o território nacional. Estatal e de difusão obrigatória, está no ar desde 1935. Com o crescimento da internet e, conseqüentemente, da capacidade de acesso à informação, sua continuidade passou a ser questionada. Este trabalho objetiva ressaltar a importância do rádio na construção política do país, levando em conta o papel do programa A Voz do Brasil. O eixo condutor é a história do noticiário mostrando a estreita relação da política com a história do rádio no país. A metodologia utilizada é a pesquisa exploratória por levantamento bibliográfico com foco na noção de Comunicação Pública pois permite reconstituir a história política e o papel da comunicação, em especial o rádio, nesse processo.

### Palavras-chave

A Voz do Brasil; Comunicação Pública; Jornalismo governamental; Rádio; EBC.

### Abstract

A Voz do Brasil is the oldest radio news show in the Southern Hemisphere and reaches the entire national territory. A State-run and mandatory broadcast, it has been on the air since 1935. With the growth of the Internet and, consequently, the capacity to access information, its continuity began to be questioned. This work aims to highlight the importance of radio in the political construction of the country, taking into account the role of A Voz do Brasil show. The main axis is the history of the show displaying the close relationship between politics and the history of radio in the country. The methodology used is exploratory research through bibliographic surveys focusing on the notion of Public Communication because it allows reconstructing the political history and the role of communications, radio in special, in this process.

### Keywords

A Voz do Brasil; Public Communication; Official Press; Radio; EBC

RECEBIDO EM 07 DE ABRIL DE 2020  
ACEITO EM 14 DE MAIO DE 2020

<sup>1</sup> JORNALISTA (UniCEUB), mestranda em Inovação em Comunicação e Economia Criativa no PPGCOM/UCB, linha Gestão e Estratégia Comunicacional. Membro do Grupo de Pesquisa em Inovação, Empreendedorismo e Comunicação. Especialista em Recursos Humanos (ESAD), Marketing (ESAD) e História, sociedade e cidadania (UniCEUB). Contato: alessandrastastos20@gmail.com.

<sup>2</sup> Doutora em Didactologia das Línguas e Culturas (Universidade de Paris III - Sorbonne-Nouvelle), com pós-doutorado em Comunicação (UnB). Atual coordenadora do Mestrado Profissional Inovação em Comunicação e Economia Criativa da Universidade Católica de Brasília. Contato: flormd@gmail.com.

## Introdução

**N**o ar há 85 anos, *A Voz do Brasil* é o mais antigo noticiário de rádio do Brasil e de todo hemisfério Sul. É um programa estatal de comunicação governamental oficial. Seu objetivo é levar informação sobre as ações dos três poderes aos cidadãos dos mais distantes pontos do país. Assim, divulga políticas públicas, decisões políticas, prestação de contas e uso de recursos públicos, dados públicos de controle do Estado que dizem respeito ao conjunto da sociedade e seu funcionamento.

O programa vai ao ar de segunda a sexta-feira, com exceção dos feriados, e tem veiculação obrigatória em todas as emissoras de radiodifusão de acordo com o Código Brasileiro de Telecomunicações (Lei nº. 4.117, de 227 de agosto de 1962. cap. V, art. 38, alínea e). Sua retransmissão pode ser feita entre às 19h e 22h do horário de Brasília.

Com duração de uma hora, os primeiros 25 minutos são produzidos pela Empresa Brasil de Comunicação (EBC) com o objetivo de levar à população notícias de interesse público sobre o poder Executivo federal, abrangendo a presidência da República, ministérios, órgãos e empresas. É sobre esses 25 minutos iniciais que se faz a análise deste trabalho. Os demais 35 minutos são de responsabilidade dos poderes Legislativo e Judiciário, sendo produzidos por eles. São cinco minutos para o Judiciário, dez para o Senado e vinte para a Câmara. Além disso, toda quarta-feira, o Executivo tem um minuto a menos para ser apresentado o "Minuto TCU", com notícias sobre as ações do Tribunal de Contas da União.

A Empresa Brasil de Comunicação é uma empresa pública federal, criada pela Lei nº 11.652/2008 e alterada pela Lei nº 13.417/2017, que dá efetividade ao princípio constitucional de complementaridade entre o sistema público, privado e estatal de comunicação. A EBC engloba uma TV, um site de notícias, uma rádio agência, quatro rádios em frequência AM, três rádios em frequência FM e uma rádio em frequência OC. A Empresa também presta

serviços de comunicação governamental por meio da **TV BrasilGov** e da *Voz do Brasil*. A empresa ainda é responsável por administrar a Rede Nacional de Comunicação Pública (RNCP), composta por mais de quarenta emissoras parceiras.

Com o crescimento da internet e, conseqüentemente, da capacidade de acesso à informação, a existência do programa passou a ser questionada. Este trabalho objetiva mostrar que *A Voz do Brasil* continua sendo necessária para cumprir o quesito constitucional que obriga o governo a dar transparência e publicidade às ações e dá direito a toda população de ser informada sobre estas. A metodologia utilizada é a pesquisa exploratória por levantamento bibliográfico. Em um primeiro momento, é abordada a noção de comunicação pública e suas relações com a democracia, destacando o caráter oficial do programa. Posteriormente, o programa é situado no contexto histórico do rádio no Brasil mostrando a relação entre a sua criação e o nacionalismo populista de Getúlio Vargas. Em seguida, ainda em uma perspectiva histórica, são abordadas as transformações editoriais em busca da adoção da concepção de comunicação pública, que deu um novo sentido ao programa. Por fim, é descrita a situação atual e o que chamamos de retorno a um viés positivo das ações do governo.

## **Comunicação pública e seu caráter oficial**

A comunicação pública é um “processo de comunicação instaurado em uma esfera pública que engloba Estado, governo e sociedade, um espaço de debate, de negociação e tomada de decisões relativas à vida pública do país” (MATOS, Heloiza Helena. 2007, p. 49). Ela expõe ao cidadão informações de interesse público auxiliando a construção da cidadania e o desenvolvimento da democracia. Ao se tratar de comunicação pública “é preciso tratar de cidadania, acolhendo-se a noção sobre a atuação da sociedade no espaço público, de onde emergem conceitos tais como sociedade civil organizada e civilidade” (OLIVEIRA, Maria José da Costa. 2004, p.189).

Assim, a comunicação pública “não trata de comunicação sobre interesses particulares, privados, de mercado, pessoais, corporativos, institucionais, comerciais, promocionais” (DUARTE, Jorge. 2007, p.61). Ela deve incluir o direito de o cidadão ter acesso à informação que lhe diz respeito, ou seja, às informações de interesse público.

O direito de acesso à informação pública é previsto na Constituição Federal, no inciso XXXIII do Capítulo I - dos Direitos e Deveres Individuais e Coletivos, que dispõe que "todos têm direito a receber dos órgãos públicos informações de seu interesse particular, ou de interesse coletivo ou geral, que serão prestadas no prazo da lei, sob pena de responsabilidade, ressalvadas aquelas cujo sigilo seja imprescindível à segurança da sociedade e do Estado". A Constituição também trata do acesso à informação pública no Art. 5º, inciso XIV; Art. 37, § 3º, inciso II, e no Art. 216, § 2º.

Nem sempre os fatos de interesse público angariam audiência. Assim, o jornalismo público ajuda a preencher uma lacuna deixada pela mídia privada. Serve para “qualificar a cobertura deliberada e até especializada de assuntos relacionados à dívida social e à cidadania. Nesse tipo de jornalismo, os fatos noticiosos não constituem notícias apenas como incidentes fenomenais” (SILVA, Luiz Martins da. 2002, p.57-58).

O jornalismo público não trabalha segundo os interesses da mídia privada, mas também não possui independência governamental, nem financeira, nem editorial. Para alguns autores, a função do jornalismo público brasileiro se mantém imprecisa.

Jornalismo público, então, seria aquele praticado desde as redações a serviço dos governos Federal e Estadual ou por emissoras estatais, o que, evidentemente, é uma imprecisão, já que, na atualidade, conforme alguns autores, Nuria Cunill Grau, entre eles a sociedade civil vem crescentemente também tomando a si o papel de divulgar fatos de interesse público e lutar para que eles ganhem espaço nos meios de comunicação de massa (SILVA, Luiz Martins da. 2004, p. 7).

A comunicação oficial ou governamental é uma das modalidades da comunicação pública. É a comunicação praticada pelos governos para envolver

a sociedade nas políticas adotadas pelos governantes para a própria sociedade e nas ações que promovem o debate público (MONTEIRO, Graça França. 2007, p. 38).

É na categoria de comunicação oficial que se enquadra o programa em estudo, com o objetivo de exercer os deveres constitucionais do governo e direitos da população previstos na Constituição, contribuindo para a construção da cidadania proposta pela comunicação pública. Por meio do parque de transmissão da EBC, o programa chega a municípios brasileiros onde não há internet, televisão, nem sequer energia elétrica.

## **O rádio e o nacionalismo populista de Getúlio Vargas**

A história do rádio no Brasil se inicia no dia 6 de abril de 1919, com a fundação da estação experimental Rádio Clube de Pernambuco em Recife. Mas a primeira transmissão brasileira só ocorreu em 1922 no evento em comemoração ao centenário da Independência. A primeira rádio entrou em operação em 1º de maio de 1923. Era a Rádio Sociedade do Rio de Janeiro, que trazia o slogan “Trabalhar pela cultura dos que vivem em nossa terra e pelo progresso do Brasil”.

Os anos de 1930, década da criação da A Voz do Brasil, foram marcados pelo crescimento dos movimentos totalitários em vários países como os liderados por Stálin na União Soviética, Mussolini na Itália, Salazar em Portugal, Franco na Espanha e Hitler na Alemanha. Já os Estados Unidos debruçavam-se na disseminação dos novos costumes e no alastramento da sua cultura para além do país. Por meio do cinema, Hollywood passou a influenciar milhões de pessoas.

No Brasil, Getúlio Vargas chega à presidência da República em 1930. Em 1932, se inicia a Revolução Constitucionalista, organizada pelo estado de São Paulo que exige, entre outros pontos, a constitucionalização do novo regime. Neste ano, alguns meses antes, o Decreto nº 21.111 regulamenta a publicidade radiofônica. O movimento é derrotado, mas força a convocação da

Assembleia Constituinte em 1933. No ano seguinte, seria promulgada a nova Constituição.

Nesses primeiros anos da década de 1930, as rádios começam a criar programas de auditório, radionovelas e vão constituindo elencos exclusivos. Com a remuneração, criam as bases para a profissionalização do novo veículo.

O período foi marcado pelo fim da política do café-com-leite e início do Estado Novo, em novembro de 1937. Ao longo do restante da década não seriam realizadas eleições no país, que só voltariam com o fim do Estado Novo, em 1945. A fase marca o decréscimo do sistema socioeconômico da aristocracia rural para a aceleração da industrialização e produção em massa. O surgimento da classe industrial e o crescimento do proletariado trazem novas reivindicações, como as trabalhistas, e também novos desejos de consumo. Todo esse cenário social-político-econômico vai influenciar no fomento da comunicação de massa e na criação da *Voz do Brasil*. “O rádio passa a aparecer como o canal mais abrangente e fácil para atingir, primeiro, a classe média ascendente e depois, de modo amplo, o restante da população, seja com interesses econômicos, seja com finalidade política” (FERRARETTO, Luiz Artur. 2010, p. 28).

Ainda em 1930, Getúlio Vargas criou o Ministério do Trabalho, Indústria e Comércio e o Ministério da Educação e Saúde. Focado no desenvolvimento industrial, tentou atrair o apoio dos trabalhadores urbanos, fundamentais para alcançar seus objetivos de crescimento da economia. Vargas soube fazer uso também da comunicação de massa com o rádio e a música e o governo passou a apoiar, por exemplo, a expansão do samba. Assim, “nos anos 30 e 40, o samba e a marcha, antes praticamente confinados aos morros e subúrbios do Rio, conquistaram o país e todas as classes, tornando-se um pão-nosso cotidiano de consumo cultural” (CANDIDO, Antonio. 1984, p. 36). O carnaval, “por sua vez, foi firmemente atrelado à estrutura governamental e disciplinado até os limites da militarização. Seus sambas-enredo passaram, por decreto

oficial, a exaltar os temas nacionais e os personagens históricos” (MATOS, Claudia. 1982, p. 117).

A preocupação assumida pelo governo estadonovista era criar uma “cultura nacional” para dar uma única voz ao país ditada pelo Estado. Para isso, seria necessário, no entendimento do governo, elevar o nível estético da cultura para que o Brasil alcançasse um novo patamar de “civilização”, incorporar conteúdos ideológicos e eliminar aspectos indesejáveis (VICENTE, Eduardo. 2006, p. 8).

Getúlio Vargas sempre teve a percepção da importância da música para dominar o imaginário popular e do rádio para chegar a todas as classes e homogeneizar o pensamento. Por meio da Rádio Nacional do Rio de Janeiro (inaugurada em 1936 e estatizada com o decreto-lei 2.073, de 8 de março de 1940), o governo criou contratos de trabalho com artistas, compositores e cantores, fazendo com que se tornassem funcionários do Estado e estivessem atrelados ao governo. Aos poucos, no rádio, foi deixando de haver espaço para o “malandro” dando lugar ao “profissional” da música. Só no ano de 1943, por exemplo, o Departamento de Imprensa e Propaganda (DIP), criado por Vargas em 1939, emitiu 1.163 contratos de trabalho e registrou 1.263 músicos, entre brasileiros e estrangeiros (VICENTE, Eduardo. 2006, p. 14).

A Rádio Nacional era uma “espécie de emissora estatal com publicidade privada e (...) grande fenômeno de audiência em todo país” (FERRARETTO, Luiz Artur. 2010, p. 30). Teve fundamental importância no projeto de integração nacional e “é preciso que se diga que, desde a Revolução de 30, (...) a Rádio Nacional foi o canal exclusivo de informação e formação cultural do povo brasileiro” (VICENTE, Eduardo. 2006, p. 14).

No projeto de integração nacional, a Rádio Nacional atuou também na divulgação da música regional, transformando cantores pouco conhecidos em revelações nacionais, tornando sons regionais em nacionais. O sucesso dos

programas e das diretrizes da Rádio Nacional levou a uma modificação do público do rádio, que passou a contar, cada vez mais, com as classes de menor poder aquisitivo. "O samba começou a viajar pelo mundo afora, através das ondas curtas da Rádio Nacional" (SAROLDI, Luiz; MOREIRA, Sônia. 1984, p. 49-50).

Assim, o rádio foi se consolidando como veículo de comunicação com audiência massiva na mesma medida em que foi também se consolidando a indústria cultural. No início da década de 1960, 38,5% dos domicílios brasileiros possuíam rádio (FERRARETTO, Luiz Artur. 2010, p. 33). Foi, no decorrer dessa década, que os famosos radinhos de pilha foram ganhando os lares brasileiros.

Foi entre 1960 e 1970 que a população urbana brasileira superou a população rural e, no período conhecido como "milagre econômico" (de 1967 a 1973), que ocorreu, de fato, "a ascensão do negócio radiofônico à categoria de indústria cultural" (FERRARETTO, Luiz Artur. 2010, p.34).

Em janeiro de 1950, a Revista do Rádio questionava "a televisão matará o rádio?" (FERRARETTO, Luiz Artur. 2010). Era o momento em que a pioneira TV Tupi preparava-se para entrar no ar. Já, em 2005, com o crescimento da internet, foi a vez da revista norte americana, *Wired*, anunciar o fim do rádio: "the end of radio (as we know it)" (FERRARETTO, Luiz Artur. 2010). Mais uma vez, o rádio continuou forte e veio se adaptando às novas formas de comunicação e suportes tecnológicos.

## **A Criação de *A Voz do Brasil***

Um ano antes de criar a Rádio Nacional, o governo cria o Programa Nacional em 1935, rebatizado de Hora do Brasil e que mais tarde passaria a se chamar *A Voz do Brasil*. Enquanto o governo americano se preocupava em barrar a influência europeia na América Latina, o governo de Getúlio Vargas estava ocupado em impedir os ideais comunistas (objetivo também dos Estados Unidos). "Eram 19 horas, mas Brasília ainda nem existia. Com a narração do locutor Luiz Jatobá e veiculado nas 50 emissoras de rádio

existentes à época no Brasil, entrava no ar, pela primeira vez, em 22 de julho de 1935, o *Programa Nacional*' (SANT'ANNA, Chico; ALMEIDA, Beto. 2011).

O noticiário Programa Nacional, talvez o maior veículo ideológico do Estado Novo, entrava no ar diariamente das 20h às 21h, horário de Brasília, em cadeia nacional com o intuito de divulgar as ideias de Vargas para a população. "Durante a ditadura Vargas, tinha papel central de propaganda governamental" (CÂMARA DOS DEPUTADOS, 2012).

Além do noticiário político, continha um programa musical para levar à população músicas nacionais nacionalistas e educativas. "Em seus primeiros anos, o programa abria espaço para a arte, com execução de músicas e transmissão de radionovelas" (EBC). Em seu ano de estreia, a revista Carioca o noticiava como "o melhor programa de estúdio, (...) digno de ser ouvido por todos os brasileiros que se interessam pelo progresso e pela grandeza da grande Pátria Brasileira" (REVISTA CARIOCA, 1935, edição 05). Em outra publicação do mesmo ano, a Revista, que circulou até 1954, exaltava a divulgação e disseminação do samba feita pelo programa, bem como a oportunidade de ter notícias de diferentes lugares.

É o que me leva a elogiar a Hora do Brasil com os seus programas em ondas curtas, augurando-lhe um largo desenvolvimento que lhe proporcione desembaraçada comunicação com as várias partes do globo, e intensifique a publicidade entre a terra do samba e os rádio ouvintes do mundo afora" (REVISTA CARIOCA, 1935, edição 09).

Uma característica presente, em vários escritos da Revista Carioca deste ano e dos seguintes, é o deslumbramento do momento de crescimento do rádio com a possibilidade de se ouvir notícias de qualquer lugar do país e mesmo chegar a outros países. "Dados os seus resultados práticos e o grande alcance nacional da obra que vem realizando, (...), de propaganda econômica e turística do nosso país no estrangeiro, em breve ampliará sua esfera de ação" (REVISTA CARIOCA, 1936, edição 13). Já a reportagem da Revista O Cruzeiro, que circulou de 1928 a 1985 no Rio de

Janeiro, traz uma descrição do dia a dia do homem carioca com a presença do rádio e da Hora do Brasil:

À noite, depois do trabalho, cansado da vida fatigante que cada dia se repete, o homem chega à casa, senta-se na poltrona e abre os jornais da tarde. (...) Dobra os vespertinos e vai à mesa jantar. A mulher pergunta o que há de novo. Ele responde distraído “nada...”. O rádio está na prateleira, cantando a Hora do Brasil. Palavras e noticiário ganham os ares (O CRUZEIRO, 1937, edição 25).

Aqui faz-se uma divergência de datas. Como se vê, desde 1935, o programa já era chamado pelas Revistas de Hora do Brasil. No entanto, de acordo com todos os demais livros e artigos pesquisados, foi em 1938 que o Programa Nacional deu lugar à Hora do Brasil e passou a ter veiculação obrigatória em rede nacional para todas as emissoras de rádio do país somente com a divulgação dos atos do Poder Executivo.

Na trajetória deste programa, que em 1938, foi rebatizado com o nome *A Hora do Brasil*, a temática nem sempre se limitou aos feitos governamentais. Houve época em que se incluía até notas internacionais, em especial sobre a Segunda Guerra Mundial. A linha editorial dos primeiros anos se baseava em três regras básicas: ser informativo, objetivo – não comentando as notícias – e não usar *off*, sempre citando as fontes noticiosas. Segundo a Fundação Getúlio Vargas, o programa nasceu para cumprir três finalidades: informativa, cultural e cívica (SANT’ANNA, Chico; ALMEIDA, Beto. 2011).

No dia sete de setembro do mesmo ano, o programa foi transmitido fora do estúdio pela primeira vez. A transmissão se deu a partir do estádio Vasco da Gama, conhecido como São Januário, onde o então presidente, Getúlio Vargas, fez um discurso ao vivo para todo país. Assim começou o programa: “caros ouvintes, muito boa tarde. O Departamento de Imprensa e Propaganda vai transmitir a Hora do Brasil, neste dia sete de setembro, diretamente do estádio do Clube de Regatas Vasco da Gama, a bela praça de históricos do bairro carioca de São Januário, onde, todos os anos, têm sido realizadas as grandes concentrações de estudantes e do povo brasileiro para ouvir o discurso alusivo à data magna do país pronunciado pelo presidente Getúlio Vargas” (arquivo pessoal). O feito só foi repetido em nove de novembro de 2017, quando *A Voz do Brasil* foi transmitida do Palácio do

Planalto. Na ocasião, o então presidente, Michel Temer, respondeu perguntas dos ouvintes e falou das realizações do governo.

Nos anos cinquenta, alguns passos do programa foram documentados pela Revista do Rádio, lançada em 1948, quando a ascensão do veículo no Brasil dava origem ao que ficou conhecido como “Era do Rádio”. A Revista circulou por 22 anos, até 1970. A Hora do Brasil era um dos assuntos bastante comentados e as notas, entrevistas e matérias mostram várias curiosidades. Entre elas, que o programa era então apresentado por três apresentadores, trazia notícias estaduais (o que hoje não ocorre mais) e era retransmitido por dezesseis emissoras, considerado um grande feito, comemorado pela Revista. Em 1951, a Revista trouxe um dos aspectos mais importantes do programa ainda hoje, que é a possibilidade de chegar aos municípios brasileiros mais afastados.

(...) primam no interesse mais acentuado pelos informes destinados ao homem do campo, às populações, enfim, que vivem longe do asfalto, separadas, pela imensidão geográfica do pensamento governamental. Talvez que no Rio de Janeiro e em outros centros cosmopolitas a mudança não se faça sentir de forma tão completa. Para a gente do interior, entretanto, “A Voz do Brasil” é como que o Diário Oficial muito mais acessível e oportuna. Aí reside o mérito da ideia, talvez não muito simpática para o homem que tem à mão o jornal do dia, trazendo notícias que o programa decerto repetirá”. (REVISTA DO RÁDIO, 1951, edição 90)

No ano seguinte, em 1952, a mesma revista noticiou que o programa estava entre os prediletos do público. “Segundo enquête feita pela Rádio Novidades os programas cariocas preferidos pelo público capixaba são: Oração da Ave Maria, Hora do Pato, A Voz do Brasil” (REVISTA DO RÁDIO. 1952, edição 122). A visita ao estúdio feita pelos repórteres da Revista, no mesmo ano, narra como era feito o programa e, lendo-a hoje, mostra também um pouco do *glamour* que o fazer rádio gerava na década de 1950. O relato revela também outros costumes da época, como o cigarro:

Olhamos o relógio. Eram exatamente 19,27 horas. Através do vidro do estúdio, naquele 8 andar do Edifício Novo Mundo, vimos os três rapazes encaminharem-se para seus lugares, cada qual cessando de fumar e dando os últimos pigarros. Novamente, pelo alto falante,

a voz do operador Moacir avisa: - Atenção, senhores operadores, ao tope de 30 segundos daremos início à Voz do Brasil!. A melodia do prefixo encheu a sala da técnica. (...) E a voz, grave e sóbria, proclamou rápida: "A Agência Nacional, numa rede brasileira de emissoras, passa a apresentar... A Voz do Brasil!". (...) Daí por diante, as vozes se entrelaçaram, ora em "manchete" discreta, anunciando os títulos das seções do noticiário, ora despedindo-se, de parágrafo a parágrafo, conforme as convenções do boletim. De vez em quando, um apressado trecho de música, à guisa de legenda, como oásis dentro da seriedade dos assuntos abordados. E Jair Amorim, Luiz Sampson e Arnaldo Nogueira, alheios a qualquer ruído, inteiramente compenetrados da imensa responsabilidade do programa que irradiavam, continuaram durante os 30 minutos naquele "ping-pong" verbal, eficientes e infalíveis (REVISTA DO RÁDIO, 1952, edição 135).

A mesma edição da revista destacou que 306 emissoras entravam em rede retransmitindo o programa e, mais uma vez, ressaltou a importância para municípios afastados da então capital, Rio de Janeiro.

No interior, a Voz do Brasil é uma religião. Milhões de brasileiros, no Brasil e no exterior, esperam as 3 vozes que trazem a notícia certa e infalível. O programa é um oráculo. Seria bom que os que no Rio pensam de outra maneira pudessem ver a correspondência diária que chega ao 8º andar do Edifício Novo Mundo" (REVISTA DO RÁDIO, 1952, edição 135).

Já, na década seguinte, em 1962, com a entrada em vigor do Código Brasileiro de Telecomunicações, o noticiário foi aumentado e passou de meia para uma hora. O Poder Legislativo ocupou a segunda meia hora (AGÊNCIA BRASIL, 2006) divulgando também os debates do Congresso Nacional, "independentemente de cor partidária, nem sempre alvo das atenções da imprensa tradicional. Nos anos de chumbo do regime militar, *A Voz do Brasil* foi o único veículo em que as oposições tinham espaço para verbalizar suas críticas" (SANT'ANNA, Chico; ALMEIDA, Beto. 2011). É o ano em que *A Hora do Brasil* passa a se chamar *A Voz do Brasil*. A Revista do Rádio mostrou o descontentamento das rádios por não ter havido diálogo e o temor de que perderiam receita com publicidade, discussão também ainda hoje presente. A indignação perdurou nas edições posteriores e no ano seguinte.

A maneira intempestiva com que o governo aumentou em meia hora *A Voz do Brasil* causou enorme desgosto entre as emissoras

e surpresa entre os ouvintes. Sem terem para quem apelar, pois os seus canais são de propriedade do governo, as estações de rádio receberam a fixação do novo horário da Agência Nacional como uma sangria em seus orçamentos. Elas, que sempre anunciaram viver em regime de abertura, agora terão prejuízos maiores. Já calcularam quanto representará, em dinheiro, no fim de um mês, perder meia hora por dia? E no fim de um ano? No final das contas, quem pagará por tudo será o trabalhador do rádio. Porque em rádio sempre foi assim: quando a receita da estação diminui, o prejudicado é o radialista” (REVISTA DO RÁDIO, 1963, edição 719).

Já em 1964, a mesma Revista do Rádio exaltava a Campanha de Alfabetização em Massa, da vereadora paulista Dulce Sales Cunha Braga, feita por meio da A Voz do Brasil. (Edições 770 e 785)

De acordo com o atual sonoplasta da *A Voz do Brasil* e gerente de Operações das Emissoras EBC, Erivaldo Santos, por treze anos, de 1972 a 1985, o tema do programa, a música *O Guarani*, de Carlos Gomes, não fez parte da abertura da notícia, sendo utilizado o Hino da Independência (SANTOS, 2020).

Em 1975, a Empresa Brasileira de Radiodifusão (Radiobrás) foi criada por meio do Decreto-Lei nº 6.301 e, em 1988, passou a ser responsável pela produção da parte do Executivo do programa.

Em 1995, *A Voz do Brasil* entrou para o *Guinness Book* como o programa de rádio mais antigo do país. Em dezembro do mesmo ano, pesquisa do Instituto Datafolha revelou que 88% dos brasileiros com idade acima de 16 anos conheciam *A Voz do Brasil*. Mais da metade deles aprovavam que o programa fosse obrigatório. A pesquisa também mostrou que, nas regiões Nordeste e Centro-Oeste, a audiência era maior. Dois terços dos entrevistados dessas regiões que conheciam A Voz do Brasil ouviam o programa regularmente (CÂMARA DOS DEPUTADOS, 2012). No ano seguinte, em 1996, o poder Judiciário passou a ter espaço no programa.

Em 1998, *A Voz* foi reformulada e, pela primeira vez, introduzida uma voz feminina na locução. O sonoplasta Erivaldo Santos ressalta, no entanto, que essa foi a data em que o programa passou a ser feito diariamente com

as vozes masculinas e femininas. Mas que, na década de oitenta, eventualmente já era apresentado também por uma mulher. Com a reformulação, a linguagem ficou mais leve, tornando a compreensão das informações um pouco mais fácil. O tema *O Guarani* permaneceu, mas novas vinhetas foram introduzidas. Criada no século XIX e aclamada na sua estreia, em 1870, em Milão, a ópera é o tema de abertura e se tornou uma das marcas do programa. Com o fim do regime militar, mudanças editoriais foram sendo implementadas.

A partir da Nova República, com as mudanças editoriais que recebeu, em especial a adoção de um foco mais jornalístico, o programa contribuiu para a transparência dos feitos públicos e converteu-se em verdadeiro instrumento de fiscalização popular. *A Voz do Brasil* é o único veículo de comunicação do país que informa aos brasileiros dos pequenos municípios a chegada de recursos para a merenda escolar, do Fundeb, dos repasses oficiais, dos programas da Agricultura Familiar, da Previdência Social etc. (SANT'ANNA, Chico; ALMEIDA, Beto. 2011).

No entanto, após 1985, com o fim do regime militar e o início da República Nova pela eleição indireta de Tancredo Neves, o programa passou a ser visto como um símbolo da era militar contrário à democracia já que, por muitos anos, funcionou também como um instrumento de propaganda ideológica. Somente com a reforma editorial ocorrida a partir de 2003, o programa tentaria mudar essa imagem.

## **Reforma editorial: foco no cidadão**

Em 2003, a Radiobrás passou por um processo de reformulação dos seus conteúdos jornalísticos sob a presidência do jornalista Eugenio Bucci.

Neste processo, buscou-se separar a comunicação pública da comunicação governamental, chamada pela empresa de comunicação oficial. As rádios, a TV Nacional e o site de notícias Agência Brasil foram mantidos no núcleo de jornalismo público. O objetivo era criar um jornalismo público com características próprias e funções específicas partindo do princípio de que deve atender aos interesses públicos e auxiliar o cidadão.

A principal função da Radiobrás passou a ser promover a comunicação pública, mas a empresa manteve uma área destinada à prestação de serviços ao poder Executivo federal. Além do orçamento anual, a empresa é remunerada pelos serviços oficiais prestados. Entre eles, *A Voz do Brasil*.

O motivo da separação foi diferenciar para o cidadão o conteúdo público e o produzido para o cliente governo federal. A notícia que era dada conforme a visão do governo sobre o fato era considerada oficial. Já a notícia que trazia diferentes ângulos e fontes era chamada de pública. As notícias do jornalismo público deveriam sempre mostrar os dois lados de uma questão, um a favor e outro contra, e conter a opinião da sociedade civil.

Outro motivo era o desejo de construir um jornalismo público editorialmente e financeiramente independente do Estado. Eugenio Bucci tinha como modelo a empresa de comunicação pública inglesa, *British Broadcasting Corporation (BBC)*, sustentada por imposto específico não estando atrelada ao orçamento do Estado. No caso brasileiro, Bucci não defendia a criação de um imposto, mas recursos independentes.

No início da reforma, como já ocorria antes, os mesmos repórteres que escreviam para a Agência Brasil gravavam a matéria para *A Voz do Brasil*. Em seguida, o jornalismo oficial foi retirado da Diretoria de Jornalismo da EBC e criada a Diretoria de Serviços, que prestava “serviços” à presidência da República, produzindo *A Voz do Brasil* e a então criada TV NBr, como TV oficial do poder Executivo Federal, nos moldes da TV Senado, TV Câmara e TV Justiça.

A ideia de Eugênio Bucci era que o jornalismo oficial fosse levado para a Secretaria de Comunicação da presidência da República (Secom) e não fizesse mais parte da Radiobrás para que a Empresa pudesse se dedicar apenas ao jornalismo público, o que não chegou a ocorrer. O jornalismo oficial foi mantido, ainda que em um núcleo separado do público.

Para além dos noticiários, o conceito de cidadania da TV Nacional, pode ser observado em outros aspectos. Transformada em 2007 em TV Brasil, possui hoje a maior faixa de programação infantil da TV aberta; o *Estação Plural* foi o primeiro programa LGBT da TV aberta; Fernanda Honorato, é a primeira repórter com Síndrome de Down, e a emissora é uma das principais janelas de exibição dos filmes nacionais. Já a Agência Brasil publica todo o seu conteúdo sob a licença *Creative Commons*, que permite cópia e uso integral de todo material gratuitamente. As rádios Nacional da Amazônia e Nacional do Alto Solimões são os únicos veículos de comunicação de massa em municípios distantes e comunidades remotas das regiões da Amazônia Legal e Tríplice Fronteira. A EBC não possui, no entanto, um mapeamento sobre o número de municípios cobertos pelas rádios.

A palavra de ordem dada aos jornalistas da EBC durante o mandato de Eugênio Bucci era “foco no cidadão” e o jornalismo oficial também seguia a diretriz. Com esse objetivo, em 2003, a Radiobrás realizou a reforma editorial da parte destinada ao Poder Executivo da *A Voz do Brasil*. O entendimento da EBC era de que o cidadão tem por direito saber o que é feito com o dinheiro dos impostos pagos ao governo federal.

*A Voz* deixou de ser um noticiário voltado à agenda dos governantes para se voltar às políticas públicas produzidas por eles e como essas políticas chegavam ao cidadão. A reportagem saiu do gabinete presidencial e foi para as ruas em busca de estabelecer uma relação entre as políticas públicas e necessidades da população.

Outra preocupação foi a linguagem. Os textos deveriam ser didáticos de maneira que qualquer brasileiro conseguisse entender e explicar como ter acesso àquela política: quem teria direito ao benefício, como fazer para obtê-lo e qual órgão procurar.

Claro, as notícias do poder Executivo seriam veiculadas religiosamente, a inovação não estava aí, uma vez que informar sobre o governo é um dever legal do horário reservado ao Executivo. A inovação estava na maneira como faríamos isso. O proselitismo seria banido, até onde fossemos capazes de bani-lo.

## A VOZ DO BRASIL FAZ 85 ANOS: a história do programa de rádio mais antigo do país a partir da noção de Comunicação Pública

Notícias boas ou ruins teriam seu lugar na pauta, desde que tivessem relação com a esfera do Executivo (BUCCI, Eugênio. 2008, p. 158).

No dia 1 de setembro de 2003, *A Voz do Brasil* estreava sua nova cara.

Ao final, foi lida a declaração de princípios do programa:

Esta nova fase da nova Voz do Brasil vem para atender, com mais eficiência, o direito que você tem de estar bem informado. Isso mesmo, um direito. Vamos repetir: estar bem informado é um direito fundamental que você tem. (...) É por isso que A Voz do Brasil está mudando: para ser um serviço mais democrático, mais acessível e mais claro, sempre a serviço do cidadão e da cidadã. E de mais ninguém (*VOZ DO BRASIL*, 2003).

A música *O Guarani* também passou por modernização e ganhou diferentes ritmos, como, samba, forró, axé e capoeira.

Ao final do primeiro mandato de Luiz Inácio Lula da Silva, em 20 de abril de 2007, a presidência da EBC foi trocada. Meses depois, em 24 de outubro de 2007, o Decreto nº 6.246 transformou a Radiobrás na Empresa Brasil de Comunicação (EBC) e a TV Nacional passou a se chamar TV Brasil. Já, durante o governo de Temer (2017-2018), o jornalismo público teve novas definições e passou a ser mais próximo novamente das ações de governo. Alguns temas, considerados prioritários no governo Lula, perderam espaço na agenda, como questões indígenas, femininas ou o Movimento dos Trabalhadores Rurais Sem Terra (MST). A Diretoria de Serviços foi extinta, mas o jornalismo oficial continuou separado do público, agora estando ligado diretamente à presidência da EBC e fazendo parte da Diretoria Geral.

A equipe de comunicação de Michel Temer deu um valor maior à *A Voz do Brasil* do que as equipes dos seus antecessores. O então presidente e seus ministros concediam entrevistas exclusivas para falar diretamente com a população de maneira mais constante e maior que as gestões passadas. No dia 9 de maio de 2017, *A Voz do Brasil* produziu um programa especial inteiro com o então presidente Michel Temer, que fez um balanço dos dois anos de governo e respondeu a perguntas dos ouvintes previamente gravadas sobre

temas como saúde, segurança, educação e economia. Foi nesse contexto que o programa foi transmitido fora do estúdio pela segunda vez.

Cercada de insatisfações por parte de emissoras comerciais e em discussão no Congresso há mais de dez anos, no dia 5 de abril de 2018, foi publicada a Lei 13.644, que flexibilizou o horário permitindo que a retransmissão do programa pelas rádios fosse feita entre às 19h e 22h de Brasília e não mais apenas das 19h às 20h. As rádios educativas continuaram obrigadas a transmitir o programa às 19 horas, assim como as vinculadas aos poderes legislativos nos dias em que não houver sessão deliberativa no plenário.

A flexibilização não diminuiu o cumprimento legal das obrigações constitucionais de produzir o noticiário dos poderes do Estado e de que todo país tenha acesso a ele, apesar de a obrigatoriedade do programa continuar sendo questionada pelas emissoras.

## ***A Voz do Brasil/hoje***

A velocidade da informação trazida pelo crescimento da internet não é a prioridade da EBC, apesar de também ser perseguida. O noticiário trabalha com matérias quentes e também com matérias frias.

Desde 2017, pode ser acompanhada, ao vivo, também pela internet e as matérias podem ser posteriormente encontradas no site da Rede Nacional de Rádio, que fornece conteúdo gratuito para emissoras de todo o Brasil e países vizinhos. "A programação é distribuída via satélite pelo mesmo sinal da *Voz do Brasil*, chegando a centenas de locais onde não há Internet nem sequer energia elétrica" (EBC, institucional).

Os canais de contato são uma das características do conceito de comunicação pública. Porém, ainda é tímida a abertura da comunicação entre os ouvintes e a equipe do programa. Atualmente, *A Voz do Brasil* mantém apenas um e-mail como canal direto com o ouvinte, porém ele não costuma ser divulgado durante o programa.

Com a chegada de Jair Bolsonaro ao Planalto, a EBC inicia um novo capítulo. A TV NBr deixa de existir e o jornalismo da TV Brasil passa a também conter notícias feitas pelo núcleo oficial, que sai da Diretoria Geral e volta a fazer parte da Diretoria de Jornalismo da Empresa. As redações do público e do oficial, ainda funcionando separadas, passam a trabalhar no mesmo espaço físico. As matérias da *Voz do Brasil* passam a ser feitas também pelos jornalistas da TV Brasil. Com isso, notícias de caráter público e oficial passam a coexistir no noticiário noturno da TV Brasil sem uma diferenciação clara para o espectador do tipo de informação que está recebendo e da lógica de sua construção.

Já *A voz do Brasil* mantém a linha editorial voltada ao cidadão e à forma como determinada política pública ou ação pode ajudar a população, mas volta a perseguir as boas notícias, sempre buscando mostrar o aspecto positivo das ações governamentais. Esse retorno se iniciou no governo Temer tendo progredido em seguida. Quanto maior for o público atingido por determinada ação governamental, maior relevância tem a informação e maior destaque dentro do programa, além dos assuntos definidos como prioridade pela Secretaria Especial de Comunicação Social (Secom) da presidência da República. O tema do programa, O Guarani, volta a remeter à música clássica, com orquestração mais moderna e com ares de telejornal (EBC, institucional).

No dia 9 de dezembro de 2019, em visita à EBC, o ministro-chefe do Gabinete da Segurança Institucional (GSI) da Presidência da República, general Augusto Heleno, enfatizou a importância do rádio para a comunicação de governo.

O rádio ainda é um grande instrumento de comunicação apesar de todo avanço do visual e dos novos recursos. Ele chega a qualquer lugar e tem a capacidade de ser tornar íntimo do ouvinte em pouco tempo. (...) No tempo que eu passei na Amazônia, eu percebi que o rádio, principalmente a **Rádio Nacional da Amazônia**, é uma grande companhia do amazonense. Às vezes, ele está isolado e sente falta de alguém perto. Esse alguém são vocês, que são condutores da palavra até aqueles que estão trabalhando, costurando, cozinhando ou fazendo uma colheita e pegam o seu

radinho e colocam ali para ter companhia. (...) Tem dois aspectos que são parte integrante de qualquer governo. São tão importantes que o governo não pode abrir mão deles. E todos dois significam poder. Um deles é comunicação, o outro é inteligência (Agência Brasil, 2019).

Atualmente, a EBC prioriza duas ações. A primeira é a expansão das rádios formadoras da Rede Nacional de Comunicação Pública, que hoje conta com quatorze rádios: quatro na região Norte, três na região Nordeste, quatro no Centro-Oeste, duas no Sudeste e uma no Sul. A Empresa também iniciou uma reforma do parque de transmissão de rádio aumentando o poder de alcance por meio da manutenção e troca de aparelhos sucateados.

## **Conclusões finais**

O jornalismo oficial possui características próprias e funções específicas em relação ao restante da comunicação pública e à mídia privada ao atender aos interesses públicos e auxiliar o cidadão. Ao retratar as ações de governo, *A Voz do Brasil* promove a cidadania e o acesso a direitos, benefícios e políticas públicas. “*A Voz do Brasil* é o único veículo de comunicação do país que informa aos brasileiros dos pequenos municípios a chegada de recursos para a merenda escolar, do Fundeb, dos repasses oficiais, dos programas da Agricultura Familiar, da Previdência Social” (OBSERVATÓRIO DA IMPRENSA, 2011). É também o único noticiário que alcança todo território nacional, inclusive locais com menos acesso à comunicação de massa, garantindo o direito da população de ser informada e a obrigação do Estado de informar.

Assim, *A Voz do Brasil* cumpre seu papel constitucional de cobertura e divulgação de ações sociais, fornece insumo para o cidadão entender o que acontece no governo e, conseqüentemente, poder fiscalizar o público. Com a adoção de um foco voltado à cidadania, o programa contribuiu para a transparência dos feitos públicos e converteu-se em instrumento de fiscalização popular. *A Voz do Brasil* está diretamente ligada àquilo que é de interesse público e à definição de comunicação governamental.

No entanto, *A Voz* é ainda hoje um símbolo da era militar contrário à liberdade de expressão ou à democracia. A flexibilização do horário ajudou a melhorar a imagem de algo impositivo, mas não o suficiente para que fosse apagada. Neste sentido, o programa precisa continuar seu caminho de modernização da forma e do conteúdo.

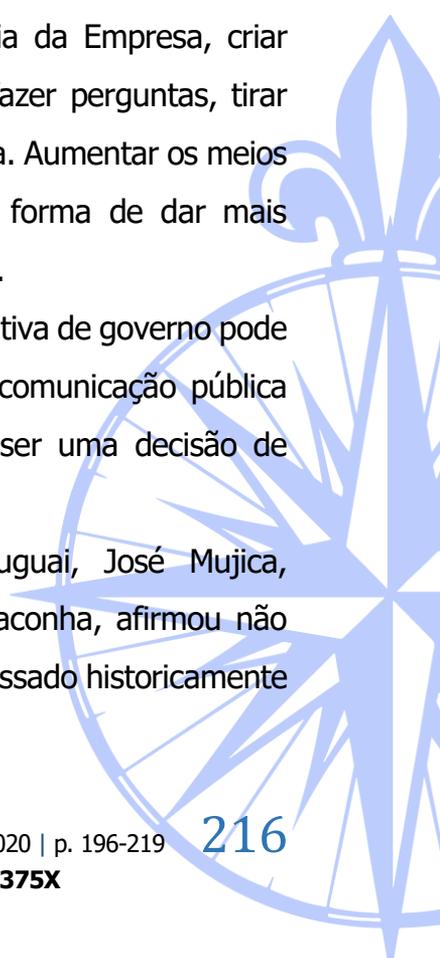
Poucos brasileiros entendem a diferença entre a comunicação oficial e o restante da comunicação pública. Ao misturar ambos nos noticiários televisivos, a EBC aumenta esse desconhecimento. Isso prejudica *A Voz do Brasil* porque dificulta à população o entendimento do que seja o caráter oficial do programa.

É preciso também que *A Voz do Brasil* acompanhe a modernização do jornalismo e das novas formas de comunicação. O crescimento das chamadas *fake news*, por exemplo, gera uma necessidade ainda maior de o governo ter seu próprio espaço para se comunicar com o país, onde as informações possam ser confiáveis.

Mas, para isso, *A Voz do Brasil* precisa se fazer confiável aos olhos do público. É necessário, para além do canal da Ouvidoria da Empresa, criar canais pelos quais o ouvinte possa enviar sugestões, fazer perguntas, tirar dúvidas, reclamar e participar da elaboração do programa. Aumentar os meios de diálogo do público com o noticiário é ainda uma forma de dar mais transparência ao Estado e maior participação ao cidadão.

Quanto ao conteúdo, o retorno a uma agenda positiva de governo pode ser prejudicial ao programa e ao amadurecimento da comunicação pública brasileira. Mas, para além do Estado, esta precisaria ser uma decisão de governo.

Há alguns anos, o então presidente do Uruguai, José Mujica, respondendo sobre a decisão de legalizar o uso da maconha, afirmou não saber se a política daria certo, mas que o país havia fracassado historicamente



em todas as tentativas para diminuir o número de usuários e a violência do tráfico e era necessário tentar algo novo (MUJICA, 2014).

A fala de Mujica não é comum no Brasil, onde os políticos defendem arduamente suas ações. Raros discursos levam em conta os prós e contras de uma política ou ressaltam que ela não será a solução, mas uma tentativa.

*A Voz do Brasil* é o próprio governo. Ela noticia a voz, o discurso e as ideias do governo. Se houver no Brasil um governo que fale abertamente, tanto dos seus sucessos e vitórias, quanto daquilo que ainda não conseguiu realizar, *A Voz* será o retrato desse pensamento. Mas, se o objetivo do governo for falar das suas políticas como milagres realizados escondendo aquilo que não está perfeito ou que não deu certo, *A Voz* também será o espelho disso.

*A Voz do Brasil* não apenas retrata a história do país em fatos diários, mas se aceita parte dessa história. A cidadania e a democracia no Brasil são dois conceitos em construção, assim como a comunicação pública, que ajuda a construí-los, mas também é construída por eles. Assim, a comunicação pública a serviço dos direitos da cidadania também é algo em construção.

## Referências

AGÊNCIA BRASIL. Seminário conta história da “Voz do Brasil”, programa de rádio mais antigo do país. **Agência Brasil**. Brasília: 28 mar. 2006. Disponível em: <<http://memoria.ebc.com.br/agenciabrasil/noticia/2006-03-28/seminario-conta-historia-da-ivoz-do-brasili-programa-de-radio-mais-antigo-do-pais>>. Acesso em: 20 dez. 2019.

AGÊNCIA BRASIL. EBC lança ferramenta para comentários e fica mais próxima do cidadão. Brasília: 27 nov. 2018). Disponível em: <<http://agenciabrasil.ebc.com.br/geral/noticia/2018-11/ebc-lanca-ferramenta-para-comentarios-e-fica-mais-proxima-do-cidadao>>. Acesso em: 07 dez. 2019.

AGÊNCIA BRASIL. Ministro Augusto Heleno vai à EBC e reforça importância da comunicação. Brasília: 9 dez 2019. Disponível em: <<http://agenciabrasil.ebc.com.br/politica/noticia/2019-12/ministro-augusto-heleno-vai-ebc-e-reforca-importancia-da-comunicacao>>. Acesso em : 21 jan. 2020.

BRANDÃO, Elizabeth. Conceito de comunicação pública. In: DUARTE, Jorge (Org.). **Comunicação pública**: Estado, governo, mercado, sociedade e interesse público. São Paulo: Atlas, 2007.

BUCCI, Eugênio. **Em Brasília, 19 horas:** a guerra entre a chapa-branca e o direito à informação no primeiro governo Lula. Rio de Janeiro: Record, 2008. CÂMARA DOS DEPUTADOS. **Saiba mais sobre a Voz do Brasil.** Disponível em: < <https://www.camara.leg.br/noticias/368075-saiba-mais-sobre-a-voz-do-brasil/>>. Acesso em 12 nov 2019.

CANDIDO, Antonio. **A revolução de 1930 e a cultura.** Novos Estudos Cebrap v.2, São Paulo, 1984.

DUARTE, Jorge (Org.). **Comunicação pública:** Estado, governo, mercado, sociedade e interesse público. São Paulo: Atlas, 2007.

EBC. Institucional, Rede Nacional de Rádio. Disponível em: <<https://redenacionalderadio.com.br/rede>>. Acesso em: 26 fev: 2020.

EBC. Institucional, Serviços e negócios, A Voz do Brasil. Brasília: sem data. Disponível em: <<http://www.ebc.com.br/institucional/servicos-e-negocios/a-voz-do-brasil>>. Acesso em: 23 dez. 2019.

FERRARETTO, Luiz Artur. O rádio e as formas do seu uso no início do século XXI: uma abordagem histórica. In: MAGNONI, Antônio Francisco; CARVALHO, Juliano Maurício de (Orgs). **O novo rádio:** cenários da radiodifusão na era digital. São Paulo: Senac, 2010.

FUNDAÇÃO GETULIO VARGAS (FGV). **Centro de Pesquisa e Documentação de História Contemporânea do Brasil (CPDOC).** Rio de Janeiro. Disponível em:

<<http://www.fgv.br/cpdoc/acervo/dicionarios/verbete-tematico/radio-nacional>>. Acesso em 26 nov 2019.

MATOS, Heloiza Helena. Comunicação pública, esfera pública e capital social. In: DUARTE, Jorge (Org.). **Comunicação pública:** Estado, governo, mercado, sociedade e interesse público. São Paulo: Atlas, 2007.

MATOS, Claudia. **Acertei no milhar.** Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1982.

MONTEIRO, Graça França. A singularidade da comunicação pública. In: DUARTE, Jorge (Org.). **Comunicação pública:** Estado, governo, mercado, sociedade e interesse público. São Paulo: Atlas, 2007.

MUJICA, José. Entrevista concedida a Ricardo Boechat, Fernando Mitre e Fabio Pannunzio. Programa Canal Livre, TV Band News. Uruguai, 30 mar 2014. Disponível em: < <https://www.youtube.com/watch?v=KTksYBjX2kY>>. Acesso em: 17 fev. 2020.

OLIVEIRA, Maria José da Costa (Org.). **Comunicação Pública.** Campinas: Alínea, 2004.

REVISTA CARIOCA. Rio de Janeiro, ed. 5, 1935; ed. 9, 1935; ed. 25, 1937. Disponível em:

<<http://memoria.bn.br/DocReader/DocReader.aspx?bib=830259&PagFis=300&Pesq=%22Hora%20do%20Brasil%22>>. Acesso em: 08 jun. de 2020.

REVISTA DO RÁDIO. Rio de Janeiro, edição 90, 1951; edição 122, 1952; edição 135, 1952; edição 620, 1961; edição 719, 1963; edição 770, 1964; edição 785, 1964. Disponível em: <

<http://memoria.bn.br/docreader/DocReader.aspx?bib=144428&pesq=hora+do+brasi>>. Acesso em: 07 jun. de 2020.

REVISTA O CRUZEIRO. Rio de Janeiro, edição 25, 1937. Disponível em: <<http://memoria.bn.br/DocReader/docreader.aspx?bib=003581&PagFis=332>>. Acesso em 06 de jun. de 2020.

SANT'ANNA, Chico; ALMEIDA, Beto. **Pela preservação da Voz do Brasil**. In: Observatório da Imprensa. São Paulo: Instituto para o Desenvolvimento do Jornalismo (Projor), 630 ed. 24 de fevereiro 2011. ISSN 1519-7670 - Ano 20 - nº 1075. Disponível em:

<<http://observatoriodaimprensa.com.br/interesse-publico/pela-preservacao-da-voz-do-brasil/>>. Acesso em: 23 jan. 2020.

SANTOS, Erivaldo. Entrevista concedida à Alessandra S. Bastos como parte da pesquisa deste artigo. Brasília, 2020.

SAROLDI, Luiz C.; MOREIRA, Sônia V. **Rádio Nacional: O Brasil em Sintonia**. Rio de Janeiro: Funarte, 1984.

SILVA, Luiz Martins da. Imprensa e cidadania: possibilidades e contradições. In: MOTTA, Luiz Gonzaga (Org.). **Imprensa e Poder**. Brasília: Editora Universidade de Brasília, 2002.

SILVA, Luiz Martins da. **Jornalismo Público: o social como valor-notícia**. Brasília: Casa Das Musas, 2004.

VICENTE, Eduardo. **A música popular sob o Estado Novo (1937-1945)**. Relatório Final de Pesquisa de Iniciação Científica PIBIC/CNPq - Universidade de Campinas (Unicamp): São Paulo (SP), 2006.



# DO TRANSISTOR AO CELULAR: anotações históricas sobre transformações da reportagem radiofônica a partir de tecnologias

## FROM TRANSISTOR TO CELL PHONE: historical notes on transformations of radio reportage using Technologies

Valci Regina Mousquer ZUCULOTO<sup>1</sup>

Arnaldo ZIMMERMANN<sup>2</sup>

Universidade Federal de Santa Catarina | Brasil

### Resumo

O artigo (re)visita a trajetória do rádio no Brasil com foco em tecnologias que oportunizaram ao meio explorar suas características de mobilidade, imediatismo, instantaneidade e ubiquidade na produção de reportagens. Reflete-se, em perspectiva de (re)construção histórica, o percurso desde a chegada do transistor na década de 1950 até a consolidação do celular no país, inovações que permitiram ao rádio protagonizar a cobertura jornalística através da reportagem. Na trajetória da reportagem radiofônica e sua relação com as inovações técnicas e tecnológicas buscam-se bases para entender a presente reconfiguração do radiojornalismo. É pesquisa exploratória, recorrendo-se à análise documental e revisão bibliográfica, com subsídios da história.

### Palavras-chave

Radiojornalismo; Reportagem Radiofônica; História do Rádio; Tecnologias.

### Abstract

The article (re) visits the trajectory of radio in Brazil with a focus on technologies that have made it possible for the medium to explore its characteristics of mobility, immediacy, instantaneity and ubiquity in the production of reportages. It is reflected, in the perspective of historical (re) construction, the path from the arrival of the transistor in the 1950s to the consolidation of the cell phone in the country, innovations that allowed the radio to lead the news coverage through reportage. In the trajectory of radio reportage and its relationship with technical and technological innovations, we seek bases to understand the present reconfiguration of radio journalism. It is exploratory research, using documentary analysis and bibliographic review, with subsidies from history.

### Keywords

Radio journalism; Radio Reportage; Radio History; Technologies.

RECEBIDO EM 07 DE ABRIL DE 2020

ACEITO EM 11 DE MAIO DE 2020

<sup>1</sup> Professora de graduação e pós-graduação em Jornalismo na UFSC. Doutora em Comunicação (PUCRS). Pós-Doutora (ECO-UFRJ), Coordenadora da Rede de Pesquisa em Radiojornalismo (RadioJor/SBPJor) e da Rádio Ponto UFSC. Diretora Científica da Associação Brasileira de Pesquisadores de História da Mídia (ALCAR). Líder do Grupo de Investigação em Rádio, Fonografia e Áudio (Girafa), certificado no CNPq. Contato: valzuculoto@hotmail.com

<sup>2</sup> Doutorando em Jornalismo na UFSC. Mestre em Jornalismo (UFSC). Especialista em Publicidade (FURB). Graduado em Jornalismo (UNISOCIESC) e Letras (FURB). Integrante do Grupo de Investigação em Rádio, Fonografia e Áudio (Girafa) do PPGJOR/UFSC. Bolsista Capes. Contato: arnaldozimmermann@gmail.com.

## Introdução

A mobilidade está presente com maior ênfase no rádio desde a segunda metade do século 20, tanto nos equipamentos de recepção e nos hábitos de escuta do ouvinte como na emissão das mensagens, especialmente nas transmissões ao vivo e simultâneas direto do palco dos acontecimentos. Este artigo busca (re)construir a trajetória da reportagem radiofônica pela ótica dos recursos tecnológicos que permitiram seu impulsionamento, transformando o meio rádio em protagonista dos acontecimentos, especialmente quando a demanda do tripé apuração-produção-circulação passa a exigir velocidade e encurtamento do lapso temporal entre o fato gerador da notícia e a transmissão do conteúdo ao público.

A facilidade histórica de transmissão em tempo real garantiu ao meio as características de imediatismo e instantaneidade. A ubiquidade possível pelo uso de equipamentos móveis faz o rádio gerar diferentes graus do vivo, retratados, sobretudo, na realização de reportagens. Apesar de tais características estarem presentes no meio desde os seus tempos pioneiros, condições técnicas e tecnológicas, ao longo de sua história, demonstraram-se primordiais para a sua efetivação, consolidação e engajamento em um processo de evolução. E assim, o processo vem conjugando, concomitantemente, transformações nos modos de fazer e uso da linguagem, com utilização de novos aparatos técnicos e tecnológicos.

O objetivo geral deste artigo<sup>3</sup>, portanto, é evidenciar as principais e mais determinantes inovações tecnológicas que potencializaram e constituíram a reportagem radiofônica externa, facilitando a intervenção ao vivo das emissoras, diretamente do local e no exato momento dos acontecimentos. O próprio advento do rádio é por nós compreendido como resultado de inovação

---

<sup>3</sup> Originalmente apresentado no GP Rádio e Mídia Sonora, XIX Encontro dos Grupos/Núcleos de Pesquisa em Comunicação, evento do XLII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, em 2019, constando de seus anais. Revisado e ampliado.

tecnológica em comparação com outros meios de comunicação. E já na sua criação, expressou potencial de explorar características de mobilidade, imediatismo, instantaneidade e ubiquidade. Assim, desenvolve-se aqui discussão, sobretudo, de como os recursos radiofônicos técnicos e tecnológicos, desde a invenção do transistor até a chegada e a consolidação do uso dos celulares nas reportagens, possibilitaram ao rádio brasileiro protagonizar a cobertura dos acontecimentos através da reportagem externa.

Nosso recorte temporal, deste modo, concentra-se entre a década de 1950 e os dias atuais. O foco central da análise é na utilização de tecnologias para a realização de reportagens radiofônicas externas, traçando demais avanços obtidos pelo rádio e sua reportagem como elementos paralelos e complementares.

As principais opções metodológicas são a análise documental e a revisão bibliográfica, recorrendo-se, para a sistematização de dados (re)coletados e reflexões acerca destes, também a aportes da história, em especial da história pública e da história da comunicação e do jornalismo. O apoio em subsídios de pesquisa da história pública vem permitindo que nossos estudos com orientações históricas evidenciem e observem por meio de fontes, dados, vestígios até incomuns ou pouco utilizados neste tipo de investigação (MAUAD, ALMEIDA, SANTHIAGO, 2016; MAUAD, SANTHIAGO, BORGES, 2018). No presente artigo, recorreremos em especial à revisão de estudos anteriores sobre o rádio, o radiojornalismo e a reportagem radiofônica.

Assim, trata-se de uma pesquisa histórica, exploratória, com entendimento de que ao se debruçar sobre a trajetória de constituição da reportagem radiofônica imbricada com principais e mais determinantes inovações técnicas e tecnológicas que a impactaram, pode-se compreender melhor o presente e futuro do radiojornalismo. Nossa perspectiva compartilha com compreensões de estudiosos da história da comunicação como Marialva Barbosa, para quem a história pode e deve ser submetida a revisões.

A história da comunicação, como qualquer história, passa periodicamente por revisões, seja porque foi descoberto ao acaso um arquivo precioso e que deixa ver sistemas de comunicação em toda sua complexidade, seja porque as inquietações do tempo obrigam a direcionar o olhar para o passado, tentando compreender turbilhões e redemoinhos de mudanças que avançam sobre cada um de nós no mundo que denominamos contemporâneo. (BARBOSA, 2017, p. 7)

Já o percurso teórico para a análise parte da localização histórica do rádio com o advento das primeiras reportagens externas, baseada em autores como Ortriwano (1990, 2002-2003), Bernalhok (2005, 2006), Zuculoto (2012), até mais recentes equipamentos que garantiram o caráter móvel deste meio de comunicação, sustentado em trabalhos de pesquisadores como Lopez (2009), Gomes (2014), Ferraz (2016) e Gambaro (2019).

## **Jornalismo escasso e sem reportagens no “Rádio Pioneiro**

Apesar da rápida evolução na programação radiofônica brasileira no período denominado de “Rádio Pioneiro”, entre os finais dos anos 1910<sup>4</sup> e da década de 1930, o jornalismo profissional ainda não fazia parte do conteúdo diário nem das tarefas cotidianas dos novos redatores e equipes de produção. Neste período, a notícia “é ainda incipiente e produzida a partir de simples transposições dos jornais impressos ou em forma de comentários das suas informações” (ZUCULOTO, 2012, p.45). A ausência de técnicas de produção que melhor aproveitassem as inovadoras especificidades do meio, como a mobilidade e o imediatismo, persistiu ainda por algumas décadas desde as pioneiras transmissões. Já ao pesquisar a constituição histórica da notícia de rádio no Brasil, foi possível observar que nem mesmo os textos das primeiras emissões eram totalmente adequados às características e linguagem

---

<sup>4</sup> Ressalta-se que na concepção dos autores deste artigo, o advento do meio no Brasil é localizado em 1919, com o início das transmissões da Rádio Clube de Pernambuco. Mas também não deixamos, na (re)visita à história do rádio que aqui procedemos, de citar os testes de 1922, com as irradiações das comemorações do centenário da independência do país, no Rio de Janeiro. Embora considerada a data “oficial” do início do rádio no Brasil, acolhemos e defendemos o pioneirismo da Rádio Clube de Pernambuco, em consonância com nossos referenciais baseados em aportes da nova história, sobretudo da história pública, e do entendimento que é preciso, especialmente quando avançam ou se modificam nossos conceitos, revisar a história, até mesmo aquela já pesquisada por nós.

específicas do meio. Ainda não se utilizava a maior parte do seu potencial para veiculação informativa.

A simples leitura de jornais ao microfone, na primeira fase do rádio, demonstra que o radiojornalismo no Brasil começou sem reportagem. Conforme Bessalok (2005, p. 2-3): “tinha-se, desde o início, a figura do apresentador que narrava as notícias ou fazia comentários”. Não existia, assim, a voz do repórter ou das fontes. A autora compara o nascimento do radiojornalismo sem a reportagem como, semelhantemente, ocorreu nos meios impressos.

Antes mesmo do surgimento da reportagem como conhecemos hoje no rádio brasileiro, um importante marco divisor no jornalismo radiofônico se evidencia como consequência da Segunda Guerra Mundial: o “Repórter Esso”, que no Brasil fundou o radiojornalismo nacional e padronizou o segmento comercial do nosso rádio:

O aperfeiçoamento dos equipamentos e o desenvolvimento de sistemas de transmissão de maior alcance são consequências que ressaltam o aspecto jornalístico do rádio. Nesse contexto surgem no Brasil os primeiros programas que, em sua evolução, serão os pilares de sustentação que darão origem ao radiojornalismo praticado até nossos dias: o Repórter Esso e o Grande Jornal Falado Tupi. (ORTRIWANO, 2002-2003, p. 72).

Devido à Guerra, o rádio se tornou o que Beltrão (1976, p.26) classifica de “informação de superfície”, uma especificidade do radiojornalismo que, mesmo passado o conflito, identificamos que vai permanecer como a base dos noticiosos radiofônicos.

No período inicial da chamada “Era de Ouro” do rádio, na década de 1940, o radiojornalismo tem como principal fonte de informações as agências de notícias, que influenciam e ditam rumos ao jornalismo praticado no Brasil. Em contraste aos grandes investimentos na produção dos programas de espetáculo, como radionovelas e shows de auditório, o jornalismo funcionava ainda sem a apuração por repórteres e outros profissionais em contato direto

com as fontes ou nos locais dos acontecimentos. Neste período, apesar de o rádio brasileiro já ter superado em parte a precariedade técnica que marcou seus tempos pioneiros, ainda não é comum a prática da reportagem externa com maior utilização das características do imediatismo e instantaneidade.

## **O transistor como principal tecnologia de impulso à reportagem de rádio**

Com o fim da “Era de Ouro” no rádio brasileiro em meados da década de 1950, é dada a primeira e grande sentença de morte para este meio que figurou como o mais popular até então. A chegada da televisão não representou apenas uma concorrência, mas um forte golpe com o deslocamento dos maiores atrativos de um meio exclusivamente sonoro para um meio audiovisual. Para Ortriwano, a TV “ocupou o primeiro plano entre os meios de comunicação, levando consigo as verbas publicitárias, os profissionais e a audiência” (ORTRIWANO, 1990, p.82).

Neste período, denominado de “Pós-televisão”, entre a década de 1950 e 1970, o rádio conseguiu driblar sua decretada morte com uma série de novos instrumentos tecnológicos.

Terminada a *fase de ouro*, o rádio encontra na eletrônica seu maior aliado. Uma série de inovações tecnológicas são especialmente favoráveis ao renascimento do rádio e à transmissão jornalística. Entre elas, o gravador magnético, o transistor, a frequência modulada e as unidades móveis de transmissão (ORTRIWANO, 2002-2003, p. 76).

Estas inovações a que se refere Ortriwano representam marcos que modificaram a qualidade de transmissão e recepção radiofônica, além de agilizar e tornar ainda mais imediata a emissão da reportagem externa. Possibilitaram, por exemplo, transmitir além de notícias sintéticas que caracterizavam sobremaneira o jornalismo radiofônico à época, veiculando mais informações em formato exato de reportagem, incluindo mais dados e fontes. Entretanto, no caso do gravador magnético, a inovação também trouxe maior controle sobre a informação veiculada.

[...] se, por um lado, o gravador magnético deu ao rádio maior agilidade, mais versatilidade, barateou custos, pois programas – ou trechos – poderiam ser repetidos e melhorou a qualidade das gravações externas, por outro, permitiu também maior controle sobre o conteúdo das mensagens: passou a ser viável fragmentar as entrevistas, depoimentos, etc. e remontar os trechos selecionados, procedimento que se tornou rotineiro (ORTRIWANO, 2002-2003, p. 76).

Ressaltamos, porém, que de todas as inovações do período após o fim da chamada “Era de Ouro” e que muito contribuíram à sobrevivência do meio, o transistor foi o grande responsável, enquanto tecnologia, para a reinvenção do rádio e a evolução da produção da reportagem, principalmente da externa. Foi o transistor que proporcionou outras novidades eletrônicas da época. O próprio gravador, ao se transistorizar, impulsionou mais ainda a reportagem, em especial na exploração das características radiofônicas de mobilidade e imediatismo. E ao servir para disseminar as unidades móveis de transmissão, impulsionou e consolidou, no dia a dia do radiojornalismo, a prática das reportagens externas ao vivo.

O transistor permitiu, ainda, o desenvolvimento de aparelhos portáteis de recepção, culminando na famosa expressão de que “o rádio saiu da sala e foi para a cozinha”. Mas essa novidade tecnológica, que substituiu as velhas e grandes válvulas, também influenciou a transmissão das mensagens radiofônicas, garantindo definitivamente a mobilidade tanto para o emissor quanto para o receptor. “A tecnologia do transistor surgiu no dia 23 de dezembro de 1947. A proposta, apresentada por cientistas da Bell Telephone Laboratories, tinha como objetivo ampliar sinais elétricos através do uso de gerânio como material semicondutor” (LOPEZ, 2009, p.4). Para Sônia Virgínia Moreira (1999, p.212), a invenção popularizou e massificou o aparelho receptor:

A invenção do transistor, em 1947, tornou o rádio acessível, de fácil manuseio e preço reduzido. Depois dos anos 60, os aparelhos transistores miniaturizados, portáteis e baratos invadiram o mercado ocidental e assinalaram o início da massificação do rádio em países do Terceiro Mundo onde, na

falta de energia elétrica, funcionava a bateria. (MOREIRA, 1999, p.212)

A novidade aportou no Brasil na década de 1950 e se popularizando na década seguinte, transformou marcadamente a forma de cobertura jornalística, com a possibilidade de narrar o fato direto do local do acontecimento. "O jornalismo destacou-se no período, mostrando agilidade na cobertura de notícias, com entradas ao vivo, diretamente do local onde aconteciam os fatos, e com entrevistas realizadas fora do estúdio" (NEUBERGER, 2012, p.72).

A facilidade de deslocamento com os novos e menores equipamentos de apuração, produção e transmissão fez com que a reportagem radiofônica, em moldes como conhecemos até hoje, de vez estivesse presente na programação das emissoras e explorasse cada vez mais a mobilidade, o imediatismo, a ubiquidade e a instantaneidade. Intervenções e entrevistas ao vivo, diretamente dos locais e nos momentos exatos dos acontecimentos passaram a constituir o cotidiano dos repórteres.

Para Luiz Beltrão, novas fronteiras foram derrubadas por intermédio da tecnologia: "o transistor permitiu a sintonização do homem com seus irmãos distantes, sem quaisquer barreiras" (BELTRÃO, 1968, p.113 apud GOMES, 2014, p.54). O semiólogo Roland Barthes, em seu ensaio "A escrita do acontecimento", observou o protagonismo alçado ao rádio nos movimentos de maio de 1968, em Paris, devido à nova tecnologia aplicada ao meio: "o transistor tornou-se apêndice corporal, a prótese auditiva, o novo órgão de ficção científica de certos manifestantes; pela repercussão imediata do ato, ela inflectia, modificava o acontecimento" (BARTHES, 2008, p.214).

Se na fase do "Rádio Pioneiro" a leitura direta de jornais impressos no ar era a característica embrionária do radiojornalismo e a dependência das informações das agências de notícias dominaram o período da "Era de Ouro", a reportagem radiofônica passou a ser o fator diferencial do jornalismo

radiofônico no período “Pós-televisão”, com apuração e produção própria das informações.

De acordo com Mauro de Felice (1981, p.69), nesta fase, linhas de telefonia exclusivas e microfones eram instalados antecipadamente em locais de eventos pautados para cobertura das emissoras: “operadores e radorrepórteres saíam juntos para as tarefas, e a primeira providência era a instalação de microfones nos locais onde se realizariam as solenidades”. A evolução na disponibilização de linhas telefônicas, devido a melhorias nas telecomunicações brasileiras e à transmissão via micro-ondas em meados da década de 60, também garantiram um impulso do “ao vivo” nas reportagens.

Em 1955, no início da era do transistor, o número de aparelhos receptores de rádio no Brasil ainda era limitado. Segundo Klöckner (2008, p.25), nessa época eram “477 emissoras de rádio e o total de aparelhos receptores atingia quase um milhão”. Na equação entre aparelhos transmissores móveis e menores - como gravadores portáteis e estações móveis nos automóveis - e a miniaturização dos aparelhos receptores, surge também a preocupação com o conteúdo e a linguagem adotada no jornalismo a partir de então: “as sonoras das reportagens tornaram-se menores para que a mensagem não provocasse dispersão da audiência. O trabalho do repórter e a naturalidade das histórias se esvaíram, impostos pela “nova ordem” de modificação da linguagem” (FERRAZ, 2016, p.70). Sem a possibilidade de redação prévia de textos a partir da coleta de informações nas ruas, o tom coloquial de repórteres e apresentadores começa a desenhar o estilo de comunicação jornalística que reinaria nas décadas seguintes, com cada vez mais ênfase no “ao vivo” e no improviso.

Para Ferraz (2016), as novas possibilidades técnicas causaram uma profunda modificação no conteúdo radiojornalístico: “a informação no rádio, sendo feita ao vivo, passou a exigir dos jornalistas que iam ao ar o improviso no lugar de textos escritos, tanto dos que estavam no estúdio, quanto dos que

estavam na rua” (FERRAZ, 2016, p.72). Conforme Gomes (2014), as unidades móveis de transmissão instaladas nos carros das emissoras colocaram o jornalista no ambiente de pauta, podendo finalmente relatar ao vivo os acontecimentos em tempo real. Porém, com mensagens curtas, já que os equipamentos eram alimentados pela bateria do automóvel.

Marco importante na realização de reportagens externas radiofônicas foi o início dos “Comandos Continental”, na Rádio Continental do Rio de Janeiro, no começo da década de 1950, priorizando o jornalismo direto nas ruas. “Era realmente uma maneira de priorizar a rua e a transmissão externa em detrimento da produção de notícias, que geralmente é feita de dentro da emissora” (BESPALHOK, 2006, p.69). O *slogan* da Continental era “A que está em todas”, fazendo justamente referência à transmissão das notícias diretamente dos locais do acontecimento. A cobertura jornalística dos “Comandos Continental” nas ruas do Rio de Janeiro, também inaugurando o uso de carros como unidades móveis específicas para externas, igualmente fornecia informações para a redação dos noticiários que ainda mantinham a fórmula “Esso” de transmissão de notícias (ZUCULOTO, 2012, p. 109-110).

Segundo Bespalhok (2006), a emissora usava, na época, dois microfones sem fio chamados de BTP em suas externas e trabalhava diariamente com dois carros volantes. Um deles cobria pautas previamente agendadas e o outro percorria a cidade em busca do inusitado e do inesperado, especialmente assuntos como assaltos, incêndios, enchentes ou desabamentos (BESPALHOK, 2006, p.71-72). Os microfones BTP<sup>5</sup>, utilizados pela Continental nas décadas de 1950 e 1960, gradualmente foram

---

<sup>5</sup> O BTP era um microfone portátil com aproximadamente 40 centímetros de altura, com duas alças de ferro, movido à bateria e operando como um pequeno transmissor. Necessitava que um operador de áudio à distância sintonizasse o som do microfone para fazer as transmissões externas (GOMES apud BESPALHOK, 2006, p.190).

substituídos, nos anos de 1970 a 1990, por transmissores menores do tipo HT (Hand talk). Isto ocorreu na maioria das emissoras de rádio do país.

## **A era do celular e o novo impulso à reportagem de rádio**

No período entre 1960 e 1990, as emissoras continuaram a utilizar diferentes modelos de microfones sem fio e linhas telefônicas fixas para transmitir reportagens externas. No caso das linhas telefônicas, as mesmas eram instaladas com antecedência nos locais programados, não se configurando, portanto, em coberturas jornalísticas de fatos imprevistos pelas equipes de jornalismo.

Já as Unidades Móveis instaladas nos carros das estações, garantiam uma cobertura mais factual, pela possibilidade de aproximação física com o local do acontecimento. Essas unidades eram “sistemas de rádiotransmissores de médio alcance que serviam como canal de comunicação direta entre a redação e o jornalista” (ZUCHI, 2004, apud LOPEZ, 2009, p.473).

O telefone fixo também teve um papel essencial nas reportagens radiofônicas, mas com uma validade parcial, já que não acompanhava a movimentação do fato e “exigia que o jornalista, muitas vezes, se ausentasse do palco da ação para realizar a transmissão e, com isso, perdesse informações” (LOPEZ, 2009, p.473). Muitos repórteres chegavam a utilizar telefones privados e telefones públicos (orelhões) para a transmissão o mais próximo possível de um acontecimento.

Com a chegada dos telefones celulares no Brasil em 1990, a reportagem externa no rádio finalmente ficaria livre de fios, baterias de automóveis e de uma limitação mais rígida no tempo de transmissão imposto pelos aparelhos das gerações anteriores. A primeira ligação oficial de um protótipo de telefone celular no planeta foi realizada em 1973, em Nova York, pelo engenheiro Martin Cooper, da Motorola. Mas, no Brasil, a novidade só começou a ser utilizada a partir de dezembro de 1990, no Rio de Janeiro, com a chegada do

primeiro modelo de celular no país, o Motorola PT 550, com 22 centímetros e pesando 348 gramas (FOLHA DE SÃO PAULO, 2017).

Com o advento da telefonia móvel através do aparelho celular, “os repórteres poderiam ser localizados a qualquer momento, para que fossem mobilizados para uma cobertura factual, com fronteiras de transmissão mais tênues do que as anteriores, com as unidades móveis” (LOPEZ, 2009, p.7). Conforme Meditsch (2007), o radiojornalismo ao vivo, como fator dominante nas programações informativas, só foi possível com o avanço paralelo nas telecomunicações.

A telefonia móvel celular e a telefonia direta por satélite romperam os últimos obstáculos à mobilidade na produção, dispensaram a necessidade de instalação de sistemas próprios de radiocomunicação com os repórteres, nas emissoras, e aumentaram a autonomia dos jornalistas em relação aos controles governamentais, exercidos através das redes físicas (MEDITSCH, 2007, p.116).

Com a popularização dos celulares nos primeiros anos da década de 1990, não só repórteres ampliaram sua capacidade de transmitir informações em tempo real, direto do local dos acontecimentos, como também ouvintes passaram a gerar pauta e conteúdo para a reportagem e equipes de jornalismo. Marcelo Parada (2000) recorda que o telefone celular, em sua fase inicial, transformou a reportagem radiofônica e também a participação da audiência, no papel do chamado “ouvinte-repórter”. A cobertura do trânsito e outras ocorrências externas tiveram grande modificação, sendo possível “informar tudo em tempo real, antes mesmo que a polícia” (PARADA, 2000, p.116). O advento do celular também produziu nova dinâmica de relação com fatos e fontes, na percepção de Gomes:

O relacionamento com as fontes também foi beneficiado com a novidade. Estas passaram a ser localizadas e ouvidas em qualquer lugar e mesmo em deslocamento. Para o repórter que sai para uma externa, a checagem da pauta pode ser realizada já durante o percurso para o local do acontecimento, ouvindo pessoas e recebendo dicas da produção por meio dos recursos da telefonia móvel. (GOMES, 2014, p.82)

Ao longo da década de 1990, o uso dos telefones celulares pelas emissoras de rádio foi de aplicação predominantemente sonora, já que a tecnologia ainda dava os passos iniciais para a transmissão de textos, via SMS<sup>6</sup> e internet. Naquela fase, outros equipamentos com tecnologia digital já alteravam determinadamente a rotina de produção e edição de reportagens e conteúdos radiofônicos:

Em termos de equipamentos digitais para produção, gravação e arquivamento, os programas radiofônicos, em poucos anos, passaram rapidamente por diferentes tecnologias digitais de registro: *Mini disc* (MD), *Digital Audio Tape* (DAT), *Digital Compact Cassete* (DCC). O uso desses equipamentos digitais permitiu, principalmente, reprodução infinita sem perda de qualidade, sem degeneração de cópia; fácil manejo; grande capacidade e facilidade de armazenamento; busca rápida e facilitada do segmento desejado; e edição não linear (ZUCULOTO, 2012, p.154).

A partir do novo milênio, porém, o avanço da tecnologia das telecomunicações, através do telefone celular, alça o rádio do mundo sonoro para o mundo audiovisual e multimídia. Isto ocorreu quando celulares, convertidos contemporaneamente em *smartphones*, passam a fotografar, filmar, gravar áudio e, principalmente, navegar livremente pela internet com as tecnologias 3G, 4G e “Wi-fi”.

O primeiro aparelho com características de *smartphone* foi lançado mundialmente em 1994<sup>7</sup> (BBC NEWS BRASIL, 2014), mas o marco tecnológico acabou sendo o ano de 2007, com o primeiro Iphone pela Apple (GAMBARO, 2019), consolidando acesso à internet (em 2G), mídias sociais e aplicativos diversos. A conectividade 3G e a loja de aplicativos vieram a partir do segundo modelo do Iphone, em 2008. O mesmo ano em que a Google lançou seu

---

<sup>6</sup> As primeiras mensagens de SMS (Short Messaging Service) por celular no mundo foram enviadas em 3 de dezembro de 1992, pelo engenheiro Neil Papworth no Reino Unido. Fonte: <https://olhardigital.com.br/noticia/primeira-mensagem-sms-completa-25-anos/72733>

<sup>7</sup> Em 16 de agosto de 1994 a IBM iniciou as vendas do Simon, uma combinação inédita até então de telefone celular com tecnologias de computação. Fonte: [https://www.bbc.com/portuguese/noticias/2014/08/140815\\_smartphone\\_vinte\\_anos\\_rb](https://www.bbc.com/portuguese/noticias/2014/08/140815_smartphone_vinte_anos_rb). Acesso em 02 de fev. 2020.

sistema operacional Android e sua loja de aplicativos (UOL, 2017), que chegam no Brasil somente em 2009 (ÉPOCA NEGÓCIOS, 2009).

A independência na transmissão sonora conquistada pelo repórter com o transistor nos anos de 1950 e potencializada com os primeiros celulares na década de 1990, passa a agregar a possibilidade de captação, produção, edição e circulação diretamente das ruas, como reforça Gomes:

O incremento crescente dos aparelhos celulares possibilita a gravação e o envio de sonoras, com o uso de internet sem fio, potencializando a agilidade característica do meio. Com um notebook, gravador digital e acesso à web, a produção de rádio pode ser feita integralmente fora da emissora; é o radiojornalismo produzido em ambiente móvel. (GOMES, 2014, p.90-94)

Para Gambaro (2019, p.258), as funções do repórter foram mais uma vez alteradas com a chegada do *smartphone*. Além de ser o primeiro a dar a notícia ao vivo na programação, também passa a cumprir tarefas durante as externas com fotos, vídeos e texto a partir do aparelho.

No aspecto da emissão da reportagem em áudio, os *smartphones* trouxeram ainda mais algumas ferramentas úteis à produção e à circulação do conteúdo. Uma delas foi o gravador digital acoplado aos aparelhos, diminuindo a quantidade de equipamentos nas saídas do repórter à rua. A outra modificação foi o uso de aplicativos de mensagens instantâneas como o *WhatsApp*, ferramenta incorporada pelas emissoras de rádio no Brasil desde 2013 (KISCHINHEVSKY, 2016) e hoje utilizada tanto para envio de áudio das ruas para a emissora, como para recebimento de mensagens sonoras da audiência, oferecendo uma nova configuração do papel de "ouvinte-repórter" incorporado às programações nos anos 1990.

Ocorre, neste novo cenário tecnológico, mais uma vez a reconfiguração de linguagens e de organização de pauta e produção na reportagem radiofônica. Consolida-se o improviso, sem uma completa elaboração/redação prévia, por parte dos repórteres, antes das entradas ao vivo na programação. Assim, mais e mais se aproximam da linguagem coloquial, da conversa com a audiência, defendida como a mais adequada à mensagem radiofônica. Esta

(re)aproximação com o público vem a estabelecer um novo padrão de conversa e interação, tanto com o ouvinte passivo quanto com o partícipe.

## Considerações Finais

Ao se (re)visitar principais percursos e balizas técnicas e tecnológicas que vêm permitindo ao radiojornalismo desenvolver um de seus fazeres basilares, a reportagem, mais uma vez é possível confirmar o quanto estas inovações estão histórica, indissociável e determinadamente imbricadas com a trajetória do jornalismo de rádio. Também dos usos que este faz das potenciais características do meio, sobretudo da mobilidade, imediatismo, instantaneidade e ubiquidade. Características que se transformam, mas permanecem, algumas inclusive mais radicalizadas, mesmo na contemporaneidade, quando o rádio da era virtual se expande para além das antenas. Transbordando para internet, onde se executa não apenas nos sites das emissoras hertzianas e nas exclusivas webrádios, também transmitindo via redes sociais, novos suportes e plataformas.

Para se compreender este contexto contemporâneo, em que o rádio se reinventa, ocupando e resistindo, agora também no ambiente de convergência multimídia e de multiplataformas de produção, veiculação e transmissão, é importante revisar o passado, tanto o mais distante quanto o mais recente. Pode-se encontrar novas pistas e vestígios, fazer novas leituras para observação da atualidade.

Optamos, aqui, por (re)visitar a trajetória do rádio e de suas tecnologias com recorte naquelas que se evidenciaram mais determinantes, não somente para o meio, mas, em especial, para a reportagem radiofônica externa. Isto para constituir bases à pesquisa maior sobre a sua reconfiguração contemporânea. Embora nosso recorte temporal tenha se concentrado entre a década de 1950 e os dias atuais (do transistor ao celular e ao *smartphone*), a recuperação de aspectos históricos da fase pré-transistor, com a introdução

do radiojornalismo no Brasil, e o período de desdobramentos do uso do celular, chegando até a contemporaneidade, tornaram-se essenciais para a compreensão dessa linha histórica.

Na presente (re)constituição, justamente quando o rádio no Brasil passa por seu centenário, considerando-se a entrada no ar da Rádio Clube de Pernambuco, em 1919, corroboramos entendimentos, acentuados em nossas pesquisas sobre suas transformações históricas, de que o meio é um dos mais adequados à transmissão do jornalismo. Assim, em especial, por suas características de mobilidade, imediatismo, instantaneidade e ubiquidade, potencializadas pelas tecnologias ao longo de seu percurso.

E como foi possível observar ao se proceder esta revisão histórica, ao aumentar suas capacidades para ser um dos meios mais ágeis tanto na captação, produção como na transmissão das informações, impacta sobretudo a prática da reportagem. Potencial que vem aumentando, principalmente em decorrência da evolução das suas tecnologias, e que no decorrer de sua história não tem sido totalmente explorado e utilizado. Nas reportagens é onde mais praticamos – ou podemos praticar - o uso de características e recursos do rádio e sua linguagem específica.

Como diz Marialva Barbosa em entrevista à Revista Uninter de Comunicação (HECK *et al*, 2019), “[...] tem um passado que deve ser compreendido [...] Não há presente absoluto, esse está inserido em uma linha temporal que vem do passado até agora, e esses processos se complexificam ao longo desse tempo.” Conhecer e compreender a trajetória de constituição do radiojornalismo, com ênfase na sua fundamental prática que é a reportagem, torna-se, portanto, essencial para o entendimento do seu cenário contemporâneo e do atual fazer radiojornalístico.

## Referências

BARBOSA, Marialva. (org.). **Os manuscritos do Brasil** – Uma rede de textos no longo século XIX. Niterói-RJ: Editora da Universidade Federal

Fluminense – EDUFF, 2017.

BARTHES, Roland. A Escrita do acontecimento. In: MEDITSCH, Eduardo; ZUCULOTO, Valci. (org.). **Teorias do rádio**: textos e contextos.

Florianópolis: Insular, vol. II, 2008, p. 213-218.

BELTRÃO, Luiz. **Jornalismo interpretativo**: filosofia e técnica. Porto Alegre: Sulina, 1976.

BESPALHOK, Flávia Lucia Bazan. Reportagem Externa Radiofônica: A Experiência da Emissora Continental na Construção da História do Radiojornalismo Brasileiro. In.: Congresso Brasileiro da Comunicação, 28, 2005, Rio de Janeiro. **Anais[...]** São Paulo: INTERCOM, 2005. Disponível em: <<http://www.intercom.org.br/papers/nacionais/2005/resumos/R1337-1.pdf>> Acesso em: mai., 2019.

BESPALHOK, Flávia Lucia Bazan. **A prática da reportagem radiofônica na Emissora Continental do Rio de Janeiro**. Dissertação (mestrado) - Universidade Estadual Paulista, Faculdade de Arquitetura, Artes e Comunicação. Bauru, SP. 2006. p. 340. Disponível em: <<http://hdl.handle.net/11449/89453>>. Acesso em jun., 2019.

FELICE, Mauro de. **Jornalismo de Rádio**. Brasília: Thesaurus Editora, 1981.

FERRAZ, Nivaldo. **Reportagem no rádio**: realidade brasileira, fundamentação, possibilidades sonoras e jornalísticas a partir da peça radiofônica reportagem Tese (Doutorado) Escola de Comunicação e Artes, Universidade de São Paulo. São Paulo, SP. 2016. p. 396. Disponível em: <<http://www.teses.usp.br/teses/disponiveis/27/27161/tde-25072017-150144/pt-br.php>>. Acesso em: jun., 2019.

Do 'isto fala' ao 'zap zap'. **Folha de São Paulo**. São Paulo, ano 97, n. 32.404, p. 8, 21 dezembro 2017. Disponível em:

<<https://acervo.folha.com.br/leitor.do?numero=48108&anchor=6074416&origem=busca&pd=41aaea39871317aefb3c5f19b572604c>>. Acesso em: jun., 2019.

GAMBARO, Daniel. **A instituição social do rádio**: (re)agregando as práticas discursivas da indústria no ecossistema midiático. 2019. Tese. (Doutorado) – Programa em Pós-graduação em Meios e Processos Audiovisuais, Escola de Comunicação e Artes, Universidade de São Paulo, São Paulo, 2019.

GOMES, Juliana. **Impactos da mobilidade do rádio na produção do radiojornalismo**: um estudo dos programas Gaúcha Repórter e Notícia na Tarde. Dissertação (Mestrado) - Universidade Federal de Santa Catarina,

Centro de Comunicação e Expressão, Programa de Pós-Graduação em Jornalismo, Florianópolis, 2014. p. 185 Disponível em:

<http://www.bu.ufsc.br/teses/PJOR0065-D.pdf>. Acesso em: jun., 2019.

Há 10 anos, lançamento do primeiro iPhone iniciava revolução no mundo.

**UOL**. São Paulo, 09 jan. 2017. Disponível em:

<<https://www.uol.com.br/tilt/noticias/redacao/2017/01/09/ha-10-anos-lancamento-do-primeiro-iphone-iniciava-revolucao-no-mundo.htm>>. Acesso em: 01 fev. 2020.

HECK, Ana Paula et al. **Mirar o presente olhando o passado: o risco do foco presentista nos estudos de comunicação permeados pela mídia.**

Entrevista com Marialva Barbosa. Revista Uninter de Comunicação. Curitiba, v. 7, n.12, p. 129-131, jun. 2019.

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

KLÖCKNER, Luciano. **O Repórter Esso: a síntese radiofônica mundial que fez história.** Porto Alegre: EDIPUCRS, 2008.

LOPEZ, Débora Cristina. Marcos tecnológicos do radiojornalismo no Brasil: uma revisão histórica. In: KLÖCKNER, Luciano; PRATA, Nair (org.). **A**

**história da mídia sonora: experiências, memórias e afetos de norte a sul do Brasil.** Porto Alegre: Edipucrs, 2009.

MAUAD, Ana Maria; ALMEIDA, Juliane Rabelo de; SANTHIAGO, Ricardo (org.). **História Pública no Brasil – sentidos e itinerários.** São Paulo: Letra e Voz, 2016.

MAUAD, Ana Maria; SANTHIAGO, Ricardo; BORGES, Viviane Trindade (org.). **Que história pública queremos?** São Paulo: Letra e Voz, 2018.

MEDITSCH, Eduardo. **O rádio na era da informação: teoria e técnica do novo radiojornalismo.** 2ª ed. rev. Florianópolis: Insular; Ed. UFSC, 2007.

MOREIRA, Sônia Virgínia. Rádio@Internet. In: BIANCO, Nélia R. Del Bianco; MOREIRA, Sônia Virgínia (org.). **Rádio no Brasil: Tendências e Perspectivas.** Rio de Janeiro: EdUERJ; Brasília, DF: UnB, 1999.

MOSER, Magali. **Apontamentos sobre a invenção da reportagem.** In.: Congresso Brasileiro da Comunicação, 41, 2018. Joinville, SC. **Anais[...]** São Paulo: INTERCOM, 2018. Disponível em:

<http://portalintercom.org.br/anais/nacional2018/resumos/R13-0449-1.pdf>

Acesso em: jun., 2019.

NEUBERGER, Rachel Severo Alves. **O Rádio na Era da Convergência das Mídias.** Cruz das Almas/BA: UFRB, 2012. Disponível em:

<<https://blog.ufba.br/portaldoradio/files/2012/10/O-r%C3%A1dio-na-era-da-converg%C3%A2ncia1.pdf>>. Acesso em: jun., 2019.

ORTRIWANO, Gisela Swetlana. **Os (des) caminhos do radiojornalismo**. Tese (Doutorado em Ciências da Comunicação) – Universidade de São Paulo, Escola de Comunicação e Artes, São Paulo. São Paulo, SP. 1990.

ORTRIWANO, Gisela Swetlana. Radiojornalismo no Brasil: fragmentos de uma história. In.: **REVISTA USP**, São Paulo, n.56, p. 66-85, dez/fev 2002-2003. Disponível em:

<http://www.revistas.usp.br/revusp/article/download/33808/36546/>. Acesso em: jun., 2019.

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

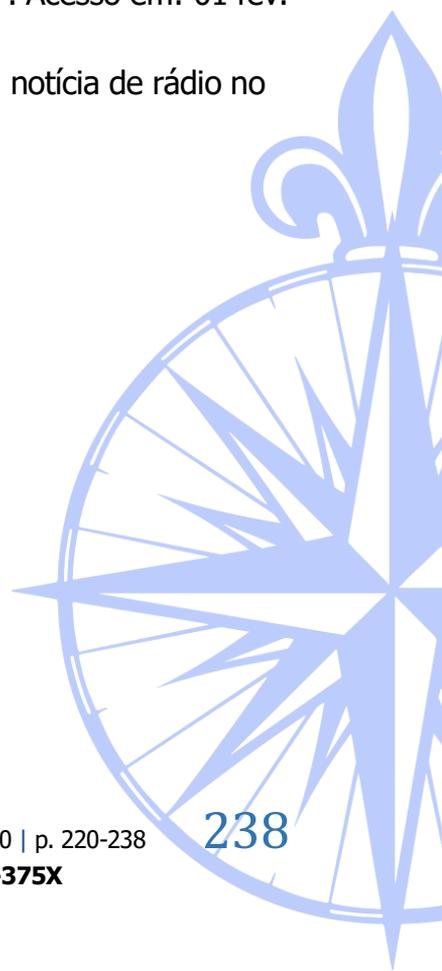
Primeiro smartphone completa 20 anos. **BBC News Brasil**. São Paulo, 16 ago. 2014. Disponível em:

<[https://www.bbc.com/portuguese/noticias/2014/08/140815\\_smartphone\\_vinte\\_anos\\_rb](https://www.bbc.com/portuguese/noticias/2014/08/140815_smartphone_vinte_anos_rb)>. Acesso em: 01 fev. 2020.

Primeiros celulares com Android chegam ao Brasil. **Época Negócios**. São Paulo, 17 set. 2009. Disponível em:

<<http://colunas.revistaepocanegocios.globo.com/tecneira/2009/09/17/primeiros-celulares-com-android-chega-ao-brasil-em-outubro/>>. Acesso em: 01 fev. 2020.

ZUCULOTO, Valci Regina Mousquer. **No ar: a história da notícia de rádio no Brasil**. Florianópolis: Insular, 2012.



# O HIPER-RÁDIO COMO AGENTE MEDIATIZADOR: um estudo da final da CONMEBOL 2019

## THE HYPER-RADIO AS A MEDIATIZING AGENT: a study of the CONMEBOL 2019 final

Valquíria Passos KNEIPP<sup>1</sup>

Luciana Mendes FONSECA<sup>2</sup>

Universidade Federal do Rio Grande do Norte | Brasil

### Resumo

O artigo teve como objetivo refletir sobre a mudança nas práticas sociais de produção do rádio a partir da mediação (HJARVARD, 2014, 2012). A pesquisa aborda o fenômeno do hiper-rádio como uma conexão das discussões sociais. Foram utilizados os conceitos de hipertelevisão de Scolari (2008), as estratégias de transmediação propostas por Fechine et al (2013), bem como a TV social (FECHINE, 2016), compreendendo um novo rádio. Como estudo de caso da cobertura da final da CONMEBOL Copa América no dia 07 de julho de 2019 pela Rádio Globo Rio. Foi possível identificar o rádio trazendo sistemas cada vez mais integrados, instigando a interação com o público com uma linguagem hipertextual.

### Palavras-chave

Hiper-rádio; Mediação; Copa América; TV Social/Rádio Social.

### Abstract

The article aimed to reflect on the change in social practices of radio production from mediatization (HJARVARD, 2014, 2012). The research addresses the phenomenon of hyper-radio as a link in social discussions. The concepts of hypertelevision by Scolari (2008), the transmission strategies proposed by Fechine et al (2013), as well as social TV (FECHINE, 2016), including radio, were used. As a case study of the coverage of the CONMEBOL Copa América final on July 7, 2019 by Rádio Globo Rio. It was possible to identify the radio bringing more and more integrated systems, instigating interaction with the public with a hypertextual language.

### Keywords

Hyper-radio; Mediatization; America Cup; Social TV/Social Radio.

RECEBIDO EM 04 DE FEVEREIRO DE 2020  
ACEITO EM 14 DE MAIO DE 2020

<sup>1</sup> JORNALISTA. Professora do PPG em Estudos da Mídia pela Universidade Federal do Rio Grande do Norte (UFRN), doutora em Comunicação pela USP. Contato: valquiriakneipp@yahoo.com.br.

<sup>2</sup> Mestranda do PPG em Estudos da Mídia pela Universidade Federal do Rio Grande do Norte (UFRN), Graduação em Radialismo pela UFRN. Contato: lmendes042@gmail.com.

## Uma nova perspectiva do rádio no cenário midiaticado

Com a mudança na forma de transmissão de conteúdos a partir da utilização de multiplataformas, o rádio mostra-se cada vez mais um agente midiaticador. Assim, no contexto da midiaticação, proposto por Hjarvard (2014), a utilização de uma linguagem hipermidiática, como aborda Scolari (2008), permite a mudança de práticas sociais de consumo no rádio, no caso específico desta pesquisa na cobertura esportiva de grandes eventos mundiais.

O artigo busca identificar o novo jeito de se consumir rádio a partir da midiaticação trazendo como recorte uma cobertura esportiva. A metodologia da pesquisa se baseia no estudo de caso pela análise da cobertura da final da CONMEBOL Copa América 2019 pela Rádio Globo, que aconteceu no dia 7 de julho de 2019. Os procedimentos incluem a observação das redes sociais digitais da emissora (Twitter, Instagram e site) e atuação/produção dos profissionais responsáveis pela cobertura. Além disso, apresenta o estado da arte baseado na revisão integrativa da literatura de Mendes, Silveira e Galvão (2008) dos estudos relacionados à rádio, convergência e esporte nos últimos dez anos.

De acordo com Yin (2005), o estudo de caso é indicado para investigar um fenômeno contemporâneo dentro de seu contexto da vida real, tratando as diferentes variáveis de interesse em uma situação tecnicamente única. Utilizamos esse método pela busca da identificação de quais estratégias de transmidiação foram utilizadas na cobertura de um evento esportivo a partir de um recorte em uma rádio.

A rádio selecionada foi a Rádio Globo, localizada no Rio de Janeiro. A justificativa para a escolha dessa emissora deveu-se ao fato de ter que a junção das transmissões de futebol da Rádio Globo foi líder de audiência em São Paulo

e vice-líder no Rio de Janeiro (as principais praças do país) em 2016<sup>3</sup>. Dessa maneira, foi identificada a utilização das nove estratégias de transmediação propostas por Fechine et al (2013) na cobertura dos Jogos Olímpicos em 2016.

Será apresentada uma reflexão conceitual de mediação de Hjarvard (2014) no contexto do rádio, aliado a ideia de hiper-rádio, adaptado da hipertelevisão de Scolari (2008). Inclui as pesquisas de transmediação de Fechine et al (2013), Fechine (2016) e aplicação no rádio com Kischinhevsky (2012).

## **O rádio na era das transmediações**

O processo de convergência nas mídias possibilita mudanças sociais na medida em que comunidades se constituem a partir de interesses, assim, Medola e Silva (2015) inferem:

Essa formação de comunidades ou “tribos” tem raízes em fenômenos da pós modernidade, momento em que, com o advento das mídias de massa e das novas tecnologias digitais da informação, a percepção de tempo e espaço é modificada (MEDOLA e SILVA, 2015, p. 154).

Destarte, a ideia de espaço e grupos pode ser alterada, uma vez que a mídia influencia a cultura e a sociedade. Assim, esse processo que é chamado de mediação ocorre de diferentes formas e interesses, como aponta Hjarvard (2014):

Hoje, experimentamos uma mediação intensificada da cultura e da sociedade que não está limitada ao domínio da formação da opinião pública, mas que atravessa quase toda instituição social e cultural, como a família, o trabalho, a política e a religião (HJARVARD, 2014, p. 23).

Nesse sentido, a pesquisa tem relevância para a comunidade acadêmica, uma vez que incorpora o conceito de convergência <sup>4</sup>com o engajamento para além do rádio. Além disso, concilia as estratégias de

<sup>3</sup> Dados completos disponível em: <<https://propmark.com.br/midia/selecao-radio-globo-cbn-e-lider-em-audiencia-do-futebol-na-radio/>>. Acesso em: 20 dez. 2019

<sup>4</sup> Fluxo de conteúdos através de múltiplas plataformas de mídia, à cooperação entre múltiplos mercados midiáticos e ao comportamento migratório dos públicos dos meios de comunicação, que vão a quase qualquer parte em busca das experiências de entretenimento que desejam (JENKINS, 2009, p. 29).

Valquíria Passos **KNEIPP** · Luciana Mendes **FONSECA**

transmídiação utilizadas na cobertura de um megaevento esportivo, proporcionando mudanças no que concerne à práticas sociais de produção de rádio. O estudo da Rádio Globo sucedeu por identificar a utilização de estratégias de transmídiação e que atua também como um agente midiaticizador institucional.

Hjarvard (2014) explica que a midiaticização na perspectiva institucional considera três dimensões. A primeira trata dos padrões de interação com o público, que se adequa ao objeto deste estudo, pois um dos aspectos fundamentais desta cobertura radiofônica é o elo entre a comunicação entre o rádio e o público que também é produtor:

1. [...] a midiaticização preocupa-se com os padrões em transformação de interações sociais e relações entre os vários atores sociais, incluindo os indivíduos e as organizações. Desta perspectiva, a midiaticização envolve a institucionalização de novos padrões de interações e relações sociais entre os atores, incluindo a institucionalização de novos padrões de comunicação mediada (HJARVARD, 2014, p. 24).

Seguindo nesta lógica, se a midiaticização possibilita novas formas de interação, as discussões sociais também podem ser alteradas, como infere a segunda dimensão institucional de Hjarvard (2014):

2. A perspectiva institucional situa a análise no nível meso de questões sociais e culturais. [...] Os resultados da midiaticização podem variar consideravelmente, dependendo do contexto histórico e geográfico do campo em questão, e a perspectiva institucional serve como quadro analítico flexível para considerar o nível apropriado de generalização dos resultados em cada caso específico (HJARVARD, 2014, p. 25).

Este nível meso a que se refere Hjarvard (2014), dialoga com o objeto empírico como sendo as observações das questões específicas da cobertura radiofônica, que variam entre os assuntos abordados.

Para Hjarvard (2014), a midiaticização permite que uma nova condição social que compele definição e prática de ações culturais surja, interligando outros setores, como implica a terceira dimensão institucional:

3. A midiaticização é um processo recíproco entre a mídia e outros domínios ou campos sociais. A midiaticização não concerne à colonização definitiva pela mídia de outros campos, mas diz

respeito, ao invés disso, à crescente interdependência da interação entre mídia, cultura e sociedade (HJARVARD, 2014, p. 25).

Essa reciprocidade que Hjarvard (2014) elucida pode ser identificada ao rádio, já que a interação que busca com o público se interliga, beneficiando-os simultaneamente: o público pode ser produtor de conteúdos; e o rádio ganha audiência e ao mesmo tempo retroalimenta os conteúdos que podem ser gerados pelo público.

Hjarvard (2014) conclui que, por ocorrer em todas as instâncias, a midiatização também influencia os espaços de interação e fóruns de comunicações virtuais compartilhados, dessa forma a midiatização não acontece necessariamente em um determinado lugar, tendo como parte essencial a globalização.

Em relação à essas interações no rádio, é importante compreender o seu conceito: “A interação social consiste em comunicação e ação. A mídia, evidentemente, são meios para a comunicação, ou seja, um intercâmbio de significado entre duas ou mais partes (HJARVARD, 2012, p. 75).” A interação sempre foi uma característica inerente ao rádio, assim, há o questionamento se agora ela foi potencializada. Dessa forma, Hjarvard (2012) explica como são orientadas:

Como os meios de comunicação – e em particular, os digitais – tornaram-se integrados às rotinas de outras instituições, os usuários também se tornaram produtores de conteúdo. O principal serviço das novas mídias é produzir relações sociais entre as pessoas, e os usuários são cada vez mais estimulados a gerar o conteúdo por si próprios. Dessa forma, os meios de comunicação contemporâneos são orientados por uma lógica de duas faces: profissionalismo e o conteúdo gerado por usuários (HJARVARD, 2012, p. 74).

Deste modo, essa relação entre usuários que produzem conteúdo ao mesmo tempo que consomem muitas vezes é feita virtualmente, especialmente com o uso das redes sociais digitais, o que integra o processo de convergência de conteúdos<sup>5</sup> proposto por Jenkins (2009). Além das redes

---

<sup>5</sup> Vista como um fluxo de conteúdos que utiliza múltiplas plataformas de mídia, possibilitando a colaboração entre diversos mercados midiáticos.

Valquíria Passos **KNEIPP** · Luciana Mendes **FONSECA**

sociais digitais, ainda nessa lógica de midiatização, as ferramentas para essa interação podem ter diversas plataformas, especialmente nos dispositivos móveis que: “realizam-se diferentes ações, como pesquisa, interação, socialização (MEDOLA; SILVA, 2015, p. 146).”<sup>6</sup>

O uso dessas plataformas traz especificidades e consequências, como aponta Scolari (2008):

O sistema de mídia e suas interfaces formam uma rede sociotécnica muito semelhante a um hipertexto. Em determinados momentos, alguns nós dessa rede são ativados e começam a interagir com os outros, dando origem a novas configurações. O surgimento de novas espécies (nós) também modifica a ecologia do todo, seja causando a adaptação de alguns elementos ou o surgimento de híbridos que combinam o antigo com o novo (SCOLARI, 2008, p. 4).<sup>7</sup>

Portanto, o uso de instrumentos como o hipertexto contribui para que a midiatização aconteça e que busque a interação com o público. Ainda sobre isso, Scolari defende:

Essa experiência de fruição hipertextual construiu um tipo de leitor acostumado à interatividade e redes, um usuário especialista em textualidades fragmentadas com grande capacidade de adaptação a novos ambientes de interação. A mídia teve que se adaptar a esses novos espectadores (SCOLARI, 2008, p. 5).<sup>8</sup>

Concomitantemente a isso, Scolari (2008) aponta que essa busca pela interação cria a chamada hipertelevisão. Propõe-se uma adaptação para o rádio, que pode ser identificado como hiper-rádio. Nesse sentido, o hiper-rádio pode se constituir no meio radiofônico apropriando-se da linguagem hipertextual, utilização de multiplataformas por meio da narrativa transmídia para atingir o público que é navegador e produtor de conteúdos.

---

<sup>6</sup> Aqui Medola e Silva (2015) se referem ao processo de utilização de mais de uma plataforma, denominado de “segunda tela” à televisão. Neste trabalho, adaptamos esses conceitos ao rádio.

<sup>7</sup> “El sistema de los medios y sus interfaces conforma una red sociotécnica muy parecida a un hipertexto. En determinados momentos algunos nodos de esa red se activan y comienzan a relacionarse con otros dando lugar a nuevas configuraciones. La aparición de nuevas especies (nodos), además, modifica la ecología del conjunto, ya sea causando la adaptación de algunos elementos o la aparición de híbridos que combinan lo viejo con lo nuevo”. Tradução nossa.

<sup>8</sup> “Esta experiencia de frucción hipertextual ha construido un tipo de lector acostumbrado a la interactividad y las redes, un usuario experto en textualidades fragmentadas con gran capacidad de adaptación a nuevos entornos de interacción. Los medios de comunicación han debido adaptarse a estos nuevos espectadores”. Tradução nossa.

Para discutir o conceito e as implicações do hiper-rádio, é necessário entender as formas de produção e distribuição dos conteúdos pela transmídiação, que Fachine et al (2013) chamam de estratégias<sup>9</sup>. O quadro 1 a seguir trata dessas estratégias:

**Quadro 1:** Estratégias de transmídiação

CABEÇA	CONTEÚDOS	
PROPAGAÇÃO	Conteúdos reformatados	Antecipação
		Recuperação
		Remixagem
	Conteúdos informativos	Contextuais
	Promocionais	
EXPANSÃO	Conteúdos de extensão textual	Extensões narrativas
		Extensões diegéticas
	Conteúdos de extensão lúdica	Extensões vivenciais
		Extensões de marca

**Fonte:** Fachine *et al* (2013, p. 38).

Fachine et al (2013) dividem essas táticas como propagação e expansão. As de propagação se subdividem em conteúdos reformatados e informativos. Os reformatados trazem à tona os conteúdos que ainda não foram ofertados a partir da antecipação (conteúdos divulgados em outras mídias para despertar interesse dos consumidores sobre a narrativa principal); recuperação (a reorganização e/ou adaptação em outra plataforma dos conteúdos já ofertados); e remixagem (apropriação em outro contexto da narrativa principal). Já os informativos propiciam informações ao consumidor que se relacionam à narrativa principal, tendo por base o contextual (conhecimento adicional sobre o tema da narrativa principal); e os

<sup>9</sup> A autora utiliza essas estratégias baseadas nas definições de Transmedia Storytelling propostas por Jenkins (2003) e, anteriormente citadas por Kinder (1991).

Valquíria Passos **KNEIPP** · Luciana Mendes **FONSECA**

promocionais (produtos oferecidos ao consumidor para gerar um conhecimento a partir da narrativa principal).

Fechine et al (2013) distribuem as estratégias de expansão em conteúdos de extensão textual e de extensão lúdica, que basicamente aborda processos que completam a narrativa além da principal, para que o consumidor vivencie aquela fábula criada. Os conteúdos de extensão textual tratam dos desdobramentos narrativos, utilizando as extensões narrativas (produtos narrativos complementares que se desdobram em outras mídias a partir da narrativa principal); e as extensões diegéticas (conteúdos adicionais ligadas à ficção).

Por outro lado, de acordo com Fechine et al (2013), os conteúdos de extensão lúdica retratam a ludicidade dos produtos transmidiáticos com base nas extensões vivenciais (conteúdos para estimular o consumidor a adentrar diretamente à narrativa principal); e as extensões de marca (conteúdos da narrativa principal que estavam no nível simbólico para o material, ligada à ideia de publicidade).

Destarte, Fechine (2016) aponta uma outra estratégia de propagação, a TV social, aqui proposto como rádio social:

[...] o estímulo à conversação em rede desempenha um papel fundamental e frequentemente está associado a configurações que podemos chamar de TV Social. Entendida como uma comunicação mediada por computador dependente da interatividade, a conversação em rede consiste na troca de mensagens, em torno de determinados tópicos temáticos, entre sujeitos conectados em espaços de interação, instaurados pelas plataformas e tecnologias digitais interativas. (FECHINE, 2016, p. 6)

Desta forma, Fechine (2016) propõe que para que se configure como TV social, aqui adaptada como rádio social, essa conversação é proposta pela emissora, a partir da utilização de hashtags, geralmente durante a transmissão daquele conteúdo principal ou após, gerando interatividade e imediatismo, sendo uma estratégia nova de propagação.

Ainda nesse sentido, Kischinhevsky (2012) propõe a utilização de mídias sociais de base radiofônico como rádio social, sendo a interação com o público, que também produz conteúdo, essencial:

O rádio social se apresenta como espaço de fruição e também como canal de distribuição de conteúdos radiofônicos (musicais e/ou informativos), através da formação de redes de amigos e comunidades virtuais. (KISCHINHEVSKY, 2012, p. 426)

Sendo assim, pode-se propor que o conceito de rádio social de Kischinhevsky (2012) é equivalente à ideia da TV social de Fehine (2016), sendo ainda um fenômeno em andamento não apenas em uma mídia, mas em várias, complementando-as e não as separando, uma característica inerente à transmídiação.

## **Instrumental metodológico**

Como aporte metodológico foi feita a revisão da literatura em três passos, inspirado na revisão integrativa de literatura de Mendes, Silveira e Galvão (2008). Esse tipo de método possibilita a investigação do tema de forma mais profunda e em trabalhos de diversas áreas, uma vez que é importante investigar o que está sendo estudado da área de pesquisa.

O tempo para a revisão foi de 10 anos (2009-2019), uma vez que os estudos sobre transmídiação se intensificaram a partir do lançamento do livro *Cultura da convergência* de Henry Jenkins em 2009. O primeiro passo se deu pela definição da questão central da pesquisa: como seria a nova maneira de se produzir rádio que a midiatização pode proporcionar, trazendo como recorte a transmissão da final da CONMEBOL Copa América 2019 pela Rádio Globo?

No segundo passo foi feita uma busca de artigos e periódicos sobre o objeto, já que a atualização constante de pesquisas pode auxiliar na coleta de dados e no desenvolvimento da pesquisa. A priori quatro plataformas de pesquisa eletrônica foram definidas: portal de periódicos da Capes (Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior), anais da SBPjor (Associação Brasileira de Pesquisadores em Jornalismo), bem como as

Valquíria Passos **KNEIPP** · Luciana Mendes **FONSECA**

revistas Rádio-Leituras e EMJ (Estudos em Jornalismo e Mídia). Para facilitar os campos de busca foram deliberadas cinco combinações das seguintes palavras-chaves: convergência, rádio, transmídia, esporte.

Dessa forma, as combinações foram respectivamente: rádio e transmídia; rádio e esporte; transmídia e esporte; transmídia, esporte; convergência e esporte. Pela Capes foram encontradas 419 publicações, 9 pela revista Rádio-Leituras e 2 pela revista EMJ. No total, foram 430 publicações. Para a seleção dos anais da SBPJor, foi feita uma busca pelo título em cada uma das edições eletrônicas disponíveis entre 2012 e 2018. Apenas em 2017 foi encontrada uma publicação e após a leitura do resumo foi selecionada para a pesquisa.

Para a seleção do material encontrado foi escolhido como o segundo critério a leitura dos títulos dos artigos e periódicos. Foram selecionados nesse critério um total de 24 publicações. No terceiro critério de seleção de materiais foi feita a leitura dos resumos dos trabalhos. Foram selecionados 11 artigos de 17 autores no total, com destaque para Kischinhevsky (2012) que contribuiu de forma direta esta pesquisa.

O terceiro passo foi a avaliação dos materiais selecionados pela categorização, de acordo com os objetivos de cada artigo e se estão na perspectiva de reflexão ou de debate: a primeira com 5 artigos e a segunda com 6. O que mostra que as áreas de estudo sobre radiojornalismo esportivo ligado à transmídia ainda estão em expansão, uma vez que se identificou na revisão integrativa que a partir de 2012 apareceram mais desta temática, com três artigos.

A partir dos resultados desta revisão, foi visto que as pesquisas da área abordam em sua maioria como o público se torna cada vez mais hipermediático e capaz de influenciar na produção dos conteúdos no jornalismo, uma vez que anteriormente a transmídia era frequentemente relacionada ao entretenimento. Além disso, os estudos tem realçado que o radiojornalismo se

torna gradualmente mais convergente, utilizando-se das multiplataformas para abranger mais públicos.

É mister, portanto, realizar mais investigações, uma vez que promoverá um amplo fortalecimento nas opiniões e críticas sobre o tema em questão, bem como na pesquisa em si. Ante o exposto, espera-se que este estudo sirva para subsidiar novas discussões acerca do jornalismo esportivo no rádio em megaeventos aliado ao processo de transmídia e convergência de forma mais prática e abrangente.

Os procedimentos metodológicos incluem um estudo de caso na Rádio Globo, localizada na cidade do Rio de Janeiro, e tem como ponto de observação principal a cobertura da final da Copa América, realizada no Brasil entre os dias 14 de junho e 07 de julho em 2019. Para o estudo empírico de caso, foi realizado o método de observação não participante com os materiais coletados no dia 07 de julho de 2019 em que aconteceu a final do evento a partir das plataformas: site, páginas do Instagram e Twitter da emissora e dos profissionais que participaram da cobertura. Assim, foi possível compreender quais estratégias de transmídiação propostas por Fecine et al (2013) e de que forma foram utilizadas.

Também foi realizado um levantamento da utilização das redes sociais digitais da emissora (site, Instagram, e Twitter) e dos profissionais responsáveis (Renan Moura e Camila Carelli, os locutores Luiz Penido, Francisco Aiello e Edson Mauro, os comentaristas Eraldo Leite e Domingos Elias) pela cobertura do evento para investigar a nível prático a utilização das estratégias de transmídiação. O tópico a seguir tratará dos resultados e discussões da pesquisa empírica.

## **A final da Copa América 2019 e uma nova produção do rádio**

A CONMEBOL Copa América é a competição mais antiga entre seleções de futebol masculino do mundo e até a edição de 1967 se chamava

Valquíria Passos **KNEIPP** · Luciana Mendes **FONSECA**

Campeonato Sul-Americano de Seleções. A primeira edição oficial ocorreu em 1916 na Argentina contando com a participação do Brasil, Argentina, Chile e Uruguai, sendo vencido pelo último. A partir da edição de 30 anos do torneio em 1975, passou a se chamar oficialmente CONMEBOL Copa A América e com a sistemática não mais por pontos, e sim por grupos e fases eliminatórias, assim como a Copa do Mundo de Futebol<sup>10</sup>.

O Uruguai é o país com maior número de títulos, somando 15, já o Brasil venceu 9 vezes, sendo cinco, nas edições em que o torneio foi disputado no país. A edição de 2019 foi realizada no Brasil e marcou o centenário da primeira Copa América no país, em 1919, bem como ter acontecido exatamente 30 anos após a última edição brasileira, em 1989<sup>11</sup>.

A Rádio Globo Rio é a primeira do Sistema Globo de Rádio e foi inaugurada em 2 de dezembro de 1944 pelo jornalista Roberto Marinho, que contou com um festival de espetáculos ao vivo, com artistas famosos. A Globo Rio assumiu a liderança das pesquisas em 1964. Em 2001, começou a ser formada a rede Rádio Globo Brasil, com a transmissão conjunta, Rio e São Paulo, de diferentes programas da emissora. Hoje, a Rádio Globo Brasil conta com três emissoras próprias - Rio, São Paulo e Belo Horizonte - e 29 afiliadas, espalhadas pelas cinco regiões do país<sup>12</sup>.

A análise ocorreu a partir do material coletado no dia 07 de julho de 2019, durante a final da Copa América, que foi entre Brasil e Peru, o primeiro sagrou-se campeão. Foram observadas as redes sociais digitais da emissora (site, Twitter e Instagram); bem como do locutor Luiz Penido, os comentaristas Eraldo Leite e Gustavo Zupak, e os repórteres Camila Carelli, Mário Marra e Renan Moura, que trabalharam na cobertura do evento, com o intuito de

<sup>10</sup> COMITÊ ORGANIZADOR BRASILEIRO (Brasil). Confederação Sul-americana de Futebol (Org.). **História**. 2019. Disponível em: <<https://copaamerica.com/pt/historia/>>. Acesso em: 08 maio 2019.

<sup>11</sup> COMITÊ ORGANIZADOR BRASILEIRO (Brasil). Confederação Sul-americana de Futebol (Org.). **Brasil**. 2019. Disponível em: <<https://copaamerica.com/pt/equipes/brasil>>. Acesso em: 08 maio 2019.

<sup>12</sup> CARVALHO, Marcus Aurélio de. **História dos 65 anos da Rádio Globo**: Globo: a história de uma rádio que está sempre ao seu lado. [2016] data provável. Disponível em: <<http://hotsites.globoradio.globo.com/radioglobo/65anos/historia.php>>. Acesso em: 08 jun. 2017.

compreender quantas e de que forma foram utilizadas as estratégias de transmídiação, propostas por Fecine et al (2013).

Foi identificada a utilização das dez estratégias de transmídiação propostas por Fecine et al (2013) e Fecine (2016) na cobertura da final da Copa América no dia 07 de julho de 2019. O quadro 2 a seguir mostra quantas vezes cada estratégia foi utilizada e em qual rede social digital:

**Quadro 2:** Estratégias de transmídiação utilizadas

ESTRATÉGIA DE TRANSMIDIAÇÃO			QUANTIDADE DE VEZES UTILIZADA	REDES SOCIAIS DIGITAIS
<b>Propagação</b>	Conteúdos Reformatados	Antecipação	14	Instagram e Twitter
		Recuperagem	4	Instagram, site e Twitter
		Remixagem	5	Instagram, site e Twitter
	Conteúdos Informativos	Contextuais	7	Instagram, site e Twitter
		Promocionais	5	Site e Twitter
	Rádio Social		10	Twitter
<b>Expansão</b>	Conteúdos de Extensão Textual	Extensões narrativas	7	Instagram, site e Twitter
		Extensões diegéticas	8	Instagram, site e Twitter
	Conteúdos de Extensão Lúdica	Extensões vivenciais	4	Site e Twitter
		Extensões de marca	2	Site e Twitter

**Fonte:** Autoria própria, a partir da observação das publicações nas redes sociais digitais

Fica claro que as estratégias relacionadas à publicidade (conteúdos informativos promocionais e extensões de marca) aparecem de forma tímida. Isso pode indicar que a organização promocional da emissora utilizando essa narrativa ainda ocorre de modo iniciante. Além disso, é possível que essas estratégias sucedam de uma nova forma, com produtos que não necessariamente precisam ser comprados pelo público.

Valquíria Passos **KNEIPP** · Luciana Mendes **FONSECA**

Essas produções surgiam em forma de podcasts e matérias especiais no site da emissora, que tinham o objetivo de trazer conteúdos adicionais sobre a Copa América, além de gerar mais engajamento com a mídia principal (no caso, a partida de futebol).

No entanto, a pesquisa revelou que existem seis mais utilizadas: propagação por antecipação, por remixagem, por conteúdos informativos contextuais, rádio social; além de expansão por extensões narrativas e extensões diegéticas nas redes sociais digitais da Rádio Globo. A figura 1 a seguir mostra a estratégia de propagação por conteúdos reformatados:

**Figura 1** - Estratégia de antecipação



**Fonte:** Imagens coletadas nas páginas do Instagram da Rádio Globo e de Luiz Penido.<sup>13</sup>

A figura 1 traz um exemplo de estratégia que utiliza a antecipação de conteúdos. À esquerda, a publicação na página do Instagram da emissora anuncia a transmissão do jogo naquele dia e tudo que se antecederá a isso. À direita, nos stories do locutor Luiz Penido, há um vídeo no qual ele antecipa que narrará a transmissão daquele dia, bem como o que haverá no pré-jogo.

<sup>13</sup> A primeira imagem está disponível em: <<https://www.instagram.com/radio.globo/?hl=pt-br>>. Acesso em: 20 dez. 2019. A segunda estava nos *stories* da página do Instagram do locutor Luiz Penido disponível no dia 07 jul. 2019 em: <<https://www.instagram.com/luiz.penido/?hl=pt-br>>. Acesso em 07 jul. 2019.

Essa estratégia tem o intuito de atrair a curiosidade do público para a cobertura daquela partida de futebol, entretanto, não parece trazer muitos diferenciais nos conteúdos apresentados, já que a transmissão é ao vivo e tem inúmeras possibilidades de resultado.

**Figura 2** - Estratégia por conteúdos informativos contextuais



**Fonte:** Montagem com imagens coletadas do Twitter da emissora.<sup>14</sup>

A figura 2 traz tweets dos repórteres Camila Carelli e Renan Moura a partir da hashtag para transmissão de jogos (#FutGloboNoRadio) de antes, durante e após o jogo. Eles podem ser exemplos da estratégia a partir de conteúdos informativos contextuais, já que trazem conhecimentos adicionais (o que sucedeu a expulsão do atacante Gabriel Jesus), a segurança nos portões de entrada do estádio, o descontentamento o público sobre o VAR<sup>15</sup>, a possível demissão do técnico da seleção peruana após a competição e o momento do hino brasileiro.

<sup>14</sup> Imagens coletadas na página do Twitter da Rádio Globo destinada às transmissões de jogos. Disponível em: <<https://twitter.com/futgloboradiojz>>. Acesso em 07 jul. 2019.

<sup>15</sup> Video assistant referee – árbitro assistente de vídeo.

Valquíria Passos **KNEIPP** · Luciana Mendes **FONSECA**

Também podem ser exemplos da estratégia de propagação por remixagem, uma vez que apropria da mídia principal (transmissão do jogo pelo rádio) em outro contexto (publicações das ações além jogo no Twitter). Essas ações destacam-se por trazer conteúdos específicos que acrescentam ao público a partir da narrativa, sejam opiniões a respeito da organização do evento, arbitragem ou situações pós-jogo, sendo uma oportunidade para gerar discussões sociais a partir do esporte.

**Figura 3** - Estratégia por extensões narrativas



**Fonte:** Montagem a partir das imagens coletadas no site da Rádio Globo.<sup>16</sup>

A figura 3 trata da estratégia de expansão por conteúdos de extensão textual de extensões narrativas, uma vez que apresenta outros desdobramentos complementares (entrevista, reportagem e narração) que de outra mídia (no caso o site) a partir da mídia principal (transmissão do jogo pelo rádio). Esse método é importante na medida em que serve como prolongamento da narrativa principal (partida final da Copa América) e depende diretamente do andamento do jogo, podendo trazer debates.

Isso fica claro na reportagem em que se discutiu os erros e acertos das duas equipes, em especial à brasileira, que garantiu sua vitória. Ademais, a entrevista com o ex-jogador Rivellino traz um tom de reverência ao passado,

<sup>16</sup> Disponível em: <<https://radioglobo.globo.com/esporte/ESPORTE.htm>>. Acesso em 07 jul. 2019.

já que o curso da final da competição tinha semelhanças com a Copa do Mundo de 1970, sendo um desdobramento final de toda a cobertura.

**Figura 4 - Estratégia de expansão por extensões diegéticas**



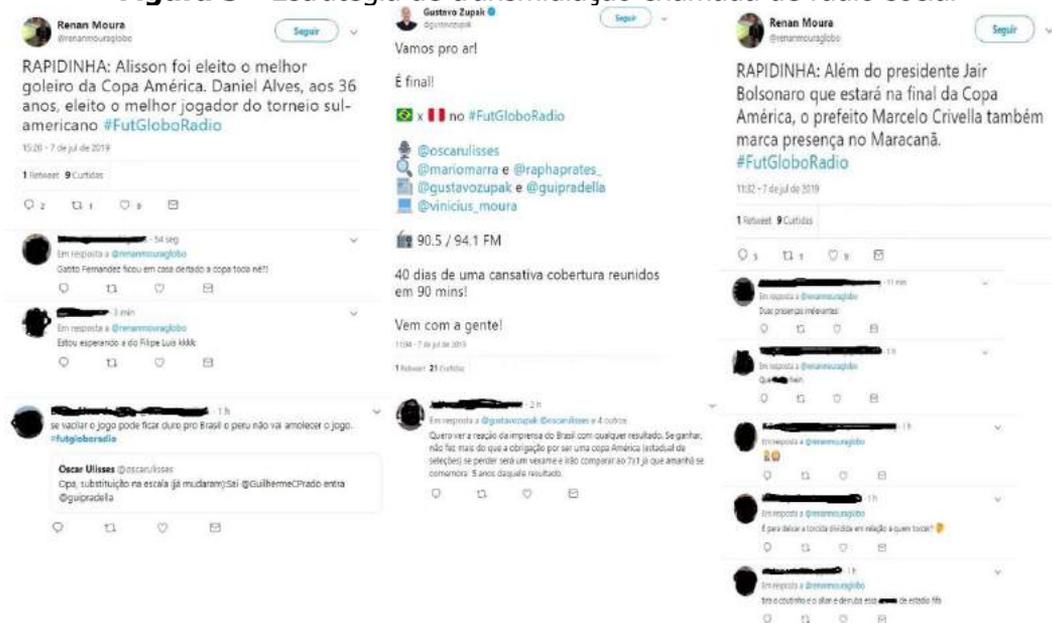
**Fonte:** Montagem a partir de imagens coletadas no Instagram dos funcionários da emissora.<sup>17</sup>

A figura 4 aborda a estratégia de expansão por conteúdos de extensão textual em extensões diegéticas, já que traz conteúdos adicionais e exclusivos ligados à transmissão do jogo, como na primeira imagem à esquerda que mostra um vídeo dos bastidores da equipe naquela cobertura. Na segunda imagem há um vídeo com as esquetes de comédia feitas pela SPORTV (emissora que faz parte do mesmo grupo de comunicação da rádio) durante a Copa América, e na terceira imagem há os bastidores da cerimônia de encerramento, que não era transmitida pela rádio, mas que foi mostrada em outra mídia (no caso o Instagram).

O uso dessa estratégia mostra que esses desdobramentos não interferem na cobertura do evento e independem dos resultados daquela partida específica. Podem configurar também novas formas de engajamento com o público, permitindo-os entrar na cobertura, conhecendo os bastidores e um pouco mais dos profissionais.

<sup>17</sup> Da esquerda para a direita: vídeo nos *stories* do dia 07 de julho na página do Instagram da repórter Camila Carelli. Disponível em: <[https://www.instagram.com/camila\\_carelli/?hl=pt-br](https://www.instagram.com/camila_carelli/?hl=pt-br)>. Acesso em 07 jul. 2019. Vídeo nos *stories* do dia 07 de julho na página do Instagram do repórter comentarista Gustavo Zupak. Disponível em: <<https://www.instagram.com/gustavozupak/?hl=pt-br>>. Acesso em 07 jul. 2019. Imagem retirada do Instagram do comentarista Eraldo Leite. Disponível em: <<https://www.instagram.com/p/Bz0LXYAp9mh/?igshid=1mgaxyysph6d>>. Acesso em 07 jul. 2019.

**Figura 5 - Estratégia de transmídiação chamada de rádio social**



**Fonte:** Montagem a partir de imagens coletadas no Twitter da rádio.<sup>18</sup>

Na figura 5 observa-se a estratégia de transmídiação de Fachine et al (2016), a rádio social, já que os tweets eram impulsionados pelos profissionais da emissora antes, durante e após o jogo. Dessa maneira, o público era conduzido a interagir, seja criticando o desempenho da seleção brasileira, a arbitragem do evento ou ainda as figuras políticas presentes na partida.

Foram 63 publicações impulsionados pela emissora (28 pelo perfil da rádio, 30 pelo repórter Renan Moura, 3 pela repórter Camilla Carelli e 2 pelo comentarista Gustavo Zupak) e 37 comentários do público. O quadro 3 mostra os tipos de comentários do público e a quantidade, a partir da hashtag #FutGloboRadio.

**Quadro 3:** Comentários do Twitter

CONTEÚDOS DOS COMENTÁRIOS	QUANTIDADE DE COMENTÁRIOS
Críticas ao desempenho da seleção brasileira	14

<sup>18</sup> Imagens coletadas na página do Twitter da Rádio Globo destinada às transmissões de jogos. Disponível em: <<https://twitter.com/futgloboradiorj>>. Acesso em 07 jul. 2019.

Desempenho dos jogadores da seleção brasileira	06
Críticas à presença do presidente no estádio	06
Sátiras à Copa América	05
Críticas à arbitragem	04
Oposição à premiação do melhor goleiro da Copa América	01
Comemoração da vitória do Brasil	01

**Fonte:** Autoria própria a partir da observação dos comentários do Twitter.

Foi observado que a partir dessas interações no Twitter, as discussões durante a transmissão no rádio mudavam: dos 37 comentários, 11 criticavam o desempenho da arbitragem e zombavam do evento, de forma que possibilitava um debate sobre a quantidade de tempo que se demorava para rever um lance pelo VAR, comparando com outras competições. Outros 6 comentários traziam descontentamento sobre a presença do presidente da República no estádio, proporcionando discussões a respeito do desagrado da presidência no momento atual.

Outros 19 comentários traziam as reclamações em relação ao desempenho dos jogadores (sendo a grande maioria da seleção brasileira, mesmo tendo conquistado o título), o que predispôs a conversa acerca dos números que os atletas apresentavam em seus clubes de origem, bem como a sua atual situação física, possíveis negociações. Apenas um comentário comemorava o título da seleção brasileira.

Durante a transmissão da partida, houve participações de áudio pelo *WhatsApp*<sup>19</sup>. Foi observado que alguns áudios discutiam e até respondiam os comentários iniciados do Twitter, o que possibilitavam debates sobre os assuntos abordados durante a transmissão do jogo, caracterizando o rádio social.

<sup>19</sup> Os áudios foram obtidos a partir da observação da transmissão do jogo ao vivo.

Em uma das participações por áudio no WhatsApp no segundo tempo da partida, um ouvinte comentou o caso do atacante brasileiro Richarlison, que havia sido diagnosticado com caxumba<sup>20</sup> uma semana após o jogo do Brasil nas quartas de final, porém retornou na final e marcou o último gol da partida. A caxumba é uma doença sazonal no Brasil e não é considerada erradicada, sendo prevenida por vacina, sendo um exemplo de hiper-rádio.

## Considerações finais

O estado da arte mostrou que as pesquisas relacionadas à transmídia no radiojornalismo esportivo ainda são introdutórias, visto que trazem poucos conceitos. No entanto, os resultados da revisão integrativa contribuem para os estudos posteriores servindo como base para adaptação dos conteúdos, uma vez que trabalham em sua maioria com exemplos televisivos. Neste contexto, este método oferece à esta pesquisa a possibilidade de aliar novos conceitos relacionados à midiatização (HJARVARD, 2012; 2014) em uma cobertura esportiva radiofônica.

As interações identificadas durante a pesquisa empírica evidenciam uma conversação em rede que permite um efeito de ouvir rádio e comentar algo junto, sendo algo imediato, o que é uma característica do rádio social, proposto por Kischinhevsky (2012). Entende-se que isso sempre foi possível, mas no novo contexto de midiatização é mais rápido e virtual e se espalha rapidamente. Pode-se perceber que o meio radiofônico absorveu características que eram atribuídas apenas à televisão, mostrando a mudança na forma de produção e difusão de conteúdos a partir da interação com o público.

A partir da observação e análise realizadas, a pesquisa mostrou que o rádio social possui características semelhantes ao hiper-rádio, conceito

---

<sup>20</sup> "Infecção viral e contagiosa, que geralmente afeta as glândulas que produzem a saliva, ou as próximas ao ouvido. É mais comum em crianças e adolescentes, porém pode acometer em adultos. É prevenida com vacinas gratuitas no Brasil" (BRASIL, 2019). Disponível em: <<http://www.saude.gov.br/saude-de-a-z/caxumba>>. Acesso em 20 dez. 2019.

adaptado da hipertelevio de Scolari (2008), uma vez que utiliza-se da linguagem hipertextual nas multiplataformas além rádio, trazendo como base a narrativa transmídia na produção de conteúdos. Além disso, proporciona interação com o público, sendo um agente mediatizador.

Observou-se na pesquisa que essa busca pela interação entre produção e ouvinte/internauta pode possibilitar mudanças nas interações sociais:

A condição mediatizada implica que os meios de comunicação tanto conectam as partes individuais da sociedade mais ampla, ao constituírem espaços públicos comuns para a reflexão sobre assuntos coletivos, quanto estão situados *dentro* das unidades menores da sociedade, por exemplo, o universo familiar (HJARVARD, 2014, p. 32).

A conversação em rede que  proposta por Fachine (2016), mediada pelo rádio social nesta pesquisa evidencia que essas discussões se tornam públicas e fazem parte das instituições da vida em sociedade, mesmo que não sejam em um mesmo espaço físico, como afirma Hjarvard (2014): "A presença virtual potencial de uma instituição dentro do espaço de outra instituição cria uma sobreposição de lógicas institucionais que podem induzir várias formas de mudança" (HJARVARD, 2014, p. 36).

O rádio incorporou elementos como redes sociais digitais e possibilitou mudanças nas práticas sociais de produção radiofônico esportivo, pois se antes o público apenas ouvia as transmissões, hoje opina e também cria e retroalimenta os conteúdos, tratando também de outros desdobramentos do esporte.

Com as reflexões realizadas nesta pesquisa, espera-se contribuir na ampliação do conhecimento e da discussão sobre rádio e mediatização. Se a interação e a imediatismo são características inerentes ao rádio desde o início, fenômenos como o hiper-rádio e o rádio social amplificam esses aspectos, como foi identificado na cobertura da final da CONMEBOL 2019.

O hiper-rádio na cobertura da Copa América 2019 revela um processo que está acontecendo  medida que as instituições se diferenciam e se

transformam em relação às mudanças tecnológicas. Dessa maneira, as mídias são instrumentos importantes para a interação na sociedade como um todo e fazem parte do processo social.

## Referências

- BRASIL. Ministério da Saúde. Governo Federal. **Caxumba**: o que é, causas, sintomas, tratamento, diagnóstico e prevenção. 2019. Disponível em: <saude.gov.br/saude-de-a-z/caxumba>. Acesso em: 20 dez. 2019.
- CARELLI, Camila. **Storie**. Rio de Janeiro, 07 jul., 2019. Instagram: @camila\_carelli. Disponível em: <instagram.com/camila\_carelli/?hl=pt-br>. Acesso em: 07 jul. 2019.
- CARVALHO, Marcus Aurélio de. **História dos 65 anos da Rádio Globo**: Globo: a história de uma rádio que está sempre ao seu lado. [2016] data provável. Disponível em: <hotsites.globoradio.globo.com/radioglobo/65anos/historia.php>. Acesso em: 08 jun. 2017.
- COMITÊ ORGANIZADOR BRASILEIRO (Brasil). Confederação Sul-americana de Futebol (Org.). **História**. 2019. Disponível em: <copaamerica.com/pt/historia/>. Acesso em: 08 maio 2019.
- COMITÊ ORGANIZADOR BRASILEIRO (Brasil). Confederação Sul-americana de Futebol (Org.). **Brasil**. 2019. Disponível em: <copaamerica.com/pt/equipes/brasil>. Acesso em: 08 maio 2019.
- FECHINE, Yvana *et al.* Como pensar os conteúdos transmídias na teledramaturgia brasileira? In: LOPES, Maria Immacolata Vassallo de *et al.* **Estratégias de Transmídiação na Ficção Televisiva Brasileira**. 3. vol. Porto Alegre: Sulina, 2013. Cap. 1. p. 19-60.
- FECHINE, Yvana. TV Social, práticas interacionais e modos de presença: contribuição para a delimitação do conceito. In: ENCONTRO ANUAL DA COMPÓS, 25., 2016, Goiás. **Anais...** Recife: Compós, 2016. p. 1 - 14. Disponível em: <compos.org.br/biblioteca/pdfformatsite\_3428.pdf>. Acesso em: 20 dez. 2019.
- GLOBO, Rádio. **É Hoje...** Rio de Janeiro, 07, jul., 2019. Instagram: @radio.globo. Disponível em: <instagram.com/radio.globo/?hl=pt-br>. Acesso em: 07 jul. 2019.
- GLOBO, Rádio. **Clipe de gols**. 2019. Disponível em: <radioglobo.globo.com/media/audio/266671/todos-os-gols-da-campanha-do-brasil-na-copa-amic.htm>. Acesso em: 07 jul. 2019.
- GLOBO, Rádio. **Raphael Prates**. 2019. Disponível em: <radioglobo.globo.com/media/audio/266675/em-uma-final-complicada-venceu-o-melhor-time-da-co.htm>. Acesso em: 07 jul. 2019.
- GLOBO, Rádio. **Rivellino projeta a grande final da Copa América...** 2019. Disponível em:

<radioglobo.globo.com/media/audio/266648/rivellino-projeta-grande-final-da-copa-america-e-r.htm>. Acesso em: 07 jul. 2019.

HJARVARD, Stig. Mudiatização: teorizando a mídia como agente de mudança social e cultural. **Matrizes**, São Paulo, v. 5, n. 2, p. 53-91, jan./jun. 2012. Semestral. Disponível em:

<revistas.usp.br/matrizes/article/view/38327/41182>. Acesso em: 20 dez. 2019.

HJARVARD, Stig. Mudiatização: conceituando a mudança social e cultural. **Matrizes**, São Paulo, v. 8, n. 1, p. 21-44, jan./jun. 2014. Semestral. Disponível em: <dx.doi.org/10.11606/issn.1982-8160.v8i1p21-44>. Acesso em: 20 dez. 2019.

JENKINS, Henry. **Cultura da Convergência**. 2ª ed. Tradução Susana Alexandria. São Paulo: Aleph, 2009.

JENKINS, Henry. Transmedia Storytelling. In: **Technology Review**, 2003.

KINDER, Marsha. **Playing with Power in Movies, Television and Video games**. From Muppet Babies do Teenage Mutante Ninja Turtles. Berkeley/Los Angeles: University of California Press, 1991.

KISCHINHEVSKY, Marcelo. Rádio social: mapeando novas práticas interacionais sonoras. **Revista Famecos**, Porto Alegre, v. 19, n. 2, p. 410-437, mai. 2012. Quadrimestral. Disponível em:

<revistaseletronicas.pucrs.br/ojs/index.php/revistafamecos/article/view/12323/8262>. Acesso em: 20 dez. 2019.

LEITE, Eraldo. **Cerimônia de encerramento...** . Rio de Janeiro, 07 jul., 2019. Instagram: @eraldoleiteoficial. Disponível em:

<instagram.com/p/BzoLXYAp9mh/?igshid=1mgaxyysph6d>. Acesso em: 07 jul. 2019.

MEDOLA, Ana Silvia Lopes Davi; SILVA, Elissa Schpallir. Segunda tela e a reconfiguração das práticas comunicacionais no processo de fruição de televisão. **Revista Famecos: Mídia, Cultura e Tecnologia**, Porto Alegre, v. 22, n. 3, p.145-165, jan. 2015. Quadrimestral. Disponível em:

<revistaseletronicas.pucrs.br/revistapsico/ojs/index.php/revistafamecos/article/view/19107/13116>. Acesso em: 20 dez. 2019.

MENDES, Karina dal Sasso; SILVEIRA, Renata Cristina de Campos Pereira; GALVÃO, Cristina Maria. Revisão Integrativa: Método de Pesquisa para a Incorporação de Evidências na Saúde e na Enfermagem. **Texto Contexto Enfermagem**, Florianópolis, v. 17, n. 4, p.758-764, 8 out. 2008. Quadrimestral.

PENIDO, Luiz. **Storie**. Rio de Janeiro, 07 jul., 2019. Instagram: @luizpenido. Disponível em: <instagram.com/luiz.penido/?hl=pt-br>. Acesso em: 07 jul. 2019.

PROPMARK. **Seleção Rádio Globo CBN é líder em audiência do futebol na rádio**. 2016. Disponível em:

<https://propmark.com.br/midia/selecao-radio-globo-cbn-e-lider-em-audiencia-do-futebol-na-radio/>. Acesso em: 20 dez. 2019.

Valquíria Passos **KNEIPP** - Luciana Mendes **FONSECA**

RÁDIO, Futebol Globo no. **#BRAXPER**. Rio de Janeiro, 07, jul., 2019.

Twitter: @futgloboradorj. Disponível em:

<[www.twitter.com/futgloboradorj](http://www.twitter.com/futgloboradorj)>. Acesso em: 07 jul. 2019.

SCOLARI, Carlos. Hacia la hipertelevisión: los primeros síntomas de una nueva configuración del dispositivo televisivo. **Diálogos de la comunicación**, Medellín, n. 77, p. 1-9, jul./dez. 2008. Semestral.

Disponível em: <[dialogosfelafacs.net/wp-content/uploads/2015/77/77-revista-dialogos-hacia-la-hipertelevisión.pdf](http://dialogosfelafacs.net/wp-content/uploads/2015/77/77-revista-dialogos-hacia-la-hipertelevisión.pdf)>. Acesso em: 20 dez. 2019.

YIN, ROBERT K. **Estudo de caso: planejamento e métodos**. 2ª ed.

Tradução Daniel Grassi. Porto Alegre: Bookman, 2001.

ZUPAK, Gustavo. **Storie**. Rio de Janeiro, 07 jul. 2019. Instagram:

@gustavozupak. Disponível em: <[instagram.com/gustavozupak/?hl=pt-br](https://www.instagram.com/gustavozupak/?hl=pt-br)>. Acesso em: 07 jul. 2019.



# INFLUÊNCIA DOS ASPECTOS REGIONAIS E LOCAIS NO CONSUMO DE WEB RÁDIO, NO MUNICÍPIO DE DOURADOS (MS)

## INFLUENCE OF REGIONAL AND LOCAL ASPECTS ON WEB RADIO CONSUMPTION, IN DOURADOS (MS)

Daniela Cristiane OTA<sup>1</sup>

Aline de Oliveira SILVA<sup>2</sup>

Universidade Federal de Mato Grosso do Sul | Brasil

### Resumo

O município de Dourados, localizado na região Sul de Mato Grosso do Sul é o segundo colocado em número de habitantes e registra o terceiro maior Produto Interno Bruto (PIB) do estado. Com 84 anos de emancipação política e 220 mil habitantes registra um cenário midiático diversificado e com uma característica marcante. O número de web rádios em funcionamento soma 35 contra 11 emissoras de Amplitude Modulada (AM) e Frequência Modulada (FM). Com intuito de identificar o perfil das rádios digitais foi realizada uma pesquisa exploratória em fevereiro de 2020, a qual identificou os gêneros radiofônicos mais utilizados que são: entretenimento, publicitário e jornalístico.

### Palavras-chave

Rádio; Web Rádio; Gêneros radiofônicos; Analógico ao digital; Regionalidade.

### Abstract

The municipality of Dourados, located in the southern region of Mato Grosso do Sul is the second largest in number of inhabitants and registers the third largest Gross Domestic Product (GDP) in the state. With 84 years of political emancipation and 220 thousand inhabitants, it registers a diversified media scene and with a remarkable characteristic. The number of web radios in operation adds up to 35 against 11 Modulated Amplitude (AM) and Modulated Frequency (FM) stations. In order to identify the profile of digital radio, an exploratory research was carried out in February 2020, which identified the most used radio genres which are: entertainment, advertising and journalism.

### Keywords

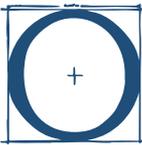
Radio; Web radio; Radio genres; Analog to digital; Regionality.

RECEBIDO EM 23 DE MARÇO DE 2020  
ACEITO EM 11 DE MAIO DE 2020

<sup>1</sup> Pós-doutora e Docente do Curso de Jornalismo e do programa de Mestrado em Comunicação da Universidade Federal de Mato Grosso do Sul – UFMS. Orientadora do trabalho. Contato: daniela.ota@ufms.br.

<sup>2</sup> Mestranda do programa de Mestrado em Comunicação da Universidade Federal de Mato Grosso do Sul – UFMS. Contato: alineolsilva@hotmail.com.

## Introdução

 rádio completa o centenário de existência no Brasil com transformações inimagináveis há algumas décadas passadas. O surgimento da concorrente televisão e posteriormente, da internet provocaram anúncios apocalípticos da “morte” do veículo que até os dias atuais mantém sua audiência e ouvintes, em todas regiões do território nacional. Contudo, várias mudanças tecnológicas foram importantes para sua permanência entre os veículos de comunicação de massa, entre elas a implantação e funcionamento das web rádios, que surgiram com a proposta de segmentar a programação, ou conforme o dito popular, ‘atender o gosto do cliente’.

A rapidez com que a plataforma digital evoluiu para todos os cantos do globo pode ser observada pelo exemplo norte-americano, no qual as primeiras experiências com o rádio digital foram datadas a partir de 1990, passando pelo início na transmissão da primeira emissora (Rádio KLIF, no Texas, em 1995) até chegar ao Brasil dois anos depois (1997). Com essa perspectiva buscou-se elencar alguns dos principais momentos do rádio, a fim de traçar uma linha temporal que culminou na implantação das web rádios no País.

A apresentação da formação territorial de Dourados teve objetivo de contextualizar a realidade local e regional, apresentando as particularidades dos povos nativos e de outros estados e países que se estabeleceram no local, contribuindo para consolidação da identidade cultural, social e econômica da região.

O próximo passo foi detalhar a história da comunicação em rádio no município que somente a partir de 1955 contou com a transmissão radiofônica, por intermédio da Rádio Clube Dourados. Em pouco mais de seis décadas, o crescimento no número de emissoras demonstrou a preferência dos ouvintes pelo meio, e ainda, fez surgir um público interessado em consumir

programações produzidas e disponibilizadas exclusivamente em plataformas digitais.

É válido ressaltar que a reconfiguração do conteúdo para o ambiente digital não modificou expressivamente a linha editorial das rádios que continuam a oferecer produções locais e regionais, atendendo demandas específicas do público (onde o estilo musical predominante é o sertanejo e o radiojornalismo mantém as características das rádios AM e FM).

A afirmação é referendada pelo resultado de uma pesquisa realizada no mês de fevereiro de 2019 e atualizada no mesmo período, em 2020. Foi identificada inicialmente a existência de 18 web rádios, número que aumentou para 35 no intervalo de um ano. A evolução no número de veículos reforçou o interesse da investigação, a fim de compreender a dinâmica do fluxo radiofônico na localidade e ainda, identificar qual o perfil programático desses canais.

O estudo inicial contribuiu para o trabalho de dissertação de mestrado de uma das autoras que desenvolveu uma pesquisa sobre o radiojornalismo rural no município sul-mato-grossense. Dessa forma, o cenário identificado colabora ainda, para o aprofundamento dos estudos de rádio no âmbito das plataformas digitais, como é o caso da Web Rádio. Na atualidade, um dos maiores desafios dos pesquisadores é conceituar e explicar a rápida transformação do meio que migrou do sistema analógico para o digital e os fatores sociais, econômicos e culturais atrelados ao processo.

Optou-se por utilizar a definição de gêneros radiofônicos proposta pelo pesquisador André Barbosa Filho, identificando assim as categorias jornalísticas, de entretenimento e publicitária. Os resultados iniciais oferecem assim, material vasto para futuros desdobramentos que podem incluir estudos de recepção e audiência entre o público consumidor de rádio digital na região.

## **Rádio em transformação**

As pesquisas sobre o surgimento do veículo rádio no Brasil e sua evolução até a atualidade comprovam que as principais características: oralidade, penetração, mobilidade, baixo custo, imediatismo, instantaneidade, sensorialidade e autonomia, detalhados por Ortiwano (1985), foram responsáveis pela sobrevivência e adaptação do meio, quanto à chegada dos concorrentes diretos, televisão e internet.

A inauguração oficial aconteceu em 7 de setembro de 1922, contudo, Sampaio (1971) esclarece que a primeira transmissão foi registrada no dia 6 de abril de 1919, por intermédio da Rádio Clube de Pernambuco, na cidade de Recife. Ainda que exista esse hiato de três anos, o veículo completa seu centenário no Brasil e se destaca por ter contribuído com a disseminação da informação na perspectiva territorial, seja ela noticiosa, cultural e de entretenimento.

Com o início da primeira gestão do ex-presidente Getúlio Vargas (1930-1934) houve forte estímulo para que a sociedade tivesse acesso à informação radiofônica e para tal, o governo sugeria que os estados e municípios instalassem rádios-receptores munidos de alto falantes. Na avaliação de Haussen (2004), é certo que o gestor público tinha interesse em impor seu projeto político, baseado na unificação nacional e influenciado pelo ministério da propaganda na Alemanha. Tanto é verdade que com o desenvolvimento tecnológico desencadeado no país, testemunhou-se o surgimento e disseminação de inúmeras emissoras nas décadas seguintes.

Entretanto, é a partir da década de 1940 que o veículo registraria outro momento importante e que impulsionou o desenvolvimento do radiojornalismo brasileiro. Moreira (2011) reforça que a primeira edição do informativo “Repórter Esso”, transmitido em ondas médias e curtas pela Rádio Nacional do Rio de Janeiro, em 28 de agosto de 1941 trouxe importantes contribuições para o modelo radiofônico, das quais o noticiário com linguagem própria para

rádio. “Frases curtas, elaboradas em ordem direta, números escritos por extenso, a voz, intérprete do fato, que fez de Heron Domingues exemplo a ser seguido pelos locutores”. (MOREIRA, 2011, p. 10).

Perspectiva relevante foi analisada por Ortriwano (1985), ao afirmar que entre os meios de comunicação de massa, o rádio é o mais popular e de maior alcance público, não só no Brasil como em todo mundo. “Constituindo-se muitas vezes, no único a levar informação para populações que não têm acesso a outros meios, seja por motivos geográficos, econômicos ou culturais”. (ORTRIWANO, 1985, p. 79).

Após quase quatro décadas da afirmação feita pela pesquisadora é confirmada a condição de mobilidade do meio, ampliada ainda mais por sua reconfiguração e presença no espaço virtual. Corroborando com o atual momento da informação, Meditsch (2007) pontua que o rádio tem condições de explorar as contradições internas do sistema global e oferecer mais diversidade de informação e entretenimento. “Os equipamentos necessários estão ao alcance de qualquer comunidade e as FM cortam quarteirões, bairros, cidade e o campo” (MEDITSCH, 2007, p. 19).

Ferrareto (2014) esclarece que as transformações realizadas entre as décadas de 1990 e 2000 - com a implantação da internet, telefonia celular e aparelhos eletrônicos que possibilitaram novos acessos à programação radiofônica – impuseram a necessidade de uma revisão conceitual nos termos do rádio e de suas particularidades.

Além de uma lógica de oferta, o rádio passa a incluir uma lógica de demanda, presente, por exemplo, na disponibilização via internet de áudios de material já transmitido (...). Ocorrem manifestações não só relacionadas ao modelo de comunicação ponto-massa, o das irradiações em tempo real, mas ponto-ponto, próprio dos conteúdos disponibilizados de forma diferida por exemplo, por *podcasting* (FERRARETO, 2014, p. 17).

A fim de pontuar a importância da reformulação sobre o que significa o meio rádio é fundamental destacar a análise de Meditsch (2013, p. 204), na

qual sugere pensar o rádio como uma instituição social. “O rádio como instituição não pode mais ser atrelado à natureza dos equipamentos de transmissão, mas, sim à especificidade do fluxo sonoro que proporciona e às relações socioculturais que estabelece”.

O argumento do docente contribui para o entendimento da realidade atual do meio em cenário nacional, visto que o consumo, a preferência e o perfil do ouvinte estão diretamente atrelados à região aonde mora, a faixa etária, classe social e forma de acessar o conteúdo sonoro. Pode-se acrescentar a essas variáveis, a análise da audiência dos programas, que também poderão mudar de acordo com as particularidades culturais, sociais e econômicas.

No tocante a evolução do rádio e a convergência dos meios de comunicação de massa para o formato multimídia, destaca-se a avaliação da pesquisadora Sonia Virgínia Moreira (2001), na qual esclarece que as fases iniciais de todas as novas tecnologias são marcadas por fatores econômicos, visto que a realidade é diferente para os países desenvolvidos e as nações em desenvolvimento.

Nesta perspectiva é oportuno lembrar o tamanho e preço do aparelho na chegada ao Brasil, que ao longo das décadas foi se compactando até alcançar as diversas opções da atualidade, contempladas por equipamentos como o smartphone, por exemplo. “A multiplicação de acesso aos novos meios é uma tendência mundial, com a perspectiva de redução no preço dos equipamentos de informática e dos serviços de telecomunicações”. (MOREIRA, 2001, p. 22).

Desde as considerações feitas há 19 anos, novos formatos e tecnologias surgiram, contudo, um ponto considerado pela pesquisadora continua atual e requer dos pesquisadores uma atenção mais aprofundada. “Mesmo com as facilidades disponíveis na internet ou nas transmissões de áudio digital, o perfil

dos ouvintes tende a continuar local, ainda que com uma inserção global”. (MOREIRA, 2001, p. 23).

## Do Analógico ao Digital

Em termos de transformação digital, os Estados Unidos foi um dos países pioneiros em implementar a mudança do rádio para o ambiente virtual, em meados da década de 1990 (Kuhn, 2000). Nesse sentido, a motivação das emissoras nacionais surgiu do interesse em ampliar a transmissão radiofônica via satélite, por intermédio do sistema denominado *Digital Audio Broadcasting*. As experiências positivas resultaram, cinco anos depois, no início da transmissão da rádio KLIF de Dallas, no estado do Texas, considerada a primeira emissora comercial a transmitir a programação ao vivo via internet.

No Brasil, a primeira rádio brasileira reconhecida por operar exclusivamente no ambiente virtual foi a Rádio Totem, em 1998. No entanto, a primeira experiência citada por alguns pesquisadores diz respeito ao programa *Manguetronic* veiculado em 1996 por dois integrantes do movimento *Mangue Beat*<sup>3</sup>, H.D. Mabuse e Renato L. (ITINOSI, 1997). No mesmo período, várias rádios iniciaram a migração para a rede, entre elas, a Rádio Itatiaia de Minas Gerais “que reivindica a primazia de ter sido a primeira a veicular seu sinal também pela internet”. (TRIGO-DE-SOUZA, 2003, p. 96).

A consolidação da internet e o surgimento das plataformas digitais reestruturaram a dinâmica do meio ocasionando novas formas de interação entre ouvintes e emissoras, ou ainda entre os próprios ouvintes, conforme ressalta o pesquisador Marcelo Kischinhevsky (2016). No entanto, o docente acrescenta que no âmbito dos conteúdos, “persistem formatos e gêneros consolidados na programação das emissoras de rádio desde os anos 1980, tais como informativos, esportivos e shows de variedade”. (KISCHINHEVSKY, 2016, p. 55).

---

<sup>3</sup> Movimento cultural criado em Recife (PE) que teve na música sua maior expressão com Chico Science e Nação Zumbi.

Com relação à pesquisa apresentada, a qual tem objetivo de traçar um perfil das *web rádios* localizadas no município de Dourados, é possível observar uma condição peculiar entre as emissoras em atividade. Em primeiro lugar porque o número das rádios digitais soma 35 portais, conforme levantamento atualizado em fevereiro de 2020, contra 11 veículos que operam em Amplitude Modulada (AM) e Frequência Modulada (FM). Em seguida ao se realizar uma categorização inicial sobre a programação ficou comprovado que a maioria do conteúdo está focado em música e religião.

É oportuno destacar que do total de rádios digitais elencadas, somente duas apresentam conteúdo jornalístico, enquanto que 10 informam disponibilizar conteúdo 'ecclético' (mescla extensa programação musical intercalada com boletins e notas reproduzidas dos sites jornalísticos locais e regionais). Observa-se deste modo, uma heterogeneidade na categorização dos veículos que se alinha com as características do município.

Dourados registra 84 anos de emancipação política, contudo apresenta um histórico de formação populacional construído a partir dos povos nativos (indígenas) e da migração de pessoas de outros estados e países. A diversidade de gêneros e programas radiofônicos despertam a reflexão sobre a conexão entre local, regional e global, visto que o município com pouco mais de 220 mil habitantes tem como principal atividade econômica, a produção agropecuária.

Por outro lado, a expansão na atividade primária atraiu agroindústrias estrangeiras, com unidades estabelecidas no município e que processam a matéria-prima, exportada para outros estados e países. A fim de se conseguir mão-de-obra capacitada foram criadas cinco instituições de ensino superior, além do trânsito constante de profissionais que frequentam o município, em função do trabalho. O contexto regional traçado colabora com os resultados do levantamento apresentado, no qual foram identificados conteúdos com

ênfase no entretenimento que visam atender a demanda dos moradores (música e religião).

Os resultados colaboram ainda, com os debates desenvolvidos em diferentes regiões brasileiras, sobre o espaço do rádio e do radiojornalismo desenvolvido no atual cenário tecnológico. Contudo, observa-se no objeto de estudo, a presença marcante da identidade local e regional, o que na análise da pesquisadora, Círcia Peruzzo (2003), precisa ser observado para além das fronteiras territoriais ou geográficas.

Com o advento das novas tecnologias de comunicação, principalmente da internet, há um rompimento da noção de território geográfico como sendo determinante do local e do comunitário. As dimensões de familiaridade (língua, valores, tradições, religião etc.) podem ser partilhadas independente do espaço territorial. As relações podem se estabelecer, com base da proximidade de interesses e identificações, através de comunidades virtuais. (PERUZZO, 2003, p. 68).

Nesse sentido, o local e o regional não podem ser avaliados separadamente, visto que existem elementos culturais, sociais, políticos e econômicos que os interconectam (PERUZZO, 2003) e incluem ainda, as perspectivas nacional e global.

Colaboração oportuna sobre a reorganização espacial da comunicação no âmbito do rádio é feita por Bonix (2012, p. 18) ao argumentar que as rádios locais funcionam como um meio de proximidade entre a população e o ambiente no qual está inserida. Isso, por levar as notícias do mundo aos ouvintes e por funcionarem como espaços da memória coletiva de uma comunidade. “Os veículos regionais migraram para a internet, a fim de aproveitar as ferramentas interativas e participarem dos espaços de debate público e conhecimento dos assuntos locais”.

## **Surgimento do rádio em Dourados**

O município de Dourados está localizado a 235 km de Campo Grande, capital de Mato Grosso do Sul, na região Centro-Sul do Estado. Conforme

levantamento divulgado pelo IBGE em 2018, conta com uma população de 220.965 pessoas, sendo considerada a segunda cidade mais populosa de 79 que constituem a unidade federativa, além de ser responsável pelo 3º Produto Interno Bruto (PIB) estadual. Com 84 anos de emancipação, a localidade teve a formação sócio territorial marcada pela chegada de imigrantes nos séculos XIX e XX.

Contudo, conforme detalha o pesquisador Jaime Ribeiro de Santana Júnior (2009), as terras da região foram inicialmente habitadas por índios Guaranis e Kaiowás, além de ex-combatentes da Guerra do Paraguai, no período compreendido entre 1864 e 1870. No entendimento do autor, em Mato Grosso do Sul, a história agrícola está ligada diretamente ao processo de colonização, impulsionado pelas políticas públicas na administração do ex-presidente do Brasil, Getúlio Vargas, no período do Estado Novo (1937-1945).

As ações implantadas no Sul de Mato Grosso tinham objetivo de estimular a vinda de pessoas e famílias de outros estados para povoar as áreas mais desertas e próximas da fronteira com o Paraguai.

O processo de colonização esteve atrelado a diretrizes governamentais, com incentivos à produção agrícola, através da distribuição de terras gratuitas, visando o aumento da oferta de alimentos. Nesse sentido, pretendia-se desenvolver regiões urbanas e industriais, para qual, tornava-se necessário integrar o interior do país à economia nacional. Almejava-se povoar imensas áreas pouco ocupadas do território nacional e, sobretudo, temia-se que as áreas de fronteira fossem apoderadas por outros países (SANTANA JÚNIOR, 2009, p. 92).

Diante desse cenário, a criação da colônia agrícola federal efetivada na década de 1940, com capacidade para instalar dez mil famílias em trezentos mil hectares, impulsionou o aumento da população e da produção agropecuária. Duas décadas depois (1960) é registrado um novo salto populacional, e conforme informações de Gressler e Swensson (1988), aconteceu em função da chegada de agricultores da região Sul do País, especificamente, do Rio Grande do Sul. Outros grupos que se estabeleceram

no município foram famílias japonesas, nordestinas, mineiras, paulistas e do Paraguai.

A consequência natural do aumento populacional foi a ampliação desordenada do perímetro urbano dificultando assim, o planejamento estrutural por parte do poder público. Entretanto, na avaliação dos pesquisadores, o fato mais marcante na formação de Dourados decorreu pela criação de uma rede de relações terciárias, representadas principalmente por empresas ligadas ao setor agropecuário, instituições estaduais e federais de administração, sucursais bancárias, faculdades e universidades. "Dourados passa a comandar os desígnios de uma imensa região, cujos municípios não foram capazes de resolver os problemas comuns, gerados pelas mudanças agrícolas". (GRESSLER; SWENSSON, 1988, p. 106).

A pesquisadora Suzana Arakaki (2003) desenvolveu um trabalho histórico sobre a criação do município com foco nas questões políticas e sociais, visto que o recorte da pesquisa foi o período de 1964 quando inicia a Ditadura Militar em todo País. Assim como outros autores elencados, destaca que a implantação da Colônia Agrícola Nacional de Dourados (CAND) impulsionou a cidade na perspectiva econômica e política. "Da densa e heterogênea população surgiram forças representativas, agregadas em partidos políticos, os quais durante a década de 1960 tiveram papéis decisivos na história local". (ARAKAKI, 2003, p. 41).

Gressler e Swensson (1988) relatam que as linhas telegráficas implantadas no antigo estado do Mato Grosso datam do período entre 1900 e 1905, por intermédio da missão de Cândido Mariano da Silva Rondon que foi designado para chefiar a Comissão de Linhas Telegráficas Estratégicas de Mato Grosso ao Amazonas.

Em 1902, Rondon fez a exploração do Rio Taquari, se deslocou para Aquidauana e depois para Corumbá, Miranda e Nioaque. Depois de três anos (1905) chegou a Porto Murtinho aonde foi instalado o ramal São Carlos, na

divisa com o Paraguai, o qual seria estendido para Ponta Porã, Dourados e Campo Grande, alguns anos depois. Observa-se aqui uma lacuna expressiva entre o período das instalações telegráficas e o início das atividades radiofônicas na região, que somaram quase meio século.

A primeira emissora de rádio em atividade no município de Dourados foi a Rádio Clube Dourados, que começou a transmitir em 1955. O jornalista e docente em comunicação, Osni Tadeu Dias (2005) esclarece que oficialmente, o veículo recebeu a homologação do Ministério da Educação e do Departamento Nacional de Telecomunicações (Dentel), em 1957, passando a operar com o prefixo ZYX 23. "O rádio beneficiou a população que sofria com a precariedade das estradas e distanciamento das ferrovias, levando a informação aos mais longínquos rincões". (DIAS, 2005, p. 05).

Semelhante a outras localidades do Estado, os empresários que investiram na criação e construção de veículos de comunicação no município tinham forte relacionamento político. No caso da Rádio Clube, os primeiros proprietários foram os irmãos Brunini, que contrataram o jornalista paulista, Flávio Araújo para ser o diretor da emissora. Em 1962, a rádio foi vendida para Antônio Moraes dos Santos e Rachid Saldanha Derzi, e em 1963, Jorge Antônio Salomão adquire a rádio em sociedade com Derzi (na época deputado federal), dando início ao gerenciamento e profissionalização do veículo em atividade até os dias atuais.

A pesquisa realizada por Dias (2005) conta com riqueza de detalhes as etapas do desenvolvimento da emissora, as quais foram fundamentais para conhecer os primórdios do veículo localizado em Dourados. O pesquisador pontua fatores importantes na trajetória da Rádio Clube, entre eles a diversidade de programas idealizados pelos radialistas, apesar da precariedade estrutural.

Programas de auditório como o 'Programa de Calouros' e o 'Domingo Alegre da Criança Feliz', além dos musicais, '*Recuerdos Del Paraguay*', 'Alvorada

Sertaneja', 'O Tango e a Seresta' e 'Roda de Violeiros' marcaram época e são lembrados ainda hoje pelos moradores. Foi observado ainda que o programa mais antigo da emissora é o "Mini Recados", um serviço de utilidade pública que tem grande participação dos ouvintes. "Atualmente, o programa anuncia desde telefones celulares até documentos perdidos e funciona também como um Balcão de Empregos, sendo um serviço gratuito". (DIAS, 2005, p. 14).

## Mudança de cenário e consumo midiático

Em pouco mais de meio século desde a transmissão da primeira emissora de rádio no município de Dourados, o cenário se modificou expressivamente e de acordo com levantamento realizado em fevereiro de 2020, a quantidade de veículos em funcionamento somou 46, dos quais 11 operam no formato de Amplitude Modulada (AM), Frequência Modulada (FM), contra 35 *Web Rádios*.

A plataforma utilizada para aferição foi o site *Rádios.com* em atividade desde 1997, o qual hospeda rádios online de todo Brasil. Conforme informado pela empresa, a média de visitas únicas diárias é de 130 mil, além de disponibilizar o aplicativo RadiosNet para *download* via Android e IOS. Outra informação disponibilizada na plataforma é o número de acessos mensal. No total de emissoras identificadas foram contabilizadas 104.287 visitas únicas (individuais com mais de dois minutos de permanência no site da emissora).

A fim de realizar uma melhor distinção dos formatos encontrados na pesquisa buscou-se subsídio teórico na obra 'Gêneros Radiofônicos' de André Barbosa Filho (2009). No trabalho acadêmico, o pesquisador reforça a atenção que deve ser dada nas diferenciações conceituais ligada ao veículo.

Termos como gênero e formato radiofônico, programa de rádio, programação radiofônica e produtos radiofônicos são confundidos e utilizados muitas vezes como sinônimos, sem que haja concordância quanto aos seus significados particulares. [...]. Importante esclarecimento deve ser realizado sobre este trânsito conceitual, tendo em vista a demarcação de fronteiras e suas devidas posições no universo da produção sonora. (BARBOSA FILHO, 2009, p. 71)

Nesse sentido, os gêneros identificados foram: jornalístico, de entretenimento e publicitário, conforme detalhados a seguir. Do total de emissoras catalogadas, três se denominam como comunitárias (música e religião), duas jornalísticas, 10 ecléticas (música, utilidade pública e notas jornalísticas), além de oito com conteúdo voltado exclusivamente para música, uma focada em esportes e 13 para programação religiosa.

As emissoras elencadas no gênero jornalístico compreendem os veículos categorizados na pesquisa como jornalísticos, esportivos e ecléticos. Nos três são identificados os seguintes formatos: nota, notícia, boletim, reportagem, entrevista, comentário, programa esportivo e temático.

Os veículos com conteúdo exclusivo em música adotam o gênero de entretenimento, os quais, segundo Barbosa Filho (2009, p. 115) “se caracterizam por ter a capacidade de se combinar com outros formatos ou gêneros, e ainda servir de ferramenta para a informação, anúncio, prestação de serviço e educação”.

O maior número de rádios digitais é de cunho exclusivamente religioso, sendo: nove neopentecostais (protestantes), duas espiritistas e uma católica. Aqui o gênero equivalente é o publicitário, tendo em vista a utilização do espaço radiofônico para divulgação e venda de produtos e serviços. Junto com esportes, jingles, programas institucionais, eleitorais está o programa religioso que desenvolve um conteúdo semelhante aos programas produzidos por organizações públicas.

## **Considerações Finais**

A pesquisa divulgada no presente artigo teve como objetivo dar continuidade a uma etapa do estudo iniciado em 2019, por ocasião do projeto de dissertação de mestrado de uma das autoras, o qual teve como objeto de estudo, o radiojornalismo rural na cidade de Dourados. Além da compreensão sobre a importância de aprofundar os estudos sobre rádio no estado de Mato

Grosso do Sul, a escolha do município foi definida em razão de sua relevância territorial, social e econômica.

Com a identificação da quantidade de *web rádios* em atividade no município percebeu-se a mudança expressiva na dinâmica de consumo midiático voltada ao veículo rádio, em uma localidade distante dos grandes centros urbanos, mas que possui uma posição territorial estratégica no estado de Mato Grosso do Sul e na fronteira com o Paraguai.

Com esse recorte pode-se verificar que o ouvinte de rádio de Dourados é heterogêneo em termos de faixa etária, classe econômica e escolaridade, por exemplo. Esses fatores ampliam oportunidades para pesquisas futuras, sob a perspectiva da recepção e audiência.

Entretanto, os resultados observados na atual etapa da pesquisa demonstraram que a preferência do público local em acessar a rádios digitais está ligada diretamente aos aspectos socioculturais elencados sobre o município. O trânsito de pessoas que circulam em Dourados e a pluralidade de negócios realizados na região desencadeiam a procura por acesso a informações ou entretenimento, viabilizados pela facilidade do acesso ao ambiente virtual.

A partir da preferência de programação observada nas rádios digitais é possível confirmar que o surgimento dos veículos é recente e formatado a partir da demanda da população local, mais interessada em consumir conteúdo de entretenimento segmentado e que esteja ligada ao seu cotidiano local. O indicativo positivo é observado na transmissão de dois canais focados no radiojornalismo, os quais podem colaborar para o desenvolvimento de programações alinhadas com o interesse informativo dos ouvintes.

Outra observação que se faz necessária é de que os veículos tradicionais precisam se adaptar ao atual cenário das plataformas digitais, a fim de que consigam manter seus negócios, seja na imprensa ou no mercado de entretenimento. Uma reflexão que pode resumir o atual momento do rádio

vem do pesquisador Armand Balsebre que durante conferência realizada no *Radio Evolution Congress*, em 2011, considerou algumas condições para que o rádio pudesse se transformar em uma nova mídia:

Se o rádio souber como chegar a ser uma das melhores plataformas para transmissão da arte sonora, um dos melhores canais para comunicação pública, para o relato da atualidade e ainda souber como investir mais dinheiro em conteúdo, em lugar de tecnologia...poderá então ser um novo meio sonoro, da nova "sonosfera", para os novos radiouvintes, em qualquer contexto tecnológico de reprodução sonora. (BALSEBRE, 2013, p. 16).

Em um século de história o veículo que passou por tantas transformações e adaptações demonstra que é possível se reinventar, mas, daqui para frente sob a perspectiva de um público mais exigente e que demonstra interesse em interagir e participar da construção da programação.

## Referências

- ARAKAKI, Suzana. **Dourados**: memórias e representações de 1964. Dourados: Universidade Federal de Mato Grosso do Sul - UFMS, 2003. 148 p. (Dissertação de Mestrado em História) - Universidade Federal de Mato Grosso do Sul, Dourados, 2003.
- BALSEBRE, Armand. O Rádio está morto...Viva o Som! ou como o rádio pode se transformar em uma nova mídia. **Revista Significação**, São Paulo, v.40, nº 39, p.14-23, 2013. DOI <https://doi.org/10.11606/issn.2316-7114.sig.2013.59946>. Disponível em: <<http://www.revistas.usp.br/significacao/article/view/59946>> Acesso em: 18 fev. 2020.
- BARBOSA FILHO, André. **Gêneros Radiofônicos**. 2. Ed. São Paulo: Paulinas, 2009.
- BONIXE, Luis. In: **Jornalismo de Proximidade**: Limites, Desafios e Oportunidades. CORREIA, C. João (org). LabCom Books, p.17-30, Portugal, 2012. Disponível em: <[https://www.labcom-ifp.ubi.pt/ficheiros/20121224-agora\\_ebook.pdf](https://www.labcom-ifp.ubi.pt/ficheiros/20121224-agora_ebook.pdf)> Acesso em: 14 fev. 2020.
- DIAS, T. Osni. Rádio Clube de Dourados: 50 anos de história. Interletras Dourados, v.01, nº 01, 2005. Disponível em: <<https://document.onl/documents/radio-club-de-dourados-50-anos-de-historia-osni-1949-surgiu-a-radio-am.html>> Acesso em: 18 fev. 2020.
- FERRARETO, Luiz Arthur. **Rádio**: teoria e prática. 1. ed. São Paulo: Summus, 2014. 272 p.
- GRESSLER, L. Alice; SWENSSON, J. Lauro. **Aspectos Históricos do povoamento e da colonização do estado de Mato Grosso do Sul**:

destaque especial ao município de Dourados. Dourados, MS: 1988, CDD-981.71-981.712.

HAUSSEN, Dóris Fagundes. Rádio brasileiro: uma história de cultura, política e integração. Barbosa Filho; Piovesan; Beneton, (org). **Rádio – Sintonia do futuro**. São Paulo: Paulinas, 2004, p. 51-62.

ITINOSI, S. Luciana. **Rádio na Internet:** concessão para quê? Trabalho de Conclusão de Curso, São Paulo, Escola de Comunicações e Artes da Universidade de São Paulo, 1997.

KISCHINHEVSKY, Marcelo. **Rádio e Mídias sociais:** mediações e interações radiofônicas em plataformas digitais de comunicação. 1. ed. Rio de Janeiro: Editora Mauad X, 2016. 143 p.

KUHN, Fernando. **O Radio Na Internet:** rumo a quarta mídia. 2000. 126 p. Dissertação (Mestrado em multimeios) – Instituto de Artes, Universidade Estadual de Campinas, 2000.

MEDITSCH, Eduardo. (org). **Rádio e Pânico 2:** A Guerra dos Mundos, 75 anos depois. 1. ed. Florianópolis: Insular, 2013. 264 p.

MEDITSCH, Eduardo. **O rádio na era da Informação.** Teoria e Técnica do novo Radiojornalismo. 2. ed. Florianópolis: Insular, 2007. 300 p.

MOREIRA, Sonia Virginia. **70 anos de Radiojornalismo no Brasil (1941-2011)**. 1. ed. Rio de Janeiro, Eduerj, 2011. 384 p.

MOREIRA, Sonia Virginia.; BIANCO, Nelia Del (org). **Desafios do rádio no século XXI**. 1. ed. Rio de Janeiro: Eduerj, 2001. 250 p.

ORTRIWANO, Gisela Swetlana. **A informação no rádio:** os grupos de poder e a determinação dos conteúdos. 1. ed. São Paulo: Summus, 1985. 124 p.

PERUZZO, K. M. Cicilia. Mídia Local, uma mídia de proximidade.

**Comunicação Veredas.** Revista do Programa de Pós-graduação em Comunicação. Marília, v.1, nº 02, p.65-89, 2002. Disponível em:

<<https://www.unimar.br/biblioteca/publicacoes/comunicacao05.pdf>>. Acesso em: 15 fev. 2020

**Rádio Grande 92.1 FM.** Disponível em:

<http://www.grandefm.com.br/Dourados>. Acesso em: 28 fev. 2020

**Rádios.com.** Disponível em: <<https://www.rádios.com.br/aovivo/radio-grande-921-fm/13334>>. Acesso em: 28 fev. 2020

SAMPAIO, Walter. **Jornalismo Audiovisual:** Teoria e Prática do Jornalismo no Rádio, na TV e no Cinema. 1. ed. Petrópolis: Vozes, 1971. 118 p.

TRIGO-DE-SOUZA, M. Ligia. Rádios.Internet.br: o rádio que caiu na rede.

**Revista USP – 80 anos de Rádio,** São Paulo, v. 56, p. 92-99, 2003.

Disponível em:

<<http://www.revistas.usp.br/revusp/article/view/33810/36548>>. Acesso em: 15 fev. 2020.



# RÁDIO WEB UFN: práticas e perspectivas de uma web rádio universitária

## RÁDIO WEB UFN: practices and perspectives of an university web radio

Carla Simone Doyle TORRES<sup>1</sup>

Universidade Franciscana (Santa Maria-RS) | Brasil

### Resumo

Este artigo traz um estudo sobre dados de 2007 a 2019 da programação da Rádio Web UFN, Laboratório dos cursos de Jornalismo e de Publicidade e Propaganda da Universidade Franciscana (Santa Maria-RS). O conceito de gêneros radiofônicos (BARBOSA FILHO, 2009) colabora para classificação do material, e analisaram-se rotinas do gênero jornalístico (FERRARETTO, 2001). Em 2007, a maioria dos programas era do gênero Jornalístico; em 2019, do gênero Entretenimento. A partir disso, reflete-se sobre como transitar pelo ensino e pela prática do radiojornalismo em um panorama de crescente encontro da informação com o entretenimento.

### Palavras-chave

Radiojornalismo; Rotinas produtivas; Rádio Web; Interdisciplinaridade; Entretenimento

### Abstract

This article brings a study on data from 2007 to 2019 from the programming of Rádio Web UFN, Laboratory of the Journalism and Advertising and Advertising courses at the Franciscan University (Santa Maria-RS). The concept of radio genres (BARBOSA FILHO, 2009) collaborates to classify the material, and routines of the journalistic genre were analyzed (FERRARETTO, 2001). In 2007, most programs were of the Journalistic genre; in 2019, of the Entertainment genre. Based on that, it is reflected on how to move through the teaching and practice of radio journalism in a panorama of a growing encounter between information and entertainment.

### Keywords

Radiojournalism; Productive routines; Radio Web; Interdisciplinarity; Entertainment.

RECEBIDO EM 23 DE MARÇO DE 2020  
ACEITO EM 25 DE MAIO DE 2020

<sup>1</sup> JORNALISTA. Doutora em Comunicação e Informação pela Universidade Federal do Rio Grande do Sul. Mestre em Comunicação Midiática pela Universidade Federal de Santa Maria. Professora do Curso de Jornalismo e Coordenadora da Rádio Web UFN, da Universidade Franciscana, em Santa Maria-RS. Contato: carla.doyle@gmail.com.

## Introdução

A entrada do rádio na sociedade em rede foi muito discutida. No entanto, a linguagem do rádio na *web* é basicamente a mesma das antigas emissões por ondas radiofônicas. Gêneros tradicionais ganharam versatilidade e até tornaram-se híbridos, pautados pelas demandas de mercado. *Feedbacks* de públicos chegam cada vez mais rápido, e tudo isso acontece mediante uma aceleração de ritmo global, e uma demanda por novos temas a cada dia.

Para além dos produtos comunicacionais em si a serem veiculados em horários (ainda) fixos, vemos a proliferação de estratégias transmídia, em que – além de *sites* e canais em plataformas mais tradicionais como *YouTube* e *Vimeo* – perfis de produções são criados em múltiplas redes sociais, para veiculação de conteúdos que se somam a mensagens base trabalhadas por esses programas. Estratégias se sobrepõem, o produto comunicacional fica multifacetado. Nessa ambiência, forjam-se os novos comunicadores multitarefas e multiplataformas.

Essa realidade do mercado comunicacional vem incidindo também nas rotinas da Rádio Web UFN, rádio *online* da Universidade Franciscana, instituição localizada na cidade de Santa Maria, Rio Grande do Sul. A Rádio funciona como atividade laboratorial dos cursos de Jornalismo e de Publicidade e Propaganda da UFN, veiculando produtos resultantes das aulas práticas, além de contar com uma programação produzida e apresentada por monitores e voluntários de ambos os cursos. Também participam da programação professores, alunos e demais membros da comunidade franciscana, que veiculam resultados de seus trabalhos em aula, engajam-se nas propostas já em andamento, participando como fontes, ou colaboram com novas propostas.

A trajetória das rádios *web* no Brasil é relativamente recente. Conforme Angélica Pereira (2016, p. 48), “no Brasil, a primeira rádio web chegou no dia

cinco de outubro de 1998, com as transmissões da Rádio Totem, sendo a primeira emissora brasileira com existência apenas na internet”. A internet possibilitou a entrada do rádio no contexto de produção multimídia, que também gradativamente incorporava-se à lógica produtiva das redações de jornais de modo geral.

Assim como as rádios comerciais, as educativas e universitárias passaram a se inserir nesse novo cenário. O texto sonoro agora passava a uma multimodalidade textual, possibilitando o desenvolvimento de novos gêneros e modos de interação (PEREIRA, 2016; PRATA, 2009). Além disso, muitas *web* rádios oferecem a seu público a facilidade de acessar o conteúdo desejado sob demanda. O *podcast* é o arquivo de áudio que pode ser ouvido *online* ou salvo para ser reproduzido quando e onde for do interesse do público, e não apenas no momento em que esses produtos são veiculados. Atenta a essa realidade, a *Rádio Web UFN*, educativa e universitária, procura transitar cada vez mais entre as heranças de linguagem, gêneros e formatos do rádio analógico, integradas às novas possibilidades de produção, veiculação e consumo que redes sociais e plataformas digitais oferecem.

O presente artigo é resultado de um trabalho desenvolvido ao longo de vários anos na Universidade Franciscana (UFN), e reflete não apenas a importância do rádio como meio de comunicação, que se sustenta mesmo diante do avanço tecnológico e do surgimento de novas formas de comunicação, como, também, sua capacidade de se adaptar, mantendo a relevância da forma de seu texto e de sua linguagem. Outro ponto que motivou este estudo são as conexões entre o trabalho radiofônico vivenciado em uma instituição do interior com os pressupostos históricos do rádio que, desde sua origem, marcaram-no como um veículo de comunicação popular que teve papel crucial na democratização da informação e desenvolvimento do cenário comunicacional no Brasil. Nesse sentido, um estudo sobre rádio *web* tem, sim, a pretensão de se constituir como parte da história radiofônica brasileira, pois,

Carla Simone Doyle **TORRES**

mais do que sobreviver longe dos grandes centros acadêmicos e tecnológicos, sua forma e seu conteúdo atualizam e ressignificam as práticas e linguagens do rádio.

Com o objetivo de historicizar a atuação da *Rádio Web UFN*, empreende-se aqui uma pesquisa de caráter quantitativo e qualitativo. Para isso, procede-se a uma pesquisa bibliográfica que parte de artigos anteriores sobre sua trajetória, bem como de relatórios de produção com números sobre o percurso e a atuação da *Rádio Web UFN* ao longo de 2019. A pesquisa bibliográfica também traz conceitos relacionados à prática radiofônica, que são apresentados aos alunos nas disciplinas de radiojornalismo do Curso de Jornalismo da UFN e postos em prática na produção e apresentação dos produtos veiculados. As análises e reflexões mais detalhadas acerca de conteúdos e rotinas produtivas são focadas em programas do gênero jornalístico apresentados ao vivo. Entre esses produtos estão uma síntese noticiosa, um programa de entrevistas, um programa esportivo, além de coberturas a eventos institucionais.

### **Mais de uma década *on line***

Antes de aprofundar o olhar sobre as atividades da Rádio, é preciso entender sua relevância no contexto da cidade e da região central do Rio Grande do Sul. A emissora é sediada pela Universidade Franciscana (UFN), instituição de natureza confessional e comunitária e segunda maior entre as oito instituições de ensino superior de Santa Maria. Entre elas, encontra-se a Universidade Federal de Santa Maria (UFSM), a primeira universidade pública do interior do Brasil. Santa Maria fica no centro geográfico do estado, a 290 quilômetros da capital, Porto Alegre. Fundada em 1797, a cidade tem mais de 280 mil habitantes, é a maior da região central e está entre as cinco maiores do estado. O setor terciário é um dos mais ativos do Município, no qual que estudantes e militares movimentam uma fatia importante da economia.

A UFN foi fundada em 1955, e iniciou seus trabalhos com a Faculdade de Filosofia, Ciências e Letras Imaculada Conceição (FIC) e a Faculdade de Enfermagem Nossa Senhora Medianeira (FACEM). Em março de 2018, passou a ser considerada Universidade, com 86% de seus 406 professores com título de mestres e doutores. A Instituição oferece 35 cursos de graduação, 25 de especialização, nove residências, seis mestrados e dois doutorados. Dados atuais apontam 5.472 alunos matriculados e 23.300 formados<sup>2</sup>.

Os Cursos de Jornalismo e de Publicidade e Propaganda iniciaram atividades em março de 2003. A *Rádio Web UFN* foi fundada há 13 anos, sob a denominação de *Radioweb Unifra*<sup>3</sup>, na tarde de 9 de maio de 2007, durante a realização do 5º Fórum de Comunicação Social do Centro Universitário Franciscano (SILVA et al, 2013, p. 6). Atualmente, é uma das 41 rádios com acesso via *web* de Santa Maria e, entre essas, a única classificada estritamente como educativa<sup>4</sup>.

A propósito de uma classificação ou perfil, Kischinhevsky et al (2018) refletem sobre a ainda dificultosa delimitação de um campo das rádios universitárias no Brasil. Após um panorama de controversas (ou ausentes) diretrizes legais, os autores entendem,

[...] contudo, que a radiofonia universitária apresenta características próprias que ampliam seu escopo de atuação para além do rádio educativo. Além de veicular programações com finalidades educativas e/ou culturais, as rádios universitárias oferecem um espaço de interlocução entre as instituições de ensino superior e a sociedade, apoiando a divulgação científica e tecnológica e servindo como espaço de formação profissional (KISCHINHEVSKY et al, 2018, p. 134)

Essa é uma das características que alinham perfeitamente a *Rádio Web UFN* com o universo cartografado pelo longo e amplo estudo relatado pelos autores acima citados. O trabalho de divulgação científica realizado pela

<sup>2</sup> Dados disponíveis em: <https://www.ufn.edu.br/site/institucional>. Acesso em: 04.jun.2020.

<sup>3</sup> À época, a instituição que a sedia, hoje Universidade Franciscana (UFN), chamava-se Centro Universitário Franciscano (UNIFRA).

<sup>4</sup> Dados do portal rádios.com.br. Disponível em: <https://www.radios.com.br/radio/cidade/santa-maria/12629>. Acesso em: 04.jun.2020.

Carla Simone Doyle **TORRES**

emissora é capaz de operar inclusive em caráter extensionista, visto que possibilita mudanças na vida prática da comunidade a partir do conhecimento construído por diferentes atores sociais que entram em contato com conteúdos de ciência e tecnologia. Isso também é possível quando, pela via reflexiva presente em entrevistas e debates, questões de cunho social, político, histórico e econômico também são colocadas e processadas de diferentes modos no seio da sociedade.

Hoje a estrutura da emissora concentra-se no Laboratório de Produção Radiofônica, que compreende uma sala base de geração de áudio e coordenação, uma central técnica, dois estúdios e uma sala de redação. A equipe é formada por dois técnicos e duas professoras coordenadoras, uma do Curso de Jornalismo e outra de Publicidade e Propaganda. Fazem parte da equipe ainda alunos monitores e voluntários, que produziram e conduziram programas voltados a diferentes públicos até o segundo semestre de 2019<sup>5</sup>.

Para acompanhar a rádio é preciso conectar-se pelo *link* disponível no *site* da Instituição<sup>6</sup>, ou acessá-la pelo aplicativo *RádiosNet*. Durante os semestres letivos, transmissões ao vivo são feitas também por meio de *lives* no perfil da Rádio no Facebook<sup>7</sup>. Este conteúdo também fica posteriormente disponível nessa página, para consumo sob demanda. Conteúdo transmídia – complementar à programação – é desenvolvido para postagem no perfil da Rádio na rede social Instagram<sup>8</sup>, que tem conexão com o perfil da emissora na plataforma *Spotify* (*Rádio Web UFPA*<sup>9</sup>). Ali, os conteúdos ficam disponíveis para audição *online* ou *download*, como *podcasts*.

---

<sup>5</sup> No primeiro semestre de 2020, a suspensão das atividades presenciais a partir da segunda quinzena de março impediu a completude do processo seletivo para as vagas de monitoria. Pela primeira vez em sua história, a *Rádio Web UFPA* viu seus trabalhos interrompidos. A programação prosseguiu com produções acadêmicas antigas sendo rodados, além de programas jornalísticos, programas de entretenimento, incluindo programação musical.

<sup>6</sup> Disponível em: <https://www.ufpa.edu.br/site/radio>. Acesso em: 13.mar.2020

<sup>7</sup> Disponível em: <https://www.facebook.com/radiowebufpa/>. Acesso em: 13.mar.2020

<sup>8</sup> Disponível em: <https://www.instagram.com/radioufpa/>. Acesso em: 13.mar.2020

<sup>9</sup> Disponível em: [https://open.spotify.com/show/0MM4ZxsDrTqfTNjwrxQAHu?si=\\_6PpXuduTak5lifHjY\\_o9A](https://open.spotify.com/show/0MM4ZxsDrTqfTNjwrxQAHu?si=_6PpXuduTak5lifHjY_o9A). Acesso em: 25.mar.2020.

Desde 2007 o perfil da programação mescla vários gêneros, do jornalístico ao especial, passando pelo propagandístico (BARBOSA FILHO, 2009). No entanto, a partir do primeiro semestre de 2019, com uma rotina mais próxima entre os cursos de Jornalismo e de Publicidade e Propaganda, um grande número de novas produções foi lançado. Para entender melhor a evolução da programação, cabe observarmos como se deu a distribuição entre gêneros e formatos na programação da Rádio ao longo dos anos.

Em 2007, a Rádio foi inaugurada com um programa que faz parte de sua programação até hoje: *Informação* (SILVA et al 2013). Na época, tratava-se de uma síntese noticiosa com os principais fatos do dia em Santa Maria, no Estado, no Brasil e no exterior. Entravam no gênero jornalístico ainda os programas *Produção Unifra*, *Em Pauta*, *Radioweb Entrevista* e o esportivo *Titular da Rede*. Esta, aliás, é outra das produções que se mantiveram ativas até março de 2020, antes da suspensão das atividades presenciais devido à pandemia por Covid-19. Seguindo a classificação de Barbosa Filho (2009), voltados ao gênero do entretenimento, tínhamos *De Papo pro ar*, *Oficina de Ideias*, além dos musicais *Caldeirão Nacional*, *As músicas do meu Baú*, *Gaúcho.com*, os culturais *Histórias do Rock* e *Cine Pop Unifra*, com informações sobre o mundo do cinema e da música. Voltados ao gênero educativo-cultural estava *Rádio Inca*, com dicas de saúde sobre prevenção do câncer, com produção do Instituto Nacional do Câncer.

O levantamento de Silva et al (2013) mostrava que, até aquele ano, se haviam mantido os programas *Informação*, *Titular da Rede*, *As músicas do meu baú* e *Gaúcho.com*. Os novos programas na grade da então *Rádio Web Unifra* eram *Ponto e Vírgula*, que assumia formatos diferentes (entrevistas, debates e documentários) durante o semestre, pois tinha ritmo de produção vinculado à realização da disciplina de Radiojornalismo II; *Jogo de Damas*, que trazia informações e comentários sobre a maioria dos esportes, exceto futebol;

Carla Simone Doyle **TORRES**

além dos musicais *Aleatório*, *This is America*, e do programa do gênero Especial, *Só pra Variar*, com música e informação durante a tarde.

## **Das atualidades da programação**

O olhar sobre as produções atuais da *Rádio Web UFN* toma como base a programação preparada para o segundo semestre de 2019. A partir da classificação de gêneros de Barbosa Filho (2009), temos que, dos 26 diferentes programas veiculados no período considerado, 16 deles são pertencentes ao gênero Entretenimento. Dentre os que constituem espaços de programação musical, estão *Caixa de Música*, *MPB UFN*, *Nós Vamos Invadir Sua Praia*, *Só pra Variar*, *Top 20*, *Sucessos Internacionais*, *Toca Tudo*, *Stereo Box*, *Acústico UFN*, *Instrumental UFN*, *Rock Total*, *Tuntz*, *Rock Gaúcho*, *Gaúcho.com*, *Rock Gaúcho Nacional*, *Mais da Semana*. Cinco são do gênero jornalístico: *UFN Informação*, *UFN Entrevista*, *Programa de Debate/Documentário*, *Titular da Rede* e *Crônicas da Vida*. Outros três pertencem ao gênero Educativo-cultural: *Cultural*, *Das gurias* e *O tema é Direito*. Um representa o gênero propagandístico: *Pastoral Universitária*; e um quarto exemplifica o gênero Especial: *Rádio Blog*.

Mesmo a análise preliminar da programação permite traçar alguns quadros comparativos. Por exemplo, hoje 61,5% dos programas são do gênero Entretenimento, 19,2% são do gênero Jornalístico, 11,5% são Educativo-cultural, enquanto que os gêneros Propagandístico e o Especial representam, cada um, 3,8% do total de programas. Na comparação, a porcentagem de programas de Entretenimento é alta – especialmente se comparada à porcentagem de jornalísticos. No entanto, como destaca Barbosa Filho (2009, p. 116), esse tipo de “painel musical [...] usualmente chega quase à totalidade da programação de determinadas emissoras”.

Como rádio universitária, a *Web UFN* tem o objetivo de aumentar o número absoluto e também a proporção de programas representantes de gêneros como o jornalístico e o educativo-cultural. No entanto, de modo geral,

com base no histórico da programação acessível pelo registro em artigo anterior sobre a *Rádio Web UFN*, temos que – junto a uma grade jornalística – a programação musical ampla e de qualidade sempre esteve entre seus objetivos:

A emissora tem, como proposta básica, funcionar como laboratório didático para as práticas radiofônicas do curso de Jornalismo do Centro Universitário Franciscano. Também objetiva disponibilizar aos ouvintes uma programação variada, enfocando basicamente informação e música de boa qualidade, com destaque para programas jornalísticos (boletins, reportagens, entrevistas, comentários, sínteses noticiosas, radiojornais, debates e documentários, entre outros) e musicais (SILVA et al, 2013, p. 07)<sup>10</sup>.

Adiante, este mesmo estudo traz mais detalhes sobre a programação de estreia. Dos dez programas mantidos no ar a cada semestre, três (30%) pertenciam ao gênero jornalístico – *Programa InformAção*, *Produção Unifra*, *Titular da Rede*; três (30%) faziam parte do gênero entretenimento como programação musical e programa musical – *Caldeirão Nacional*, *Gaúcho.com* e *As músicas do meu baú* respectivamente; três (30%) eram de caráter educativo-cultural – *As músicas do meu baú*, *CinePop Unifra* e *Programa Rádio INCA* (SILVA et al, 2013). Um dos espaços mantidos no ar a cada semestre (10% da programação) oscilava entre, pelo menos, os gêneros Jornalístico e Entretenimento, no qual revezavam-se os títulos *Em pauta*, *Oficina de Ideias*, *De papo pro ar* e *Radioweb Entrevista*, todos produzidos na disciplina de Radiojornalismo II, correspondente ao sexto semestre curricular do Curso de Jornalismo.

Em 2013, a grade passou por algumas mudanças. Com um programa a menos na contagem geral – agora eram nove – o relato optou pela classificação entre “Programas Jornalísticos” e “Programas Culturais/Musicais” (PIBER et al, 2013, p. 8). Trazida para classificação de gêneros criada por Barbosa Filho (2009), a proporção de distribuição dos gêneros na então

<sup>10</sup> À época da publicação do artigo, a Universidade Franciscana ainda era considerada centro universitário, daí seu nome Centro Universitário Franciscano (Unifra).

Carla Simone Doyle **TORRES**

programação atualizada da *Radioweb Unifra* ficou da seguinte maneira: o gênero jornalístico estava presente em quatro dos nove programas (44,4%) – *Informação, Titular da Rede, Jogo de damas e Ponto-e-Vírgula*; o gênero de entretenimento estava presente em quatro programas (44,4%) – *Gaúcho.com, Só pra Variar, Aleatório e This is America*; e o gênero educativo-cultural estava presente em um programa (11,1%) – *As músicas do meu baú*.

Entre os períodos levantados para observação, temos o mesmo intervalo de tempo: seis anos entre 2007 e 2013, e outros seis entre 2013 e 2019. Um paralelo entre as programações de cada momento já fornece elementos que servem como base para reflexões. A tabela a seguir dispõe, à direita, os anos de mapeamento; na vertical, estão distribuídos os gêneros explorados em cada período observado:

**Quadro 1:** Comparativo entre a manifestação dos gêneros ao longo do tempo na programação da *Rádio Web UFPA*.

	<b>GÊNERO JORNALÍSTICO</b>	<b>GÊNERO ENTRETENIMENTO</b>	<b>GÊNERO EDUCATIVO-CULTURAL</b>	<b>GÊNERO PROPAGANDÍSTICO</b>	<b>GÊNERO ESPECIAL</b>
<b>2007 (dez programas)*</b>	30%	30%	30%	-	-
<b>2013 (nove programas)</b>	44,4%	44,4%	11,1%	-	-
<b>2019 (26 programas)**</b>	19,2%	61,5%	11,5%	3,8%	3,8%

**Fonte:** Autoria própria.

Ao observar a tabela, rapidamente a atenção se volta para a divisão entre os gêneros Jornalístico, de Entretenimento e Educativo-cultural, os mais presentes desde o início da Rádio. Também chama atenção a inversão entre a abordagem dos gêneros Informativo e de Entretenimento quando se observa o período entre 2007 e 2019. O gênero jornalístico tem queda no quadro geral ao longo do tempo, enquanto o gênero de Entretenimento cresce

exponencialmente entre 2007 e 2019. O gênero Educativo-cultural começou em relativo equilíbrio com os demais e depois manteve-se em torno dos 11% de abordagem na grade semanal da *Rádio Web UFN*.

O asterisco (\*) colocado junto ao ano de 2007, na tabela 1, refere-se ao fato de que naquele ano a programação apresentou oscilação entre os diferentes gêneros, pois ela estava recebendo as produções da disciplina de Radiojornalismo II. Dentro do volume de programas este quadro com conteúdo de gênero flutuante representa 10% da programação, daí o somatório das porcentagens por gênero ser 90%.

Outra particularidade, representada pelo duplo asterisco (\*\*) no ano de 2019, refere-se ao conteúdo gerado por transmissões ao vivo quando da cobertura jornalística de eventos como vestibulares de inverno e de verão e Mostra das Profissões da Universidade Franciscana. Nesses momentos, a equipe é especialmente preparada e exigida, e a programação normal é suspensa para que tudo gire em torno de produtos como notícias, boletins e entrevistas sobre essa agenda extraordinária. No próximo tópico deste artigo, os produtos jornalísticos veiculados ao vivo são mais bem apresentados e discutidos. Antes disso, a tabela 1 permite mais algumas reflexões sobre a *Rádio Web UFN* de modo geral.

Um dado que chama atenção é o salto no número de programas entre o estudo de 2013 e o levantamento feito com base na grade do segundo semestre de 2019. No entanto, o espaço que realmente cresceu desde a estreia da Rádio foi o musical, seja em formato de programas ou de tempo de programação. Em 2007, assim como em 2019, o gênero Entretenimento foi basicamente formado por programação musical, mas se em 2007 o entretenimento representava em torno de 1/3 de programação, em 2019 o gênero já correspondia a cerca de 2/3 dela. De três programas, passou para 16. Observa-se um período de transição e de equilíbrio entre os gêneros jornalístico e de entretenimento no levantamento referente a 2013.

Carla Simone Doyle **TORRES**

Um fator que modificou algumas rotinas da *Rádio Web UFN* foi a aproximação entre o Laboratório de Produção Radiofônica (LAPRA), coordenado por uma professora do Curso de Jornalismo, e o Laboratório de Áudio da PP (LABTom), coordenado por uma professora do Curso de Publicidade e Propaganda (PP). Esse movimento começou no primeiro semestre de 2019 e valorizou não só o gênero Entretenimento, mais diretamente presente no universo da publicidade e da propaganda, mas também a produções ligadas a outros aspectos educativos e culturais, além dos próprios gêneros publicitário e propagandístico, também descritos por Barbosa Filho (2009). É importante destacar que, mesmo antes da aproximação mais intensa entre as atividades laboratoriais dos cursos de Jornalismo e de Publicidade e Propaganda, a grade musical já continha os 16 espaços musicais que tem até hoje.

A interdisciplinaridade tornou as produções mais diversificadas em vários sentidos. Desde os temas e convidados de inúmeras áreas, em função dos programas produzidos nas disciplinas de Radiojornalismo ou pela parceria com a UFN TV<sup>11</sup>, passando pela revalorização do *podcast*, que trouxe à programação referências estéticas vinculadas a produções já consagradas junto a outros públicos, os processos passaram a ser mais interligados. Essa interlocução incluiu desde reunião de pauta semanal, que contou com a presença de monitores e voluntários de ambos os cursos envolvidos, até o tratamento estético de materiais para divulgação de cada programa na grade da rádio e nas diferentes plataformas e redes sociais em que a *Rádio Web UFN* se inseriu ao longo de 2019.

## **O “ao vivo” como prática laboratorial fundamental no radiojornalismo**

---

<sup>11</sup> TV Institucional da Universidade Franciscana (Santa Maria-RS).

Como foi observado no início deste artigo, um olhar mais detalhado acerca de conteúdos e rotinas produtivas é voltado a programas do gênero jornalístico (BARBOSA FILHO, 2009) apresentados ao vivo. Entre esses produtos estão uma síntese noticiosa (*UFN Informação*), um programa de entrevistas (*UFN Entrevista*), um programa esportivo (*Titular da Rede*), além de coberturas a eventos institucionais, como Mostra das Profissões e Vestibular. O ano de 2019 é definido como período de análise e observação da Rádio Web UFN em função de a autora deste artigo ter assumido a coordenação do Laboratório a partir do início do referido ano.

### ***UFN Informação***

Síntese noticiosa, o *UFN Informação* é o programa mais antigo da *Rádio Web UFN*. Originalmente, chamava-se *Informação: Síntese dos principais fatos do dia*, estruturado para o projeto de extensão *Radiojornalismo Comunitário na Carai FM 103,6 MHz*, desenvolvido em 2006. “Durante dez minutos, de segunda a sexta-feira, o programa levou ao vivo informações para a comunidade de abrangência da Rádio Comunitária Carai FM, localizada na zona Sul da cidade” (SILVA; KERBER; KLEINÜBING, 2008, p. 1). As 142 edições foram apresentadas pelos alunos do Curso de Jornalismo do então *Centro Universitário Franciscano*.

A estrutura do quadro segue o conceito de Ferraretto (2001, p. 55) para síntese noticiosa, um tipo de informativo em que os fatos são hierarquizados em ordem crescente de importância. Cada acontecimento corresponde a uma nota, em um programa jornalístico que reúne, de forma objetiva, “os principais fatos ocorridos desde a sua última transmissão [...] sua duração varia entre cinco e dez minutos”.

Em 2007, com o início dos trabalhos da então *Rádio Web Unifra*, o programa foi apresentado diariamente, de abril a dezembro, das 20h às

Carla Simone Doyle **TORRES**

20h10min, dos estúdios da Rádio, no conjunto III da Instituição, totalizando 154 noticiários (SILVA; KERBER; KLEINÜBING, 2008).

A produção de notícias diárias estava baseada no material disponível na Internet e em releases de assessorias de órgãos públicos, principalmente. Foram fontes de notícias para o programa a Prefeitura de Santa Maria, em primeiro lugar, devido ao valor-notícia de proximidade, os serviços disponibilizados pelo Estado e município (INSS, SUS, Bolsa Família, Programa Fome Zero, Segurança Pública, Sine, Sebrae, Sesc), e ainda os portais estaduais e nacionais de notícia. A seleção do material obedeceu aos valores-notícia especificados e coerentes com a proposta. (SILVA; KERBER; KLEINÜBING, 2008, p. 5).

Entre aquele ano e 2018 houve alterações na linha editorial do programa. Ainda no segundo semestre de 2018, *Informação* era produzido considerando notícias que circulavam em âmbito local, nacional e mundial. Assim, a síntese noticiosa havia passado a abranger uma escala informacional muito maior. Enfatizavam-se outros valores para noticiabilidade no quadro. As fontes consultadas passavam ainda por Prefeitura Municipal e outras fontes locais, mas ampliavam-se até sites dos principais jornais e portais de notícias do Brasil e do mundo.

Durante o primeiro semestre de 2019 manteve-se esse caráter, ao mesmo tempo em que buscou-se vislumbrar a possibilidade de novas linhas editoriais. A cada semestre a *Rádio Web UFPA* tem um(a) acadêmico(a) monitor(a) do Curso de Jornalismo, que durante 12 horas semanais se dedica à produção radiofônica. A participação do monitor se estendeu de abril a julho de 2019, quando foram produzidas em torno de 60 sínteses noticiosas.

Naquele semestre, a produção (seleção, redação e montagem) se dava no começo das tardes, de segunda a sexta-feira. Entre os valores-notícia levados em consideração (TRAQUINA, 2002), estavam os critérios de seleção, passando por morte – no sentido olímpico apontado por Edgar Morin (1997) - notoriedade, proximidade, relevância, novidade, tempo (atualidade), notabilidade, inesperado, conflito, infração, escândalo. Os critérios contextuais visados foram equilíbrio e dia noticioso. Como critérios de construção, foram

empregados a simplificação, a amplificação e a relevância. Todo dia, às 20h, o programa estava trilhado e inserido na grade.

No segundo semestre de 2019, a rádio contou com dois monitores com seis horas semanais cada. *Informação* passou a ser um quadro informativo institucional semanal – *UFN Informação* – com apurações junto a secretarias, coordenações e demais departamentos da Universidade Franciscana, com veiculação às segundas-feiras, às 20h. Esse direcionamento editorial foi uma opção para tornar a apuração jornalística, embora menos ampla, mais intensa em termos de rotina produtiva, com incentivo ao diálogo semanal com as fontes institucionais, senão pessoalmente, ao menos por telefone ou e-mail.

Os valores-notícia de seleção priorizados passaram a ser proximidade, relevância e novidade. Entre os critérios contextuais, visou-se, principalmente, à disponibilidade – já que o tempo dedicado pelo monitor para a atividade havia sido bastante reduzido. Como os critérios de construção, passaram a valer o de simplificação, amplificação, relevância e personalização. Gravado e veiculado em caráter inédito às segundas-feiras, o programa *UFN Informação* passou a ser reprisado de terça a sexta-feira no mesmo horário. O caráter mais estável e protocolar da rotina acadêmica mantinha a atualidade das notas durante a semana. Produziram-se 16 edições de agosto a dezembro de 2019.

### ***UFN Entrevista***

O segundo monitor selecionado para as outras seis horas de atuação junto à Rádio Web UFN foi convidado a produzir e conduzir o UFN Entrevista, um programa com duração de 30 minutos, apresentado ao vivo, às 15h, nas quartas-feiras, com quatro reprises semanais. O objetivo da criação do quadro foi reforçar as práticas da disciplina de Radiojornalismo I, no 5º semestre do Curso. Diferente do *UFN Informação*, a abordagem temática não ficou circunscrita à Universidade Franciscana. A linha editorial comporta assuntos locais, regionais, nacionais ou mundiais.

Carla Simone Doyle **TORRES**

Na condução do Programa, preconiza-se o diálogo (FERRARETO, 2002), e vêm de Robert McLeish (1999) os tipos de entrevista mais explorados: *entrevista informativa*, que busca o diferencial no contexto; *entrevista interpretativa*, que fornece dados e pede explicações ao entrevistado; *entrevista-documentário*, que trabalha bem com a profundidade do olhar sobre alguns pontos e com a capacidade de reflexão sobre eles; e entrevista de *história oral*, que lida bastante com o recurso à memória do entrevistado. Gravaram-se 12 edições do programa entre os meses de agosto a novembro de 2019.

O desenvolvimento de cada edição buscou acompanhar o entendimento de Ferrareto (2001, p, 275 de que “o tema abordado condiciona as perguntas” e de que, “na relação entre o comunicador e a fonte, estabelece-se uma determinada atmosfera, um clima, que junto com o caráter desse entrevistado vai determinar o tom – formal ou informal – e o ritmo – normal ou rápido”. As temáticas foram sobre de corte das árvores no Bairro do Rosário a queimadas na Floresta Amazônica; de Mostra das profissões da UFN a Mês da Consciência Negra e a diversidade de gênero e respeito social: o alto número de assassinatos de mulheres transexuais em Santa Maria-RS.

### ***Titular da Rede***

Este programa é um dos mais antigos da programação da *Rádio Web UFN* e já constava no levantamento feito em 2013 (SILVA et al, 2013, p. 8). O objetivo inicial era “apresentar informações esportivas locais, estaduais, nacionais e internacionais, especialmente do futebol”.

Preferencialmente veiculado ao vivo, o programa de estúdio tem formato de mesa-redonda e cada edição tem duração de 30 a 45 minutos. A veiculação se dá pela *Rádio Web UFN* e, em paralelo, via *streaming*, pela

página do programa no Facebook<sup>12</sup>, às segundas, quartas e sextas-feiras, às 17h45min. As interações com o público são via comentários do Facebook.

Já formada para o primeiro semestre de 2020 – antes da suspensão das atividades presenciais devido ao Corona vírus – a equipe é composta por cinco estudantes voluntários. Há pelo menos dois anos os temas mais frequentes envolvem futebol, como questões concernentes à seleção brasileira, à série B do campeonato gaúcho, e demais competições que envolvem os times da região central e de Santa Maria-RS.

## Coberturas de eventos institucionais

Em 2019, a *Rádio Web UFN* deu mais atenção à agenda da Universidade Franciscana também em relação aos eventos. A cobertura ao vivo é a oportunidade por excelência para o exercício frequente dos critérios de noticiabilidade (TRANQUINA, 2004). A agilidade intelectual e rapidez de raciocínio, necessárias para selecionar, simultaneamente, os valores-notícia de seleção, contextuais e de construção, em transmissões ao vivo, colaboram para que o estudante adquira domínio sobre as técnicas de apuração e redação, e exercite sua capacidade de decisão e fluência verbal, características essas que são os fundamentos essenciais de um repórter profissional.

O exercício é intenso também para o apresentador. Para além do *script*, é preciso capacidade de improviso para manter a naturalidade da fala e a atenção a dados que possam ser periodicamente retomados, como atualização de serviços oferecidos. Isso pode ser útil caso haja algum problema técnico que atrase ou impossibilite a entrada ao vivo, ou mesmo se alguma alteração de última hora ou imprevisto acontecer no evento que está sendo transmitido.

Antes de cada cobertura há uma reunião de pauta com capacitações que incluem orientação sobre como explorar a linguagem falada e escrita no rádio, além de orientações para uso do *script*. Ao longo de 2019 foi dada uma

---

<sup>12</sup> Disponível em: <https://www.facebook.com/TitularDaRede10>. Acesso em: 23.abr.2020.

Carla Simone Doyle **TORRES**

atenção especial a um elemento fundamental da prática radiofônica, a expressão vocal<sup>13</sup> dos comunicadores, decisiva para a emissão correta e produtiva de notas, entrevistas e reportagens. Alguns pontos fundamentais trazidos por Ferraretto (2001) foram enfatizados junto aos alunos, tais como a necessidade de ler o texto previamente à transmissão. A atenção dos estudantes também foi direcionada para o cuidado com a respiração correta, distância do microfone, intensidade da emissão vocal, necessidade de manter a expressão gestual e as pausas corretas para favorecer a fluência da fala e não levar uma leitura truncada aos ouvidos de quem acompanha.

As coberturas que mais se destacaram no decorrer do ano foram os vestibulares de verão e inverno e a Mostra das Profissões, quando são apresentados à comunidade os cursos oferecidos pela UFN. Também houve transmissão de palestras e entrevistas com profissionais em outras oportunidades, como convidados e apresentadores do Simpósio de Ensino, Pesquisa e Extensão, além de programações mais localizadas, como aulas inaugurais, entre outras realizações da Instituição. Nos maiores eventos, estão sempre presentes a coordenação da Rádio, equipe técnica, monitores, voluntários regulares e eventuais. Nos vestibulares e na Mostra, por exemplo, há pelo menos quatro estudantes de Jornalismo revezando-se no decorrer de turnos entre as funções de reportagem e de apresentação.

Após cada transmissão são realizadas reuniões de avaliação, nas quais cada aluno recebe um feedback da coordenadora da *Rádio Web UFN* a respeito de sua participação e desempenho. Durante as reuniões os técnicos e

---

<sup>13</sup> Ao observar a importância de trabalhar esse aspecto, a Coordenadora da *Rádio Web UFN* oferece a disciplina optativa de Expressividade Vocal no Curso de Jornalismo da Universidade Franciscana, que chegou à terceira edição em 2019. Nessas edições, reuniram-se estudantes que fizeram parte da equipe da Rádio ou passariam a fazer a partir daí. Os relatos dos alunos comprovam a necessidade de dar mais atenção a esse aspecto durante a formação dos comunicadores, e os resultados em suas falas são notáveis ao longo de quatro meses, ou mesmo em menos de um mês, quando é oferecida uma versão intensiva de férias.

estudantes também relatam eventuais problemas e experiências a fim de aperfeiçoar os trabalhos de cobertura.

## Considerações finais

Os 13 anos da *Rádio Web UFN* proporcionaram a observância de diferentes fases e características. Um ponto a ser considerado é a predominância das transmissões esportivas, sobretudo de futebol. Embora se reconheça a necessidade de ampliar a cobertura de outras modalidades esportivas, também se torna visível a resistência dos estudantes em se desvencilhar do apego ao futebol, em parte reforçado pela cobertura massiva realizada pelos meios de comunicação tradicionais.

Os últimos anos mostram que a necessidade de formar público chega com força em outros segmentos, como cultura, saúde, política e economia, para os quais um dos produtos radiofônicos mais promissores, ultimamente, é o *podcast*. Mesmo que sua lógica não tenha nada de novo, e vigore basicamente desde o início dos anos 2000, trata-se de um produto que, como tantos outros, oscila em popularidade. A *Rádio Web UFN* tem aberto espaço para projetos em *podcast*, que se configuram como espaços promissores para os futuros comunicadores testarem novas ideias. A proliferação dos *podcasts* reflete a segmentação que o mercado da comunicação atravessa nas últimas décadas.

Outro ponto a ser considerado é o estudo do panorama formado pela presença dos gêneros ao longo dos anos na programação da rádio. Há uma notável inversão entre a presença do gênero jornalístico e o do entretenimento. Particularmente, a programação musical dá um salto entre os estudos sobre as programações de 2007 e de 2019. A rádio está, aparentemente, alinhada com um perfil de rádio comercial, e isso se faz refletir sobre que rumos queremos para ela ou sobre que rumos é preciso tomar, seja no sentido de repensar esse alinhamento ou de mantê-lo. E não apenas de música se faz o entretenimento, como fica claro no estudo aqui traçado.

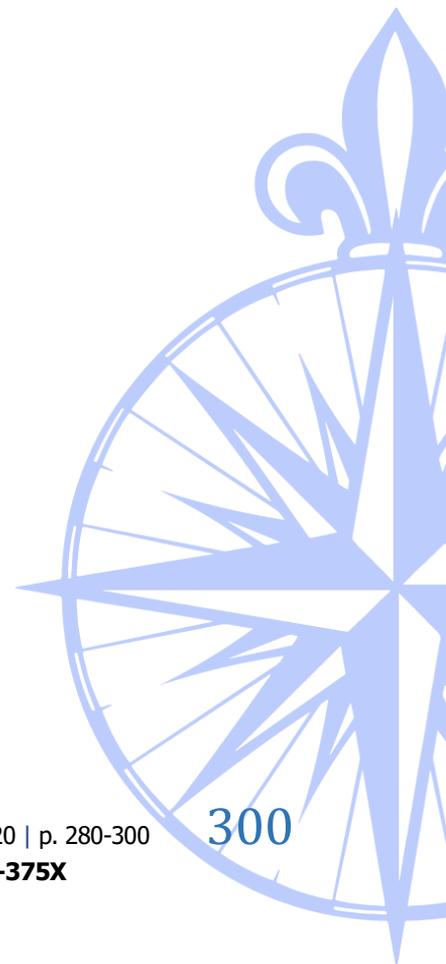
Carla Simone Doyle **TORRES**

Produtos classificados como pertencentes ao gênero educativo-cultural também apresentam mesclas em seu perfil, que permitem vislumbrarmos o recurso ao entretenimento em meio a eles. Nesse sentido, a aproximação crescente entre os cursos de Publicidade e Propaganda e de Jornalismo nos planejamentos e realizações parece não somente fortalecer a criação de produtos radiofônicos intergêneros, mas, também, facilitar uma integração de conhecimentos para também possibilitar um melhor entendimento desses engendramentos de gêneros e conhecimentos.

## Referências

- BARBEIRO, Heródoto; LIMA, Paulo Rodolfo de. **Manual de radiojornalismo**: produção, ética e internet. Rio de Janeiro: Elsevier, 2003.
- BARBOSA FILHO, André. **Gêneros radiofônicos**: os formatos e os programas em áudio. São Paulo: Paulinas, 2003.
- FERRARETTO, Luiz Artur. **Rádio**: o veículo, a história e a técnica. Porto Alegre: Sagra Luzzatto, 2001.
- KISCHINHEVSKY, M.; MUSTAFA, I.; PIERANTI, O. P.; HANG, L. Rádios Universitárias no Brasil: Um Campo em Constituição. **Revista Latinoamericana de Ciencias de la Comunicación (Alaic)**, v. 15, p. 132-142, 2018.
- McLEISH, Robert. **Produção de rádio**: um guia abrangente de produção radiofônica. São Paulo: Summus, 1999.
- PEREIRA, Angélica. **Webrádios universitárias**: Realidades, desafios e possibilidades para a educomunicação. Programa de Pós-Graduação em Tecnologias Educacionais em Rede. Dissertação de mestrado. Santa Maria: UFSM, 2016.
- MARTINS, Nair Prata Moreira. **A web rádio e geração digital**. Trabalho apresentado no XXXII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, GP Rádio e Mídia Sonora, Curitiba-PR, 2009.
- MORIN, Edgar. **Cultura de massas no século XX**. Volume 1: Neurose. São Paulo: Forense, 1997.
- SILVA, Gilson Luiz Piber da; FONSECA, Aurea Evelise; KROTH, Maicon; GONÇALVES, Luana Iensen; ABREU, Tiéle. Radioweb Unifra: Seu histórico, sua evolução e sua época presente. In: **Revista Rádio-Leituras**, Ano IV, Num 02 Edição Jul-Dez.2013.
- SILVA, Gilson Piber; KERBER, Rogério; KLEINÜBING, Caroline. **Informação, uma síntese noticiosa para a Rádio Comunitária Carai FM**. Anais do IX Congresso de Ciências da Comunicação na Região Sul, Guarapuava, 29 a 31 de maio de 2008.

TRAQUINA, Nelson. **Teorias do jornalismo**: porque as notícias são como são. Florianópolis: Insular, 2004.



# AS CARACTERÍSTICAS DO OUVINTE DE RÁDIO NO BRASIL NA PERSPECTIVA DAS PESQUISAS RADIOFÔNICAS

## THE CHARACTERISTICS OF THE RADIO LISTENER IN BRAZIL FROM THE PERSPECTIVE OF RADIO RESEARCH

Bruno Anderson Ferreira BALACÓ<sup>1</sup>

Edgard PATRÍCIO<sup>2</sup>

Universidade Federal do Ceará | Brasil

### Resumo

Este artigo tem como objetivo identificar as características do ouvinte de rádio, no momento em que o veículo tem recém completado 100 anos de atuação no Brasil. Utilizamos como parâmetro uma revisão de literatura histórica sobre as pesquisas acadêmicas que versam sobre o papel da audiência radiofônica no País, nas quais foram esboçados conceitos como os de ouvinte internauta (LOPEZ, 2010), ouvinte fiel (PRATA, 2002) e ouvinte expandido (FERRAZ, 2019). Em formato de estado da arte, o levantamento mapeou um total de 25 tipologias de ouvintes. A partir dessa coleta de dados, sistematizamos, com base nas técnicas de Análise de Conteúdo (BARDIN, 2004), marcadores que sintetizam cada um desses perfis. Chegamos a 17 traços característicos, que compõem o resultado final desta pesquisa.

### Palavras-chave

rádio; radiojornalismo; ouvinte; audiência; pesquisas radiofônicas.

### Abstract

This paper aims to identify the characteristics of the radio listener, at a time when the vehicle has just completed 100 years of operation in Brazil. We used as a parameter a review of historical literature on academic researches that deal with the role of the radio audience in the country, where concepts such as internet user listener (LOPEZ, 2010), faithful listener (PRATA, 2002) and expanded listener (FERRAZ, 2019). In a state of the art format, the survey mapped a total of 25 types of listeners. Based on this data collection, we systematized, based on Content Analysis techniques (BARDIN, 2004), markers that synthesize each of these profiles. We reached 17 characteristic features that make up the final result of this research.

### Keywords

radio; radio journalism; listener; audience; radio research.

RECEBIDO EM 30 DE MARÇO DE 2020  
ACEITO EM 06 DE MAIO DE 2020

<sup>1</sup> JORNALISTA. Mestrando em Comunicação no Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Universidade Federal do Ceará (PPGCOM-UFC) e especialista em Comunicação e Marketing em Mídias Digitais pela Estácio. Membro do Grupo de Pesquisa Práxisjor – Práxis no Jornalismo (UFC). Contato: brunoandersonfb@gmail.com.

<sup>2</sup> JORNALISTA. Doutor em Educação pela Universidade Federal do Ceará (UFC), mestre em Educação pela UFC. É professor adjunto do curso de jornalismo da UFC, além de professor e coordenador do programa de pós-graduação em Comunicação da mesma instituição. Coordenador do Grupo de Pesquisa Práxisjor (UFC). Contato: edgard@ufc.br.

## Introdução

**E**sboçar o perfil do ouvinte de rádio dos dias de hoje parece uma missão complexa, que exige um trabalho de bastante profundidade a quem se propõe fazer esse tipo de estudo. Em meio a tantas questões a serem decifradas sobre a audiência radiofônica, um ponto surge como consenso nos estudos acadêmicos: a ideia de que o ouvinte de rádio da atualidade é peça-chave e protagonista no contexto comunicacional das emissoras, exercendo diferentes funções. Diante dos avanços tecnológicos, que abriram espaço para o surgimento de novos canais de participação, o ouvinte opina sobre os assuntos que estão sendo comentados durante a programação, envia perguntas para os apresentadores e comentaristas, sugere pautas, reclama de algo ligado ao seu cotidiano, questiona figuras públicas, desabafa sobre seus problemas, debate sobre política, economia e comenta as últimas notícias de seu time de futebol.

É com o objetivo de indicar as características do ouvinte de rádio brasileiro que propomos essa pesquisa, utilizando como referência uma revisão de literatura de perspectiva histórica, sobre os estudos radiofônicos que se debruçaram sobre o papel do ouvinte no rádio brasileiro. Diante disso, realizamos um levantamento - em formato de estado da arte - utilizando diferentes bases, como o portal de periódicos da Capes, a Biblioteca Digital Brasileira de Teses e Dissertações (BDTD) e os repositórios dos Grupos de Trabalho (GTs) dos congressos da Intercom, Compós, Alcar e SBPJor, utilizando as chaves de busca "ouvinte" e "rádio", tendo como delimitação temporal publicações das últimas duas décadas, de 2000 a 2019, compreendendo a fase contemporânea do rádio brasileiro, que se situa, segundo Zuculoto (2008), do início do século XXI aos dias atuais.

A partir dessa consulta, mapeamos 25 diferentes tipologias de ouvintes, entre conceitos bem explorados nas produções acadêmicas, como os de ouvinte internauta (LOPEZ, 2010) e ouvinte fiel (PRATA, 2002), além de termos

recentemente esboçados, como o de ouvinte expandido (FERRAZ, 2019). Fazendo uso de técnicas de Análise de Conteúdo (BARDIN, 2004), sistematizamos em um quadro cada um desses perfis, bem como os autores que trabalharam esses termos, apontado marcadores que nos oferecerão um conjunto de características do ouvinte de rádio no País.

## **O ouvinte radiofônico**

A noção que se tem da palavra 'ouvinte' está associada à de escuta, de recepção, em referência a qualquer indivíduo humano na situação específica em que participa de um processo comunicativo. Levado para o âmbito radiofônico, o conceito de ouvinte está ligado a aquele indivíduo que é um "seguidor da emissora, que acompanha parte ou toda a programação" (CUNHA, 2010). Pode também ser definido como "pessoa que ouve rádio" ou "pessoa ou grupo de pessoas (público) habitualmente atingidas por determinada emissora ou programa de rádio" (RABAÇA; BARBOSA, 2001).

Mais do que simplesmente escutar, o ouvinte tem um papel histórico de interação, participando da programação sonora desde as primeiras transmissões radiofônicas, que no Brasil datam do dia seis de abril de 1919, quando a Rádio Clube de Pernambuco foi ao ar pela primeira vez, em Recife. Desde então, a relação entre o rádio e sua audiência se estabeleceu por diferentes formas e canais. Nas primeiras décadas, a escuta se dava apenas através da operação de emissoras de rádio AM (Amplitude Modulada), nas modulações de ondas curtas, médias e tropicais. A partir da década de 1960, começam a surgir no Brasil as emissoras que operam em FM (Frequência Modulada), atuando como rádios comerciais, educativas ou comunitárias.

Na década de 1920, que teve como marco a primeira transmissão pública de rádio (no dia sete de setembro de 1922, no Rio de Janeiro, como parte das comemorações do centenário da Independência do Brasil) e a instalação da primeira emissora regular do País (a Rádio Sociedade do Rio de Janeiro, fundada por Edgard Roquette Pinto, em 1923), os ouvintes eram

convidados a informar, através de cartas, sobre as condições de recepção do sinal das rádios (QUADROS, 2013). Entre as décadas de 1920 e 1930, o envio de cartas para as emissoras também era utilizado como meio de participação em concursos onde os ouvintes concorriam a prêmios. Aos poucos, foram sendo introduzidas novas formas de participação da audiência na programação. Entre as décadas de 1930 e 1940, surgiram os programas de auditório, que deram a oportunidade de o ouvinte assistir presencialmente as transmissões de programas musicais, além de rádio-novelas e humorísticos, em um cenário onde o público interagia diretamente com a emissora, de forma síncrona.

Na década de 1950, no momento em que os programas de auditório começaram a migrar do rádio para a TV (veículo que dava os primeiros passos no Brasil), o ouvinte radiofônico viu a abertura de um novo canal de participação: o telefone. Com isso, podia ligar para a emissora e até mesmo entrar ao vivo na programação. Essa estratégia foi sendo aperfeiçoada à medida que a tecnologia de telecomunicações foi se desenvolvendo até a chegada do celular, plataforma de comunicação móvel, que facilitou não só a participação da audiência, como também as coberturas externas dos repórteres, trazendo as informações com mais agilidade e praticidade direto do local dos acontecimentos, em relação à fórmula empregada até então, com o telefone sem fio utilizado nas unidades móveis de frequência modulada. Em meio a esse cenário, a internet comercial chega ao Brasil em 1995, possibilitando a participação da audiência também por meio do correio eletrônico (e-mail), chats e torpedos, num contexto que caracteriza a chamada "Fase de convergência" do rádio brasileiro:

A gradativa consolidação da telefonia celular, introduzida no país em 1990, e da internet, cujo acesso comercial é liberado aos brasileiros no ano de 1995, vai fazer com que se conforme uma nova fase histórica em termos de rádio, na qual influenciam também novos modos de acesso à informação e de relacionamento derivados destas duas tecnologias. (FERRARETTO, 2012, p. 17).

O advento da internet também impactou de forma significativa a participação do ouvinte junto às emissoras, através do surgimento de canais de interação da audiência mais acessíveis. Dentre eles, conforme descreve Quadros (2015): os sites institucionais, através de enquetes, fóruns, seções “Fale Conosco” e de jornalismo participativo, formulários para pedidos musicais, comentários e promoções; em salas de bate-papo (chats); por correio eletrônico (e-mail); através de programas de mensagem instantânea (tais quais o MSN ou GTalk); blogs; e mais recentemente sites de redes sociais digitais (como Twitter, Facebook, Instagram e Youtube). Nestes espaços, o ouvinte tem a possibilidade de interagir com a emissora, com os profissionais e também com outros ouvintes, através de postagens em redes sociais abertas, como Facebook e Twitter. Esses novos usos, à medida que se massificam, acabam se sobrepondo às outras formas tradicionais de interatividade, como cartas, e-mails, fóruns e telefonemas, que aos poucos vão caindo em desuso.

## **As múltiplas faces do ouvinte de rádio**

A trajetória da comunicação radiofônica mostra que o ouvinte de rádio é, antes de tudo, um sujeito inquieto. Alguém que não se contenta em apenas ouvir, informar-se e entreter-se através do veículo, mas que também quer se colocar em comunicação com o rádio, se tornar um agente da programação, um colaborador, um abastecedor, como profetizou Brecht (2005, p. 42), em seu texto ‘Teoria do rádio’, escrito entre 1927 e 1935, quando o veículo ainda dava os primeiros passos enquanto mídia sonora no Brasil.

A natureza inquietada e participativa do ouvinte pode ser verificada nas pesquisas dos autores que se debruçaram a estudar os múltiplos papéis da audiência ao longo da história do rádio brasileiro. Após um levantamento em produções acadêmicas nacionais, mapeamos 25 tipologias de ouvintes, que variam desde apenas rótulos atribuídos a eles até conceitos sistematizados.

Ressalta-se que todas as categorias levadas em conta esboçam uma ideia de comportamento e características do público que acompanha essa mídia.

Um dos trabalhos mais abrangentes acerca do tema é a pesquisa de Quadros, Besspalhok, Bianchi e Kaseker (2017), que enumera oito categorias de ouvintes com validade em uma realidade comunicacional convergente, visando compreender as ações do consumidor do rádio convencional e do rádio expandido, em que as transmissões transbordam das ondas sonoras (ou hertzianas) para a TV por assinatura, sites, *podcasting*, dispositivos móveis e redes sociais digitais, segundo a definição de Kischinhevsky (2016).

O primeiro perfil apresentado pelas autoras é o do **ouvinte aficionado**, que, nos primeiros tempos de rádio no Brasil, era, acima de tudo, um curioso, um descobridor que, ao entrar em contato com o universo sonoro propiciado pelo novo meio, tornava-se um aficionado. O segundo perfil destrinchado é o de **ouvinte construtor**, inserido no contexto da chamada Era de Ouro do rádio brasileiro (período de profissionalização, ascensão e de maior penetração do veículo na sociedade), definido como aquele que colabora, em certa medida, na construção da programação das emissoras, que, por um lado, passa a influenciar as produções radiofônicas realizadas e, por outro, passa a operar como influenciador de outros ouvintes, ou potenciais ouvintes, de suas emissoras e programas de sua preferência.

Na sequência, as autoras apresentam o **ouvinte consumidor**, definido como aquele que participa ativamente da construção do próprio mercado de consumo cultural na Modernidade, uma vez que o veículo sempre abriu espaço para a divulgação de uma infinidade de produtos e serviços, seja em forma de publicidade, institucionalizada e permitida na radiodifusão brasileira em 1932, através de decreto que prevê que as emissoras possam ter até 10% de sua programação sob a forma de publicidade. Há casos na história do rádio brasileiro em que a própria atuação comercial deu origem ao surgimento de emissoras de rádio, como ocorreu com a Ceará Rádio Clube, inaugurada oficialmente em 1934, em Fortaleza, a partir da atuação de seu

fundador, João Dummar, à frente da empresa que mantinha: as Casas Dummar, que revendia aparelhos radiofônicos. Por décadas, a imagem da empresa esteve associada diretamente à emissora.

O quarto e o quinto perfis também são originários da época dos programas de auditório, tão populares no rádio nas décadas de 1930 e 1940. O primeiro deles é o **ouvinte fã**, que tem acesso direto aos artistas que se apresentavam no rádio. Esse perfil de audiência criou a cultura dos fã-clubes e seguia os passos de seus ídolos por onde quer que fossem. O segundo perfil é o de **ouvinte em cena**, que inaugura um tipo de participação mais efetiva, em que o público se apresentava para jurados e outros ouvintes em busca de reconhecimento e premiação na área musical, entrando em cena e fazendo parte do espetáculo do rádio, interagindo também com vaias e aplausos durante as apresentações. Dessa forma, a audiência também era utilizada como termômetro das atrações: se a reação fosse negativa, o programa era reformulado ou retirado do ar.

No início da década de 1960, a presença do ouvinte em cena é ressignificada, no momento em que o rádio passa a adotar uma linha mais informativa, de utilidade, em que os ouvintes em cena aparecem como fontes de informação. Esse quadro se acentua na década de 1970, com a popularização do telefone como meio de participação do ouvinte, que passa a interagir com as emissoras para informar desastres, participar das seções de achados e perdidos, compartilhar receitas e se torna até fonte de pesquisa para trabalhos escolares (QUADROS et. al, 2017). É também nesse período que o rádio vive um período de reestruturação (FERRARETTO, 2001), com o início das transmissões regulares e comerciais em FM, que chegam para disputar espaço e a preferência dos ouvintes com as emissoras AM. Nesse cenário o rádio segmenta sua audiência, com cada um desses dois tipos de emissora apostando em características próprias de som e abrangência:

Seguindo a tendência verificada após o final do rádio espetáculo, as estações de amplitude modulada concentram-se no jornalismo, nas

coberturas esportivas e na prestação de serviços a população. Este último aspecto, por vezes, materializa-se em programas popularescos centrados na figura de um comunicador que simula um companheirismo para o ouvinte, enquanto explora de modo sensacionalista situações do cotidiano. Nas FMs, predomina a música. Inicia um processo de divisão do público que vai se consolidar nos anos 80. (FERRARETO, 2001, p. 155)

Nesse contexto de segmentação, o rádio AM atrai um ouvinte que ganha espaço para falar de seus problemas, fazer esclarecimentos, pedidos, conselhos, queixas e orientações (MOREIRA, 2000). Ainda dentro do espectro do rádio de amplitude modulada, cabe salientar a importância do ouvinte de emissoras que operam em Ondas Curtas, que são capazes de atingir longas distâncias de propagação. Nas primeiras décadas de rádio no Brasil, muitos ouvintes utilizavam essa faixa para ouvir emissoras internacionais, captando o sinal de emissoras da Europa, por exemplo. Aos poucos, o modelo foi caindo em desuso, mas atualmente segue sendo importante no Brasil, sobretudo na região amazônica, por ser um dos poucos meios eficientes para levar informação a lugares distantes e nem sempre acessíveis pelas emissoras tradicionais.

Já o perfil dos ouvintes de emissoras FM busca cativar um público jovem e que faz uso de um estilo mais descontraído, focado em música e humor. A participação do ouvinte “manifesta-se principalmente através do telefone, fazendo seus pedidos musicais e enviando recados através da figura dos comunicadores”. (QUADROS, 2013). Esse protagonismo que o ouvinte começa a ter, quando entra em cena e se torna uma fonte da programação, se consolida de vez a partir dos anos 1990, numa década marcada pela entrada do rádio na internet. É nesse contexto que surge o **ouvinte-internauta**. Essa tipologia é uma das oito citadas no artigo de Quadros et al. (2017) e foi sistematizada por Lopez (2010). Ao falar de um ouvinte que passa a explorar os recursos de interatividade da *web*, como e-mail, blog e sites de redes sociais (como Facebook e Twitter), a autora define esse perfil como sendo aquele que é “produtor de conteúdo, que gosta de participar das decisões sobre a programação da emissora”, que “consome a informação em áudio enquanto

navega, enquanto lê, enquanto circula pelas redes sociais”, que “busca outras fontes de informação, cruza, contesta, discute, corrige, atualiza, conversa com o jornalista que está no ar”. (LOPEZ, 2010, p. 141).

Também inserido nesse contexto de ampliação dos canais de interação através das plataformas digitais, Quadros et al. (2017) apresentam o sétimo perfil: o **ouvinte participativo**, identificado como aquele que passa a ganhar cada vez mais vez e voz no rádio, participando de informações e dando sugestões de pauta, repassando informações do trânsito e dos problemas da cidade. O oitavo e último perfil apresentado pelas autoras é de **ouvinte convergente**, que destaca o papel do ouvinte na Era da Convergência, definido como sendo aquele que participa da programação radiofônica por diferentes plataformas, como sites de redes sociais, blogs, SMS, e-mail, mensagens de áudio, etc.

A exemplo de Quadros et. al (2017), outras duas pesquisas trabalham com distintas categorias de ouvintes. A primeira delas é a de Moreira (2016), que descreve quatro tipologias, apresentando os perfis de ouvinte pauteiro, entrevistado, comentarista e repórter, formulados a partir de seu trabalho de observação etnográfica da programação de emissoras *all news* no *dial* do rádio brasileiro, reconfigurado pelas redes sociais digitais. O **ouvinte pauteiro** é descrito como aquele que atua nos bastidores, compartilhando suas experiências com a emissora e sugerindo pautas para o jornalismo, em temáticas que o atingem diretamente. É também aquele que exerce um papel de cidadão, oferecendo às emissoras o compartilhamento *off-line* de experiências cotidianas que movem o radiojornalismo.

O **ouvinte entrevistado** é aquele que se aproxima da função de fonte jornalística, atuando, geralmente, em enquetes ou, ainda, como testemunha de acontecimentos. Um dos formatos mais conhecidos deste tipo de participação é o ‘povo fala’, modalidade utilizada por emissoras de rádio para garantir uma suposta pluralidade de vozes ao abordar assuntos em voga. Ao

falar do ouvinte repórter, a autora contextualiza que essa tipologia supre algumas necessidades mais urgentes dos jornalistas de rádio, constantemente confrontados com a lógica do tempo ao apurar e veicular notícias sobre acontecimentos de última hora. Esse perfil é mencionado em outros trabalhos acadêmicos, como nos de Klöckner (2000), Danelli; Orlando (2015) e Jacomino; Kaseker (2017). Na dissertação de Monte (2019) há um esforço de sistematização do conceito de **ouvinte repórter**, descrito como aquele que colabora com a construção do conteúdo do radiojornalismo, conhece a programação, sugere pautas, faz críticas às reportagens e entrevistas (sejam elas construtivas ou não), dá opinião, informa sobre o trânsito, ajudando assim a construir o conteúdo jornalístico da rádio, fazendo uso de diversas ferramentas tecnológicas de interação.

O **ouvinte comentarista**, segundo Moreira (2016), é aquele que é sempre estimulado a participar de programas nos quais a opinião do público é uma das atrações, assemelhando-se, em certos casos, a um especialista. Sua participação é contemplada, sobretudo, como uma mensagem de voz gravada por meio de aplicativos bem como mensagens de texto via celular, comentários nos perfis de redes sociais online, entre outros.

A outra pesquisa que desenvolve mais de uma categoria de ouvintes é a dissertação de Maia (2017), que trabalha com três tipologias, que retratam períodos distintos de participação do ouvinte, situados na era de convergência dos meios no contexto da CBN de Curitiba, emissora que serviu como objeto de sua pesquisa. O primeiro perfil apresentado é o do **ouvinte audiência**, classificado como aquele que entra em contato com a emissora, principalmente por telefone, para enviar críticas, recados e algumas vezes sugestões. De acordo com a autora, esse ouvinte se comporta de forma crítica, mas tem pouca participação nas decisões ou recortes realizados pela emissora. O segundo perfil é o do **ouvinte ativo**, aquele que, facilitado em grande parte pela efetivação das redes sociais na emissora, passa a ter um papel mais ativo, enviando textos, imagens, vídeos e sons. Por fim, a autora descreve o **ouvinte**

**produtor**, como sendo aquele que envia informações, fotos e vídeos sobre diversos fatos, principalmente sobre os relacionados ao trânsito.

Além do conceito de ouvinte repórter, outro termo trabalhado por mais de um autor nas pesquisas radiofônicas no Brasil é o de **ouvinte torcedor**, que aparece mencionado nos trabalhos de Guerra (2000), Silva (2010), Sousa (2013) e Farina (2018), destacado como o perfil daquele ouvinte que, nos programas esportivos e transmissões de jogos de futebol, não só ouve, mas também participa e é um interlocutor que desempenha um papel social na programação, atuando em várias frentes, seja no estádio, por telefone ou pela internet. Entende-se que a noção atribuída a esse perfil pode ser replicada ao se referir a outros personagens característicos da programação radiofônica, tais como o ouvinte taxista, sertanejo ou religioso, que aparecem citados em pesquisas acadêmicas sobre a audiência radiofônica, porém não são termos desenvolvidos de forma a descrevê-los através de conceitos ou características.

Há, contudo, em outras pesquisas radiofônicas, denominações que expressam termos clássicos da audiência no rádio que são trabalhadas como conceito. Caso da noção de **ouvinte fiel**, definido por Prata (2002) como sendo aquele que é um seguidor da emissora, que acompanha parte ou toda a programação, que sabe os nomes dos comunicadores, que conhece os horários dos programas, que participa com sugestões e até críticas e sente-se, de alguma forma, parte da vida da rádio. Além disso, pode ser identificado como aquele que não ouve qualquer outra emissora que não seja aquela da sua preferência absoluta. Faz ainda propaganda da rádio e induz outras pessoas a também fazerem parte do público cativo.

Outro perfil dessa natureza é o **ouvinte web**, descrito por Barbeiro; Lima (2001) como sendo aquele que é exigente e não se contenta em saber o que acontece. Ele quer também saber como, por que, quais os fatos geradores e como isso vai alterar a sua vida no dia a dia e sua atuação como cidadão de

sua comunidade, país, continente e planeta. Esse perfil de consciência crítica também é uma marca registrada em outros dois perfis. Um deles é o de **ouvinte cidadão**, apresentado por Klöckner (2000) como aquele que discute questões mais amplas do que as que mídia lhe propõe, que é politizado, que está por dentro dos assuntos, não aceita qualquer opinião e nem os pacotes prontos apresentados pela mídia, além de propor novos temas e novas discussões. O outro é o de **ouvinte militante**, caracterizado, na definição de Araújo (2017), pela interferência constante nas emissoras, falando diariamente em vários programas. É como uma espécie de cronista do cotidiano, repórter informal, comentarista sem contrato de trabalho, analista não institucionalizado na hierarquia das emissoras.

Amparado no conceito de rádio expandido (Kischinhevsky, 2016), o levantamento mostrou ainda outros cinco perfis: o ouvinte enunciador, o ouvinte espectador, o ouvinte comunicador, o ouvinte fonte e o ouvinte expandido. O **ouvinte enunciador** é definido por Quadros; Amaral (2016) como um receptor de rádio que busca estabelecer uma relação com a emissora, utilizando-se de ferramentas interativas para enviar informações, opiniões, perguntas, correções ou críticas, e que tem sua voz, ainda que de forma indireta, inserida na narrativa. Já o **ouvinte espectador**, conforme a descrição de Souza; Amorim (2018) traduz aquele que é idealizado a partir de um conceito de que a audiência é diretamente atingida pela transmissão ao vivo do *Facebook* e, diferente do ouvinte tradicional de rádio, recebe as informações também através de imagens. A noção de **ouvinte comunicador**, formulada por Carvalho (2018), se refere a aqueles que combinam o uso de telefones celulares e das redes sociais para a promoção do protagonismo local, ao transmitirem textos, áudios e vídeos sem depender de experiências coletivas de gestão e programação de uma emissora. Nesse contexto, o ouvinte é também um usuário, que comenta, curte e compartilha utilizando as funcionalidades dos sites de redes sociais.

Também antenado ao conteúdo radiofônico e a repercussão imediata nas redes sociais digitais está a noção de **ouvinte fonte**, definido por Quadros (2018) como sendo aquele que é proativo, que busca participar e intervir quase sempre que simultaneamente na narrativa que consome. Além disso, atua por iniciativa própria ou em resposta a convites à interação destinados a uma audiência massiva e anônima. A autora acrescenta que a contribuição desse perfil de ouvinte serve, muitas vezes, como alerta para uma nova pauta. Atento, atua ainda na correção imediata à informação errônea levada ao ar.

Dialogando com a própria noção de rádio expandido, surge o conceito de **ouvinte expandido**, definido por Ferraz (2019) como sendo aquele que, a cada interação, sente-se parte do sistema de construção dos conteúdos transmitidos pelo rádio ou por um *podcast*: opina, informa, faz perguntas, estabelece pautas, transforma-se em fonte da informação, põe no ar sua voz – ainda que controlada pelo emissor em seu antigo papel – e transforma sua atitude social a partir da interação com redes de ouvintes, constituindo uma comunidade despida de territorialidade pela característica digital da comunicação.

## **Análise do perfil do ouvinte de rádio no Brasil**

A partir da apresentação das 25 tipologias de ouvintes mapeados nas pesquisas radiofônicas brasileiras, organizamos um quadro que sistematiza cada um desses perfis. A partir da definição dada pelos autores em suas pesquisas, apontamos marcadores que identificam o comportamento de cada um dos termos. A soma dos traços definidores de cada tipologia constituirá a ideia do que seriam as características presentes no ouvinte brasileiro, sob a perspectiva das pesquisas radiofônicas realizadas no País. A construção do quadro a seguir é baseada nos conceitos apresentados anteriormente neste trabalho, através de pesquisadores que se debruçaram em estudos sobre o ouvinte radiofônico. Nessa etapa, recorreremos às técnicas da Análise de Conteúdo, metodologia descrita por Bardin (2004) como sendo a que faz uso

de um “conjunto de técnicas de análise das comunicações visando obter por procedimentos sistemáticos e objetivos de descrição do conteúdo das mensagens dos indicadores (quantitativos ou não)”. A conferir:

**Quadro 1:** Perfis de ouvintes trabalhados em pesquisas radiofônicas:

<b>TIPO DE OUVINTE</b>	<b>DEFINIÇÃO</b>	<b>AUTORES QUE TRABALHAM O TERMO</b>	<b>MARCADORES CARACTERÍSTICOS</b>
Ouvinte aficionado	Ouvinte curioso, um descobridor, que, ao entrar em contato com o universo sonoro proporcionado pelo rádio, se torna um aficionado.	- Quadros; Bespalhok, Bianchi; Kaseker (2017)	- Entusiasta com o veículo rádio
Ouvinte construtor	Ouvinte que colabora, em certa medida, na construção da programação das emissoras, que passa a influenciar as produções radiofônicas realizadas, a operar como influenciadores de outros ouvintes, ou potenciais ouvintes, de suas emissoras e programas de preferência.	- Quadros; Bespalhok, Bianchi; Kaseker (2017)	- Colabora com a construção de conteúdos
Ouvinte consumidor	Ouvinte que participa ativamente da construção do próprio mercado de consumo cultural da modernidade.	- Quadros; Bespalhok, Bianchi; Kaseker (2017)	- Participa da construção do mercado de consumo cultural a partir do rádio
Ouvinte fã	Ouvintes que têm acesso direto aos seus ídolos e criam a cultura de fãs-clubes de suas referências no rádio.	- Quadros; Bespalhok, Bianchi; Kaseker (2017)	- Cultua os artistas que se apresentam no rádio
Ouvinte em cena	Ouvinte que participa efetivamente dos programas, entrando em cena e fazendo parte do espetáculo do rádio. Colabora como fonte na programação.	- Quadros; Bespalhok, Bianchi; Kaseker (2017)	- Participação ativa como parte do espetáculo do rádio - Atua como fonte jornalística
Ouvinte internauta	É um produtor de conteúdo, que gosta de participar das decisões sobre a programação da emissora. Consome a informação em áudio enquanto navega, enquanto lê, enquanto circula pelas redes sociais. Busca outras fontes de informação, cruza, contesta, discute, corrige, atualiza, conversa com o jornalista que está no ar.	- Lopez (2010)	- Colabora com a construção de conteúdos - Corrige informações - Contesta - Faz críticas
Ouvinte participativo	É o ouvinte que participa com informações e dando sugestões de pauta, repassando informações do trânsito e dos problemas da cidade.	- Quadros; Bespalhok, Bianchi; Kaseker (2017)	- Sugere pautas - Atua como fonte jornalística - Denuncia problemas.

## AS CARACTERÍSTICAS DO OUVINTE DE RÁDIO NO BRASIL NA PERSPECTIVA DAS PESQUISAS RADIOFÔNICAS

Ouvinte Convergente	É o ouvinte que participa por diferentes plataformas, como sites de redes sociais, blogs, SMS, e-mail, mensagens de áudio, etc.	- Quadros, Bepalhok, Bianchi e Kaseker (2017)	- Colabora com a construção de conteúdos
Ouvinte repórter	Aquele que colabora com a construção do conteúdo, que conhece a programação, sugere pautas, faz críticas às reportagens e entrevistas, dá opinião, informa sobre o trânsito, ajuda a construir o conteúdo jornalístico da emissora, fazendo uso de diversas ferramentas tecnológicas de interação.	- Monte (2019) - Danelli; Orlando (2015) - Klöckner (2000) - Jacomino; Kakeser (2017) - Pessoa (2016)	- Colabora com a construção do conteúdo - Sugere pautas - Faz críticas - Emite opiniões
Ouvinte enunciator	Receptor de rádio que busca estabelecer uma relação com a emissora, utilizando-se de ferramentas interativas para enviar informações, opiniões, perguntas, correções ou críticas, e que tem sua voz, ainda que de forma indireta, inserida na narrativa.	- Quadros; Amaral (2016).	- Colabora com a construção dos conteúdos - Emite opiniões - Corrige informações - Faz críticas
Ouvinte comentarista	É sempre estimulado a participar de programas nos quais a opinião do público é uma das atrações assemelhando-se, em certos casos, a um especialista. Sua participação é contemplada, sobretudo, como uma mensagem de voz gravada por meio de aplicativos bem como mensagens de texto via celular, comentários nos perfis de redes sociais online, entre outros.	- Pessoa (2016)	- Emite opiniões
Ouvinte cidadão	Discute questões mais amplas do que as que mídia lhe propõe. É politizado, está por dentro dos assuntos, não aceita qualquer opinião e nem os pacotes prontos apresentados pela mídia. Propõe novos temas e novas discussões.	- Klöckner (2000)	- Colabora com a construção dos conteúdos
Ouvinte pauteiro	Atua nos bastidores, compartilhando suas experiências com a emissora e sugere pautas para o jornalismo, em temáticas que o atingem diretamente. É também aquele que exerce um papel de cidadão, oferecendo às emissoras o compartilhamento off-line de experiências cotidianas que movem o radiojornalismo.	- Pessoa (2016)	- Sugere pautas - Compartilha experiências cotidianas
Ouvinte entrevistado	Aproxima-se da função de fonte jornalística, atuando, geralmente, em enquetes ou, ainda, como testemunha	- Pessoa (2016)	- Atua como fonte jornalística – É

	de acontecimentos. Um dos formatos mais conhecidos deste tipo de participação é o 'povo fala'.		testemunha de acontecimentos
Ouvinte espectador	Idealizado a partir de um conceito de que a audiência diretamente atingida pela transmissão ao vivo do Facebook não se enquadra como ouvinte tradicional de rádio, porque recebe as informações também através de imagens. Porém também não se enquadra como espectador tradicional, pois esse formato não pretende se transformar em televisão e muito menos informar exclusivamente por imagens.	- Souza; Amorim (2018).	- Assiste a transmissões de programa de rádio pelas redes sociais
Ouvinte militante	Caracteriza-se pela interferência constante nas emissoras, falando diariamente em vários programas. São cronistas do cotidiano, repórteres informais, comentaristas sem contrato de trabalho, analistas não institucionalizados na hierarquia das emissoras.	- Araújo (2017)	- Emite opinião - Atua como fonte jornalística - Colabora com a construção de conteúdos
Ouvinte comunicador	Combinam o uso de telefones celulares e das redes sociais para a promoção do protagonismo local, ao transmitirem textos, áudios e vídeos sem depender de experiências coletivas de gestão e programação de uma emissora.	- Carvalho (2018)	- Colabora com a construção de conteúdos - Sugere pautas
Ouvinte web	É exigente. Não basta saber o que acontece, ele quer saber como, por que, quais os fatos geradores e como isso vai alterar a sua vida no dia a dia e sua atuação como cidadão de sua comunidade, país, continente e planeta.	- Barbeiro; Lima (2001)	-Contesta - Faz críticas
Ouvinte fonte	É proativo, que busca participar e intervir quase sempre que simultaneamente na narrativa que consome. Além disso, atua por iniciativa própria ou em resposta a convites à interação destinados a uma audiência massiva e anônima. Serve, muitas vezes, como alerta para uma nova pauta. Atento, atua ainda na correção imediata à informação errônea levada ao ar.	- Quadros (2018)	-Corrige informações - Sugere pautas - Atua como fonte jornalística
Ouvinte fiel	É um seguidor da emissora, que acompanha parte ou toda a programação, sabe os nomes dos comunicadores, conhece os horários dos programas, participa com sugestões e até críticas e sente-se, de	- Prata (2002)	- Sugere pautas - Faz críticas - Engaja novos ouvintes para a emissora

## AS CARACTERÍSTICAS DO OUVINTE DE RÁDIO NO BRASIL NA PERSPECTIVA DAS PESQUISAS RADIOFÔNICAS

	alguma forma, parte da vida da rádio. É também aquele que não ouve qualquer outra emissora que não seja aquela da sua preferência. Faz ainda propaganda da rádio e induz outras pessoas a também fazerem parte do público cativo.		
Ouvinte torcedor	Nos programas esportivos e transmissões de jogos de futebol, não só ouve, mas também participa e é um interlocutor que desempenha um papel social na programação, atuando em várias frentes, seja no estádio, por telefone ou pela internet.	- Guerra (2000) - Farina (2018) - Sousa (2013) - Silva (2010)	- Emite opinião - Colabora com a construção de conteúdos
Ouvinte expandido	Aquele que, a cada interação, sente-se parte do sistema de construção dos conteúdos transmitidos pelo rádio ou por um <i>podcast</i> : opina, informa, faz perguntas, estabelece pautas, transforma-se em fonte da informação, põe no ar sua voz – ainda que controlada pelo emissor em seu antigo papel – e transforma sua atitude social a partir da interação com redes de ouvintes, constituindo uma comunidade despida de territorialidade pela característica digital da comunicação.	- Ferraz (2019)	- Colabora com a construção de conteúdos - Sugere pautas - Emite opiniões - Atua como fonte jornalística
Ouvinte audiência	Entram em contato com a emissora principalmente por telefone para enviar críticas, recados e algumas vezes sugestões. Consome as informações de forma crítica, mas com pouca participação nas decisões ou recortes realizados pela emissora.	- Maia (2017)	- Faz críticas - Sugere pautas
Ouvinte ativo	Facilitado em grande parte pela efetivação das redes sociais na emissora, passa a ter um papel mais ativo, enviando textos, imagens, vídeos e sons.	- Maia (2017)	- Colabora com a construção de conteúdos - Faz críticas
Ouvinte produtor	Aquele que envia informações, fotos e vídeos sobre diversos fatos, principalmente sobre os relacionados ao trânsito.	- Maia (2017)	- Colabora com a construção de conteúdos - Sugere pautas

**Fonte:** elaborado pelo autor.

A análise das 25 tipologias listadas acima detectou 17 traços característicos de comportamento do ouvinte, a partir das pesquisas radiofônicas brasileiras. São eles: 1) Entusiasta com o veículo rádio, 2) Colabora com a construção de conteúdos, 3) Participa da construção do

mercado de consumo cultural a partir do rádio, 4) Cultua os artistas que se apresentam no rádio, 5) Participa de forma ativa como parte do espetáculo do rádio, 6) Colabora com a construção de conteúdos, 7) Corrige informações, 8) Contesta, 9) Faz críticas, 10) Sugere pautas, 11) Atua como fonte jornalística, 12) Faz denúncias, 13) Emite opiniões, 14) Compartilha experiências cotidianas, 15) É testemunha de acontecimentos, 16) Assiste a transmissões de programas de rádio pelas redes sociais e 17) Engaja novos ouvintes para a emissora.

Entre os marcadores, observaram-se duas características recorrentes nos perfis descritos nas pesquisas radiofônicas no Brasil: a do ouvinte que colabora com a construção dos conteúdos, que aparece em 12 das 25 tipologias (quase metade do total), e a do ouvinte que sugere pautas, identificado em nove tipologias. Destaque também para o indicador de ouvinte como fonte jornalística, que faz críticas e o que emite opiniões, que aparecem em quatro perfis.

A análise das 25 tipologias de ouvinte apresentadas também nos permite concluir que muitos dos perfis se entrecruzam na cronologia do rádio brasileiro e apresentam um alto grau de semelhança em suas definições. É o caso dos perfis dos ouvintes pauteiro, comunicador, repórter, enunciador e audiência, que trazem como elemento central característico: a sugestão de pauta. Observamos também o mesmo cenário nos perfis de ouvinte fonte e ouvinte entrevistado, que apresentam como essência a atuação da audiência como fonte na programação.

## **Considerações finais**

Tendo em vista que o levantamento contempla pesquisas de âmbito acadêmico em diferentes níveis, entre periódicos, dissertações e teses desenvolvidas por muitos dos principais pesquisadores de rádio do País, num espaço de tempo de publicação considerável, de duas décadas (entre 2000 e 2019), entendemos que o resultado final, que apontou 17 marcadores,

apresenta um recorte significativo das características do ouvinte de rádio brasileiro, que exaltam a variedade de papéis que a audiência radiofônica desempenha atualmente.

Vale ressaltar que os perfis/termos/tipos/conceitos de ouvintes apresentados são frutos de análises em diferentes objetos empíricos pelo País - sobretudo na atuação das emissoras informativas – obtendo resultados a partir de diferentes técnicas metodológicas, tais como observação sistemática, análise de conteúdo e entrevistas. Essa abrangência de métodos e objetos de estudo nos dá a segurança de que o levantamento buscou ser o mais amplo possível na missão de identificar o perfil dos ouvintes de rádio.

Ressalta-se, contudo, que este estudo não teve a pretensão de representar uma totalidade de papéis e funções que o ouvinte radiofônico tem desempenhado nas últimas duas décadas. A intenção desta pesquisa foi retratar sobre o que os pesquisadores brasileiros têm identificado quanto aos perfis e características da audiência radiofônica. Espera-se que este trabalho sirva como ponto de partida para novos levantamentos sobre o papel do ouvinte de rádio e que se possa também mapear novas características ou mesmo outros elementos que o mapeamento não conseguiu alcançar, até mesmo para reafirmar o que foi dito aqui, de que o ouvinte é um sujeito inquieto e, tal qual o rádio, está em constante processo de reinvenção.

## Referências

- AMORIM, Francisco; SOUZA, Patrícia. **As vozes do Rádio têm rostos:** O programa Gaúcha Hoje e os processos de produção das transmissões ao vivo no Facebook. In: VIII JPJOR, São Paulo, 2018.
- ARAÚJO, Ed Wilson Ferreira. **Ágora Eletrônica:** Tipologia da Audiência Militante nos Programas Jornalísticos de Rádio AM, em São Luís. In: 40º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação (Intercom): Curitiba, 2017.
- BARBEIRO, Heródoto; LIMA, Paulo Rodolfo de. **Manual de radiojornalismo.** Rio de Janeiro: Campos, 2001.
- BARDIN, Laurance. **Análise de Conteúdo.** Lisboa: Edições 70, 2004.
- BRECHT, Bertold. Teoria do rádio. In: MEDITSCH, Eduardo (Org.). **Teorias do Rádio – Textos e Contextos.** Florianópolis: Insular, 2005.

- CUNHA, Magda. In: **Enciclopédia INTERCOM de Comunicação**. Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação, São Paulo, 2010.
- DANELLI, Carolina; ORLANDO, Simone. **O uso do WhatsApp na rotina de produção de rádio BandNews Fluminense FM**. In: 38º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação (Intercom): Rio de Janeiro, 2015.
- FARINA, Marcelo. **Recepção de mensagens jornalísticas esportivas na Rádio Gaúcha**. Dissertação (Faculdade Casper Líbero): São Paulo, 2018.
- FERRARETTO, Luiz Artur. **Rádio: o veículo a história e a técnica**. Porto Alegre: Ed. Sagra Luzzato, 2001.
- FERRARETTO, Luiz Artur. Uma proposta de periodização para a história do rádio no Brasil. **Revista da economia política de las tecnologías de la información y de la comunicación**, São Cristóvão, v. 14, n.2, p. 1-24, maio/ago. 2012.
- FERRAZ, Nivaldo. Um conceito de ouvinte expandido. **Rev. Rumores (USP)**, v. 13, p. 274-293, 2019.
- GUERRA, Márcio. **Você, ouvinte, é a nossa meta: a importância do rádio no imaginário do torcedor do futebol**. 1.ed. Rio de Janeiro: Etc Editora, 2002.
- JACOMINO, Giovanni; KASEKER, Mônica. **Você é o Repórter?: Uma análise sobre a participação do ouvinte na Rádio Paiquerê**. In: 40º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação - Intercom Júnior, Curitiba, 2017.
- KISCHINHEVSKY, Marcelo. **Rádio e mídias sociais: Mediações e interações radiofônicas em plataformas digitais de comunicação**. Rio de Janeiro: Mauad X, 2016.
- KLÖCKNER, Luciano. **Radiojornalismo de serviço: o rumo da AM em tempos de internet**. In: XXIII Congresso Brasileiro de Ciência da Comunicação (Intercom), Manaus, 2000.
- LOPEZ, Debora Cristina. **Radiojornalismo hipermidiático: tendências e perspectivas do jornalismo de rádio allnews brasileiro em um contexto de convergência tecnológica**. Covilhã, Portugal: LabCom, 2010.
- LOPEZ, Debora; QUADROS, Mirian. O rádio e a relação com o ouvinte no cenário de convergência: uma proposta de classificação dos tipos de interatividade. **Famecos**, v.22, n.3, p. 164-181, 2015.
- MAIA, Bárbara. **O processo de convergência no radiojornalismo: transformações profissionais na rádio CBN-Curitiba**. Dissertação (UFPR): Curitiba, 2017.
- MONTE, Rachel Gomes Braga. **WhatsApp e seleção de pautas: o processo de gatekeeper no programa o povo no rádio e as estratégias do ouvinte-repórter para emplacar pautas na programação**. Dissertação (UFC): Fortaleza, 2019.
- QUADROS, Mirian; AMARAL, Márcia Franz. O ouvinte-enunciador nas narrativas radiofônicas: as disputas pelo poder de voz. **Rizoma**, v. 4, n. 2, p. 108-121, dez. 2016.
- PESSOA, Sônia. **O empoderamento sutil do ouvinte no radiojornalismo: os desafios de uma cultura além da escuta**. In: XXIX Congresso Brasileiro de Ciência da Comunicação (Intercom): São Paulo, 2016.

PRATA, Nair. **A fidelidade do ouvinte de rádio.** In: XXV Congresso Brasileiro de Ciência da Comunicação (Intercom): Salvador, 2002.

RABAÇA, Carlos Alberto; BARBOSA, Gustavo. **Dicionário de Comunicação.** São Paulo: Ática, 2001.

QUADROS, Cláudia Irene de; BESPALHOK, Flávia Lúcia Bazan; BIANCHI, Graziela Soares; KASEKER, Mônica Panis. Perfis de ouvintes: perspectivas e desafios no panorama radiofônico. **Revista Matrizes.** v.11, n. 1 jan./abr. São Paulo, 2017

QUADROS, Mirian Redin de. **As redes sociais no jornalismo radiofônico:** as estratégias interativas adotadas pelas rádios Gaúcha e CBN. Dissertação (UFSM): Santa Maria, 2013.

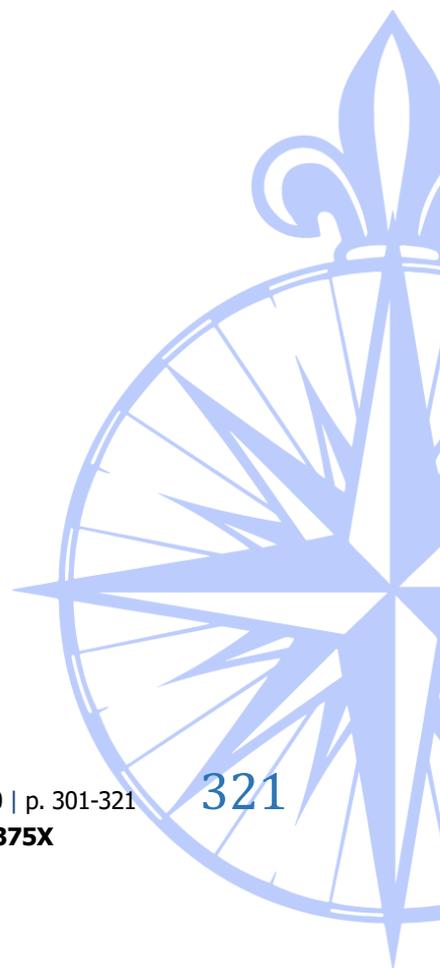
QUADROS, Mirian Redin de. **O ouvinte no rádio:** uma análise histórico-descritiva da interatividade radiofônica. In: IX Encontro Nacional de História da Mídia (Alcar): Ouro Preto, 2013.

QUADROS, Mirian Redin de. **O lugar do ouvinte nas narrativas radiofônicas:** concessão de voz e critérios de acionamento dos ouvintes-enunciadores. Tese (UFSM), Santa Maria, 2018.

SILVA, Ednelson. **Narração esportiva no rádio:** subjetividade e singularidade do narrador. In: ECCOM: Lorena-SP, 2010.

SOUSA, Pedro Henrique. **Estratégias e vozes narrativas nas transmissões esportivas:** o futebol no rádio. Dissertação (PUC-MG): Belo Horizonte, 2013.

ZUCULOTO, Valci Regina Mousquer. **As grandes fases do Rádio Público brasileiro:** em busca de uma periodização para pesquisas históricas deste segmento da radiofonia nacional. In: XXXI Congresso Brasileiro de Ciência da Comunicação (Intercom): Natal, 2008.



# O OUVINTE E A MESA-REDONDA ESPORTIVA NO RÁDIO: uma extensão do “papo de bar”

## THE LISTENER AND THE SPORTS ROUNDTABLE ON THE RADIO: an extension of the “bar talk”

Carlos GUIMARÃES<sup>1</sup>

Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul | Brasil

### Resumo

O artigo pretende analisar o comportamento dos ouvintes de quatro programas de mesa redonda no rádio esportivo de Porto Alegre a partir da participação deles em fóruns de discussão. Estes espaços são a área de comentários do Facebook durante a realização dos debates. Considera-se a hipótese de que estes fóruns operam como uma continuidade do que é discutido nos programas. Situa-se teoricamente a partir de conceber o rádio sendo, em primeiro momento, um companheiro (BRECHT, 2000) e uma extensão de sentidos do homem (McLUHAN, 1964). Pretende-se observar a ação do ouvinte nesta relação, entendendo-o como um agente de produção no conteúdo radiofônico através do seu agir comunicativo (HABERMAS, 1981) e do papel assumido por ele neste ambiente (GOFFMAN, 2014). Para analisar esse material, utiliza-se a análise de conteúdo (BARDIN, 2016) como metodologia principal.

### Palavras-chave

Rádio; Jornalismo Esportivo; Redes Sociais; Audiência; Mesa-redonda esportiva.

### Abstract

The article intends to analyze the behavior of listeners of four “roundtable” programs on sports radio in Porto Alegre based on their participation in discussion forums. These spaces are the Facebook comments area during the debates. It is assumed that these forums operate as a continuation of what is discussed in the programs. It is theoretically situated from the conception of the radio, being, in the first moment, a companion (BRECHT, 2000) and an extension of man's senses (McLUHAN, 1964). It is intended to observe the action of the listener in this relationship, understanding him as a production agent in radio content through his communicative action (HABERMAS, 1981) and the role he assumed in this environment (GOFFMAN, 2014). To analyze this material, content analysis (BARDIN, 2016) is used as the main methodology.

### Keywords

Radio; Sports Journalism; Social Network; Audience; Sports Roundtable.

RECEBIDO EM 02 DE ABRIL DE 2020  
ACEITO EM 11 DE MAIO DE 2020

<sup>1</sup> Doutorando em Comunicação pelo Programa de Pós-Graduação da Faculdade de Comunicação e Design (FAMECOS), da Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul (PUCRS). Mestre em Comunicação e Informação pela Universidade Federal do Rio Grande do Sul (UFRGS). Contato: csguimaraes@gmail.com

## Introdução

**S**eis pessoas conversam sobre futebol. Estão dispostas em torno de uma mesa, com um microfone para cada integrante do debate. Essa conversa é transmitida pelo rádio. Falam sobre os assuntos mais relevantes que o esporte apresentou no final de semana, como, por exemplo, a rodada do Campeonato Brasileiro e o título do Flamengo na Copa Libertadores da América de 2019. A troca de opiniões obedece a uma pauta, a uma lógica de assuntos e a uma linha de edição que, por duas horas, norteia os integrantes do programa. Trata-se de uma mesa-redonda<sup>2</sup> no rádio, formato consagrado nas programações das emissoras de rádio brasileiras que cobrem futebol.

Ferraretto (2014, p.74) define a mesa-redonda como um tipo de programa, constituído pela opinião de convidados ou participantes que se aprofundam em temas da atualidade, interpretando-os. Quando o tema é o futebol, é preciso salientar que o jornalismo esportivo tem, em sua base, uma independência em forma e conteúdo, por conta de editorias especializadas no assunto tratem o futebol com certa frouxidão nos rigores jornalísticos (AMARAL, 1969; MARQUES DE MELO, 2003; OSELAME, 2012). Os programas esportivos, em uma grade de informação, também se diferenciam em suas abordagens. Ao contrário dos tradicionais programas informativos, o formato de mesa-redonda permite um relaxamento maior dos integrantes da bancada, especialmente por conta de como a trajetória deste tipo de programa foi construída no rádio informativo.

A partir da fase de convergência do rádio brasileiro (FERRARETTO, 2012), as emissoras adotaram como estratégia expandir suas transmissões para outras plataformas. Com o impacto das redes sociais na comunicação contemporânea, é natural que o conteúdo apresentado outrora apenas em

---

<sup>2</sup> Conforme o Dicionário Houaiss (2015, p.634), o vocábulo *mesa-redonda* é um substantivo feminino, escrito com hífen e que representa uma conferência em que todos os participantes têm igual importância.

modalidade radiofônica tenha um transbordamento para outros meios. Redes como o Facebook e o YouTube, por exemplo, permitem a visualização do programa, como se fosse uma transmissão pela televisão. Remete-se ao conceito de segunda tela, originalmente empregado para o conteúdo televisivo, em que “um equipamento ligado à Internet é utilizado pelo telespectador simultaneamente à programação de televisão numa navegação influenciada pelo conteúdo exibido” (CANATTA, 2014, p.74). Aplica-se, portanto, este conceito ao rádio: enquanto a programação é transmitida normalmente pelas ondas hertzianas ou por dispositivos na internet<sup>3</sup>, as emissoras de rádio disponibilizam canais onde é possível assistir aos programas e, por conta da arquitetura de redes sociais como o Facebook e o Youtube, permite-se comentar sobre o que é dito pelos comunicadores, ou mesmo promover debates paralelos nos fóruns dedicados às opiniões dos ouvintes.

A proposta do artigo é analisar o comportamento dos ouvintes nestes fóruns de discussão no Facebook enquanto ocorre, simultaneamente, a realização de quatro mesas-redondas no rádio esportivo de Porto Alegre. O recorte se aplica aos programas Dupla em Debate, da Rádio Grenal; Ganhando o Jogo, da Rádio Guaíba; Sala de Redação, da Rádio Gaúcha e Toque de Bola, da Rádio Bandeirantes. A hipótese é que estes comportamentos se manifestam como uma extensão do que é transmitido, ou seja, o ouvinte sente-se pertencido, acolhido e atuante. O fluxo de opiniões no fórum atende à mesma dinâmica do conteúdo transmitido, como se houvesse um debate expandido entre os participantes destes espaços de comentários. A rede social analisada é o Facebook durante a transmissão das lives<sup>4</sup> disponibilizadas pelas emissoras. Aplica-se a análise de conteúdo como metodologia principal, seguindo as recomendações de Bardin (2016), a partir de um referencial teórico a respeito da função do rádio como companheiro (BRECHT, 2000), do que é uma mesa-

---

<sup>3</sup> Trata-se de uma referência às rádios web, apoiando-se teoricamente nos conceitos de rádio expandido (KISCHINHEVS KY, 2011) e rádio hipermediático (LOPEZ, 2010), em que o rádio opera além das ondas hertzianas, com o conteúdo de áudio repassado através de plataformas disponíveis por conexões digitais.

<sup>4</sup> Momento em que acontece a segunda tela, isto é, enquanto o programa é transmitido pelo rádio, pode ser visto pela rede social, com a possibilidade do ouvinte comentá-lo durante a transmissão.

redonda no rádio (AMARAL; FERRARETTO, 2014; MARQUES DE MELO, 2003), de como funciona esse sentido de extensão para o ouvinte (McLUHAN, 1964), de que maneira quem recebe – a audiência - se torna agente de emissão (ENZENSBERGER, 1979; HABERMAS, 1981) e, por fim, de como se dá o comportamento do receptor em ambientes de *esfera pública*<sup>5</sup>, com as observações propostas por Goffman (2010).

## **A dinâmica da mesa redonda esportiva: a falação no horário do almoço**

A mesa-redonda esportiva permite uma abordagem menos engessada e formal que um debate sobre outros temas geralmente possuem. Essa descontração é uma marca do jornalismo esportivo. Marques de Melo (2003, p.115) cria a expressão esporte-espetáculo, pois ao lidar diretamente com a paixão das pessoas, o futebol é um meio pródigo para disseminar o sensacionalismo, no sentido de despertar sensações dos espectadores. Com a introdução da sociedade do espetáculo (DEBORD, 1997) na indústria cultural, entende-se que a mídia esportiva incorpora características da espetacularização, operando como o prolongamento de um show (OSELAME, 2012, f.81).

A brincadeira com bola é o primeiro contato do indivíduo com o esporte, ou seja, existe, numa primeira relação, um caráter lúdico. Além disso, a atividade esportiva também é recreativa, fonte de lazer. Assim, é natural que se associe o esporte com o entretenimento. No âmbito jornalístico, identificam-se particularidades que se distanciam da rigidez de outras editorias. Amaral (1969, p.98) defende que, pela natureza e finalidade do jogo, o esporte é,

---

<sup>5</sup> Saliencia-se que o conceito de *esfera pública*, neste caso, atende mais ao sentido de gerar uma rede de opiniões em ambiente público, como um fórum que é disponível para qualquer um participar. Habermas (2003, p.92) classifica a esfera pública como uma rede adequada para a comunicação de conteúdos, a ponto de se condensarem em opiniões públicas enfeixadas em temas específicos. Posteriormente, isto será retomado, mas a partir de outro conceito de Habermas, que se enquadra melhor no tema proposto, que é o de *agir comunicativo*.

sobretudo, entretenimento. Por conta do caráter lúdico e passional do jogo de futebol, retira-se o enfoque de hard-news de suas coberturas.

Lasswell e Wright (apud MARQUES DE MELO, 2003, p.112) categorizam em quatro eixos a comunicação de massa: informação, persuasão, instrução e diversão [grifo nosso]. Marques de Melo (2003, p.113) considera que o conteúdo hegemônico nas transmissões de certames desportivos se relaciona com a diversão. O conceito de entretenimento vem do espanhol *entretenir* e significa manter no estado, que faz permanecer, durar; modernamente – e aqui, o conceito mais apropriado para a questão –, é sinônimo de divertimento, de distração (MARCONDES FILHO, 2014). O entretenimento caminha junto com o jornalismo e com os ativos da indústria cultural, como, no caso, os meios de comunicação. Embora colocado vulgarmente em um polo oposto ao jornalismo em si, verifica-se que é, na verdade, um eixo que dialoga intensamente com a prática jornalística. Por conta desta possibilidade de tratamento mais associado ao entretenimento, as emissoras de rádio mesclam em suas programações conteúdos em que o esporte é abordado com tratamento jornalístico – programas informativos – e com um tom mais descontraído – mesas-redondas. Em artigo publicado em 2018, Guimarães e Ferraretto apresentaram um levantamento sobre o percentual de ocupação de espaços dedicados ao futebol nas grades de programação das emissoras de Porto Alegre, de acordo com o quadro apresentado:

Caso haja imagens:

**Quadro 1:** Percentual da ocupação de espaços nas grades de ocupação das emissoras que cobrem futebol em Porto Alegre.

<b>EMISSORA</b>	<b>SEGUNDA-SEXTA<sup>6</sup></b>	<b>SÁBADO<sup>7</sup></b>	<b>DOMINGO</b>
Bandeirantes	25%	25%	50%
Gaúcha	35,4%	25%	56,2%
Grenal	100%	100%	100%
Guaíba	22,5%	25%	52%

<sup>6</sup> Entende-se como programação-base. Não computa eventual transmissão esportiva em dia de semana.

<sup>7</sup> Em dia sem transmissão de jornada esportiva.

**Fonte:** GUIMARÃES; FERRARETTO In: BALDISSERA; BENETTI, 2018, p. 194.

Este percentual é dividido entre programas informativos e mesas-redondas. Nas rádios Grenal e Guaíba, a mesa-redonda tem duração de duas horas. Já nas rádios Bandeirantes e Gaúcha, o tempo do programa de debates é de uma hora e meia. Ou seja, há uma considerável dedicação para programas deste tipo. Há, também, uma tradição: o horário de veiculação das atrações é entre 11 e 14 horas, ou seja, no horário do almoço. Este hábito do ouvinte foi conquistado a partir da veiculação do programa Sala de Redação, pioneiro das mesas-redondas esportivas no rádio de Porto Alegre. Em 14 de junho de 1971, o programa entra na programação da Rádio Gaúcha com a proposta de, no horário do meio-dia, debater os temas relacionados ao esporte e ao jornalismo geral (GUIMARÃES, 2018, p.84-85). A atração gera um grande apelo junto ao público e consolida a hora do almoço como a hora de ouvir a falação esportiva.

O termo falação esportiva foi colocado de forma proposital para associar o modo com que a mesa-redonda se desenvolve com aquilo que Umberto Eco (1983) escreveu a respeito das coberturas esportivas. Ele argumenta que o modo com que a mídia aborda as práticas esportivas se refere muito mais ao efeito que produz junto às massas do que às preocupações e interesses que o esporte reflete na sociedade:

A falação sobre o esporte dá a ilusão de ter interesse pelo esporte, a noção de *praticar o esporte* confunde-se com aquela de *falar o esporte*; o falante se considera esportivo e não percebe mais que não pratica o esporte. Desse modo, não se dá conta de que não poderia praticá-lo, porque o trabalho que faz, quando não está falando, o enfraquece e tira-lhe energias físicas e tempo para praticar o esporte. Essa falação é aquela cuja função Heidegger esboçava em *Sein und Zeit*: "A falação é a possibilidade de compreender tudo sem qualquer apropriação preliminar da coisa" [...]. E é um comportamento normal. O que importa é que se fale (ECO, 1983, p.225).

Ao sentar-se em torno de mesa redonda, o comunicador recebe uma espécie de sentido de autoridade que lhe confere uma aura – momentânea –

de especialista no assunto. Ao *abrir* uma segunda tela, ou seja, ao alimentar a possibilidade de comentários em algum fórum disponível nas redes sociais, ele convida o ouvinte – que não tem a aura de especialista – para o debate, gerando a *falação esportiva* preconizada por Umberto Eco. Se a mesa redonda é um ambiente de debate, também é, automaticamente, um ambiente de falação. Quando se abre o recurso dos comentários de ouvintes, abre-se para a participação dos *não especialistas*, algo que se desmancha por conta de um papel que a audiência tem, em que o ouvinte se torna um agente comunicativo, pertencente ao espaço reservado, reproduzidor das mensagens repassadas e, conseqüentemente, um ativo estimulador da *falação esportiva*.

## **O rádio como extensão do indivíduo e o agir comunicativo**

Goffman (2014) afirma que o indivíduo adota máscaras conforme o lugar que ele representa em diferentes ambientes sociais. Para cada situação, há um diferente comportamento, que o representa de acordo com o que ele deseja nesses distintos ecossistemas:

Dado o fato de o indivíduo efetivamente projetar uma definição da situação quando chega à presença dos outros [...], reforça-se um plano para a atividade cooperativa que se segue, conferindo-lhe um caráter promissório (GOFFMAN, 2014, p.14-16).

Ou seja, há uma representação, uma atuação – quando não encenação – que é atribuída ao indivíduo quando ele define o que fazer em determinada situação. Há, também, um sentido de projeção: além de projetar o seu comportamento no ambiente (GOFFMAN, 2010), ele *se* projeta de acordo com o que é produzido. No caso da mesa-redonda no rádio, do que é dito. Em sentido amplo, há uma identificação com quem compartilha as mesmas ideias do ouvinte e um sentimento de rejeição quando há a ideia contrária. Essa relação nada mais é do que idealizar a conexão que o público tem com o conteúdo transmitido a partir das relações próximas que o indivíduo tem em seu círculo social. Ele observa um programa de debates, ainda que de forma inconsciente, como um ambiente que lhe é familiar, onde a *falação esportiva*

acontece da mesma forma que ocorre em seu cotidiano. É uma extensão do seu cotidiano:

Você, pequena caixa que trouxe comigo  
Cuidando para que suas válvulas não quebrassem  
Ao correr do barco ao trem, do trem ao abrigo  
Para ouvir o que meus inimigos falassem  
Junto ao meu leito, para minha dor atroz  
No fim da noite, de manhã bem cedo  
Lembrando as suas vitórias e o meu medo:  
Prometa jamais perder a voz! (BRECHT, 2000, p. 272)

Bertolt Brecht, poeta, ator, dramaturgo e ensaísta alemão, reuniu entre 1927 e 1932, cinco textos que foram compilados sob o título de “Teoria do Rádio”. Sua fenomenal contribuição é vista, principalmente, em ser pioneiro ao conceber o rádio como um meio de comunicação, de propagação de informação e de função instrumental dos meios dominantes. Mas, no sentido que se pretende adotar aqui, o trecho escolhido – um poema em homenagem ao rádio – serve para dimensionar uma função do rádio que se concretizou para torná-lo, de forma efetiva, um meio de comunicação de massa: o rádio é, sobretudo, um **companheiro** [grifo nosso].

Marshall McLuhan (1964) enfatiza que o rádio é uma extensão dos ouvidos e do sistema nervoso central:

Num discurso pronunciado no rádio de Munique, Hitler declarou: “Sigo o meu caminho com a segurança de um sonâmbulo. Suas vítimas e seus críticos também apresentavam sintomas sonambúlicos. Dançavam como que em transe, ao som do tambor tribal do rádio, que produzia a extensão de seu sistema nervoso central para criar um envolvimento em profundidade que atingia a todos. “Quando ouço rádio, parece que vivo dentro dele” (McLUHAN, 1964, p. 335).

McLuhan define o rádio como um tambor tribal, uma extensão de sentimentos e com uma potencialidade de conexão que ele classifica como uma experiência particular (McLUHAN, 1964, p.336). A transformação causada pelo meio provocou uma aceleração da informação por conta do seu imediatismo, do *agora*. Esse fascínio também é capaz de produzir um controle

sobre as massas – e daí vem a ideia de *tambor tribal*, onde a caixinha emite um som que desperta, faz, produz, significa. É, portanto, uma extensão em diversos sentidos: além de servir como instrumento de controle e de ser um companheiro, atua sobre aquilo que Habermas chama de *agir comunicativo*, em que “ação e interação não são mais vistas unicamente como produção de efeitos, mas analisadas como associadas a tramas de trocas simbólicas e contextos linguísticos”. (MATELLART; MATTELART, 2014, p.144-145).

Quem também observou esse fenômeno de que as extensões não são somente sensoriais, mas de igual forma, referem-se a pertencimentos e projeções, foi Hans Magnus Enzensberger:

Pela primeira vez na história, os meios de comunicação possibilitam a participação maciça em um processo produtivo social e socializado, cujos meios práticos se encontram nas mãos das próprias massas. Uma utilização desse tipo conferiria autenticidade aos meios de comunicação (ENZENSBERGER, 1979, p. 49-50).

Enzensberger propõe, para isto, uma revisita a Brecht, que, em 1932, escreveu que a radiodifusão poderia ser um imenso sistema de canalização em que “o ouvinte não se limitasse a escutar, mas também falasse, não ficasse isolado, mas relacionado” (BRECHT In: ENZENSBERGER, 1979, p.50). Em outras palavras, a imersão do ouvinte rejeita a ideia de passividade, em que há uma emissão e ele se torna um mero receptor que não se relaciona com quem emite. É uma apropriação do meio através das percepções, dos sentidos, daquilo que McLuhan defende como uma extensão do homem.

Os sentidos atribuídos pelo rádio fornecem ideias de extensão, projeção e reprodução das mensagens, atribuindo à audiência uma sensação de pertencimento, engajamento, participação e atuação sobre e nos conteúdos disponibilizados pelo meio. A função primordial de ser um companheiro é, nesta perspectiva, transposta para uma relação imediata para aquilo que é dito, numa apropriação que leva o ouvinte para as suas relações mais próximas cotidianas. No caso da mesa-redonda esportiva, uma transcendência que o remete para a *falação esportiva* que, no caso, ocorre de forma simultânea ao que é dito no rádio, mas que, a partir de um ambiente como o fórum para

comentários no Facebook, assume a mesma estrutura de uma conversação entre pessoas em ambiente público diante de um assunto específico, que no caso, é o futebol. O bom e velho papo de bar<sup>8</sup>.

## **A participação dos ouvintes no Facebook durante uma mesa-redonda esportiva**

A *segunda tela* no rádio, isto é, a transmissão de um programa de rádio ao vivo pelo Facebook, com imagem e áudio sincronizados, nas chamadas *lives*, é feita pelas quatro grandes emissoras de rádio que realizam coberturas esportivas sistemáticas em Porto Alegre: Rádio Bandeirantes (94,9 FM e 640 AM), Rádio Gaúcha (93,7 FM e 600 AM), Rádio Grenal (95,9 FM) e Rádio Guaíba (101,3 FM e 720 AM). As quatro emissoras possuem um programa de debates esportivos no horário do almoço: *Dupla em Debate* (Rádio Grenal, 12h); *Ganhando o Jogo* (Rádio Guaíba, 11h); *Sala de Redação* (Rádio Gaúcha, 13h) e *Toque de Bola* (Rádio Bandeirantes, 12h).

A proposta é analisar de que forma se dá o uso desta segunda tela pelo ouvinte, com a hipótese de que ela funciona como uma extensão do que é dito no ar. A utilização da análise de conteúdo, de acordo com Bardin (2016), contribui para o processo de uma categorização proposta. A autora francesa guia o procedimento metodológico da seguinte forma:

a) organização da análise: para contemplar o objetivo (analisar o comportamento dos ouvintes de quatro programas de mesa redonda no rádio esportivo de Porto Alegre a partir de suas participações nos fóruns do Facebook), fez-se uma pré-análise, que, para Bardin (2016, p.125), é o

---

<sup>8</sup> O bar funciona aqui como uma metáfora para os espaços sociais cotidianos do público. O bar pode ser, num ambiente contemporâneo, um grupo de WhatsApp, por exemplo. Pode ser um jantar de família, o intervalo do trabalho, o puxar assunto na fila do banco. Ambientes onde o futebol, ou melhor, a “falação esportiva” é propagada, como um pano de fundo para as conversas triviais ou mesmo para servir como elo de aproximação entre indivíduos. Aponta-se para aquilo que Damatta (1982) considera como o futebol sendo parte da sociedade, uma verdadeira expressão social que participa do cotidiano brasileiro.

planejamento das operações, isto é, definiu-se o *corpus* e, com isto, obteve-se contato com o material.

b) definição do *corpus*: os principais programas de debate esportivo no formato de mesa-redonda, que ocorrem em horários similares, por volta do meio-dia, com o mesmo fluxo de audiência e com o mesmo público-alvo. Os programas escolhidos possuem a mesma característica em termos de dinâmica, tempo de duração aproximado e estilo de condução da apresentação e debatedores. O da escolhido foi 26 de novembro de 2019, por atender a alguns requisitos: não foram programas que ocorreram logo após a realização de uma rodada do Campeonato Brasileiro, onde poderia haver uma interferência que distorcesse a média das interações; não foram programas no dia de um jogo importante da Dupla Grenal, onde também poderia haver algum tipo de mudança; e, por fim, não foram programas que aconteceram diante de algum fato extraordinário, como uma nova notícia ou um fato importante. A escolha do *corpus* se deu, portanto, pelo fato de que os programas foram veiculados de forma *ordinária*, isto é, sem que houvesse qualquer acontecimento fora da rotina. O resultado é obtido através de uma análise sobre a *rotina* dos programas, algo que foi obtido pela coleta dos dados do dia escolhido.

c) Codificação do conteúdo: o recorte apontou apenas os *comentários* que foram colocados no fórum. Outras possibilidades de interação, como curtidas<sup>9</sup> e *emotions*<sup>10</sup> foram descartadas. A codificação, portanto, corresponde na transformação dos dados brutos do texto, transformação esta que, por recorte, agregação e enumeração, permite atingir uma representação do conteúdo ou da sua expressão (BARDIN, 2016, p.134).

d) Categorização do conteúdo: houve uma separação em quatro categorias, que representam as interações básicas dos ouvintes dentro do

---

<sup>9</sup> *Curtida*, na linguagem do Facebook, significa uma simples manifestação que ocorre através de um botão representado por um polegar estendido, como se fosse um sinal de positivo. Significa, geralmente, apoio. Em alguns casos, pode ser um sinal de ironia.

<sup>10</sup> Sinais gráficos que representam uma aprovação ou uma reprovação por parte de quem está participando, como um sorriso, um deboche ou um rosto triste.

fórum. São elas o **registro de audiência**, quando o ouvinte se manifesta para registrar aos comunicadores que está ouvindo o programa; **a repercussão do que é dito**, quando o ouvinte dá uma resposta ao comunicador, proferindo uma opinião ou propondo uma reflexão; **a geração de novo conteúdo**, quando se abre um novo debate no programa dentro do fórum de comentários, ou seja, paralelo ao desenvolvimento do que está no ar; e **outras finalidades**, que pode ser a reclamação sobre alguma questão técnica, a divulgação de alguma utilidade pública, a promoção de algum evento ou algum assunto que não tem nenhuma relação com o conteúdo apresentado pelos comunicadores.

Os resultados serão obtidos a partir destas quatro categorizações, que foram propostas por entender que os comentários encontravam, de certa forma, padrões dentro destes quatro níveis, obedecendo o recorte estipulado, com análise na *segunda tela*, que é, no caso, o fórum do Facebook. Realizados estes processos da análise, os resultados obtidos serão apresentados no último momento da pesquisa, a conclusão, onde serão apresentadas as inferências, que Bardin (2016, p.169) trata como uma análise de conteúdo sobre uma análise de conteúdo. Ou seja, trata-se do resultado da pesquisa, a fim de dar significação ao objeto estudado.

### **Análise 1 – Programa *Dupla em Debate*, da Rádio Grenal**

Horário de veiculação: 12h às 14h

Participantes da mesa-redonda: Ana Aguiar, Ben-Hur Marchiori, Flávio Dal Pizzol, Kenny Braga, Roberto Pato Moure e Rogério Böhlke.

Número de visualizações – 3.989

Número de comentários – 576

Tempo de atividade da tela – 2:00:25

Quadro de categorização:

**Quadro 2:** Categorização dos comentários no fórum do Facebook da Rádio Grenal durante a transmissão do programa Dupla em Debate (RÁDIO GRENAL, 2019, 26.nov.2019).

CATEGORIA	QUANTIDADE (TOTAL – 576)	EXEMPLO DE COMENTÁRIO <sup>11</sup>
Registro de audiência	141	Grande Rogério abraço Abaeté azenha está ligado na grenal eladio Cláudio Fabiano Romarinho e Alexandre e Jessica aquele abraço
Repercussão	376	O Goleiro Remi ficou anos e anos na reserva do grêmio barrando os goleiros da base, agora não aproveitam ninguém.
Novo conteúdo gerado	51	<b>Ouvinte 1:</b> Tu quer a saída do Luan, Ben hur. "Pelo bem do Luan". Tu não tem que querer o bem do Luan, tem que querer o bem do Grêmio. E Luan já falou que no Brasil só joga no Grêmio e ele tá feliz no Grêmio, apesar dessa torcida chata pra caralho. <b>Ouvinte 2:</b> Eu tbm ficaria feliz ganhando 1 milhão por mês <b>Ouvinte 3:</b> E pelo bem do time dele .800 mil por mês pra não jogar. <b>Ouvinte 4:</b> Eu também ficaria feliz ganhando 1 milhão e jogando lá de vez em quando.
Outros	8	O BRASILEIRO NÃO É OMISSO. COLOCAMOS O LULADRÃO NA CADEIA!!!!

**Fonte:** autoria própria

## **Análise 2 – Programa *Ganhando o Jogo*, da Rádio Guaíba**

Horário de veiculação: 11h às 13h

Participantes da mesa-redonda: Cristiano Oliveira, Cristiano Silva, Gutieri Sanchez, José Aldo Pinheiro, Luís Magno e Orestes de Andrade.

<sup>11</sup> Comentários retirados na íntegra, que contêm eventuais erros de português e palavras de baixo calão, apresentadas aqui como forma de sintetizar de forma fidedigna o modo com que os ouvintes atuam, sem filtro e sem qualquer tipo de adaptação.

Número de visualizações – 1.720

Número de comentários – 94

Tempo de atividade da tela – 1:54:33

Quadro de categorização:

**Quadro 3:** categorização dos comentários no fórum do Facebook da Rádio Guaíba durante a transmissão do programa *Ganhando o Jogo* (RÁDIO GUAÍBA, 2019, 26.nov.2019).

CATEGORIA	QUANTIDADE (TOTAL – 94)	EXEMPLO DE COMENTÁRIO
Registro de audiência	12	Boa tarde. Na escuta.
Repercussão	76	O Cássio só entrou na seleção de titular por que o Marcelo e o Murriel se machucaram, ele como terceiro goleiro assumiu a seleção sub 20 ...
Novo conteúdo gerado	4	<b>Ouvinte 1:</b> O futebol é uma máquina de política, movimenta bilhões de reais por ano, é uma fonte de poder é uma fonte de votos e coisa muito séria para quem o coordena, a emoção é do campo popular o resto é empreendimento, política e lucros.  <b>Ouvinte 2:</b> E outras coisas 🤔🤔🤔
Outros	2	O PRIMEIRO QUE IRRADIOU NOSSA MÚSICA REGIONALISTA FOI ALFREDO PIRAJÁ WEYER, COMPETENTE ADIALISTA. NESTE DIA EM CLEVELÂNDIA, CIDADE DO PARANÁ, NASCEU ESSE PIONEIRO, O ALFREDO PIRAJÁ.

**Fonte:** autoria própria

### **Análise 3 – Programa *Sala de Redação*, da Rádio Gaúcha**

Horário de veiculação: 13h às 14h30

Participantes da mesa-redonda: Adroaldo Guerra Filho, Duda Garbi, Leonardo Oliveira, Pedro Ernesto Denardin e Rafael Malenotti

Número de visualizações – 35.057

Número de comentários – 181

Tempo de atividade da tela – 29:05<sup>12</sup>

Quadro de categorização:

**Quadro 4:** categorização dos comentários no fórum do Facebook de GaúchaZH durante a transmissão do programa Sala de Redação (GAÚCHAZH, 2019, 26.nov.2019).

CATEGORIA	QUANTIDADE (TOTAL – 181)	EXEMPLO DE COMENTÁRIO
Registro de audiência	69	Pedro Ernesto que satisfação te ouvir quantos Anos já faz sou lauri moraes aquele trovador que viajei cm vcs uma época lembra tchê um grande abraço moro em Floripa SC
Repercussão	93	Everton cebolinha craque do brasileirão só pode ser piada 😊😊😊
Novo conteúdo gerado	11	<b>Ouvinte 1:</b> Arrascaeta é 1000 vezes melhor que esse Cebolinha <b>Ouvinte 2:</b> piada
Outros	8	Está a duas travando o programa Sala de Redação dias travando

**Fonte:** autoria própria

#### **Análise 4 – Programa *Toque de Bola*, da Rádio Bandeirantes**

Horário de veiculação: 12h às 14h

Participantes da mesa-redonda: Alex Bagé, Paulo Pires, Roberto Pauletti, Sérgio Boaz e Thairgor Janke.

Número de visualizações – 759

Número de comentários – 7

Tempo de atividade da tela – 1:55:02

Quadro de categorização:

<sup>12</sup> A Rádio Gaúcha não transmite em sua integralidade o programa Sala de Redação no Facebook, adotando o YouTube como plataforma preferencial. Entretanto, há uma *live* parcial, de meia hora de programa, que foi colocada no dia 26 de novembro de 2019. Uma análise no YouTube distorceria o objeto, uma vez que a arquitetura desta rede social é diferente. Por exemplo, mesmo com 14.474 visualizações, apenas 14 comentários foram realizados.

**Quadro 5:** categorização dos comentários no fórum do Facebook da Rádio Bandeirantes durante a transmissão do programa Toque de Bola (RÁDIO BANDEIRANTES, 2019, 26.nov.2019).

CATEGORIA	QUANTIDADE (TOTAL – 7)	EXEMPLO DE COMENTÁRIO
Registro de audiência	2	Boa tarde
Repercussão	5	Martín Campaña (Independiente) e Mariano Andujar (Estudiantes) aí são ótimos goleiros para o Grêmio!
Novo conteúdo gerado	0	
Outros	0	

**Fonte:** autoria própria

## Considerações finais

As transformações tecnológicas determinam mudanças nas estratégias das empresas de comunicação. Com o surgimento da Internet e a possibilidade de transbordar o conteúdo para o meio digital, o rádio expandiu-se para outras mídias. Se antes a única maneira de acompanhar a programação das emissoras era através da sintonia *hertziana*, hoje o áudio pode ser acompanhado por imagens, textos e participação de quem não integra os programas. O formato de mesa-redonda tem uma característica que aproxima aquilo que é dito de quem escuta. A *falação esportiva*, expressão cunhada por Umberto Eco (1983) transcende as pessoas que transmitem o debate, gerando uma apropriação pelo usuário, ou seja, há um estímulo para que o ouvinte também participe.

Em termos de comunicação tecnológica, que remete a uma essência técnica, deu-se o nome de *convergência* (JENKINS, 2008) para este novo momento. Todavia, a intenção do artigo era associar esse transbordamento a questões de hábito, de atuação e de atribuir à audiência um significado de, em

primeiro plano, pertencimento ao que é dito e, em segundo momento, de interferência e novas produções sobre o que é dito. Tais pretensões encontram em Habermas (1981) uma base teórica relevante sobre o que é o *agir comunicativo*, em que as redes de interação geram uma sociedade constituída por relações comunicativas (MATTELART; MATTELART, 2014, p.145). Algo que já havia sido previsto por Enzensberger (1979), não mais sobre a força que manipula a audiência, mas sobre uma força que mobiliza a audiência, instigando-a a este agir comunicativo.

Evidentemente, são desmembramentos das previsões *mcluhanianas* sobre o futuro dos meios de comunicação, em que a sua mera existência como difusor ou propagador torna-se obsoleta com a sua constituição de ser uma extensão humana, que gera uma produção sensorial ao consumidor. Neste sentido, torna-se imperativo buscar as primeiras teorizações sobre o rádio e as formulações de Bertolt Brecht (1927-1932), que previu de certa forma todas as funções e operações do meio rádio nos quase 100 anos seguintes. Se o rádio é um **companheiro**, as novas tecnologias possibilitaram “falar com essa companhia”. Não um falar sozinho, não um simples pano de fundo em que o “rádio não ouve”. Hoje, o rádio ouve, responde e dá ideias.

O futebol, por ter uma força lúdica e passional, estimula essa troca – que para Habermas ainda era simbólica, mas que hoje é real. A mesa-redonda amplifica ainda mais a *falação*, conforme o termo de Eco. Por isso, a análise sobre o comportamento da audiência no ambiente de *segunda tela*, ou seja, nas *lives* de Facebook enquanto os programas são transmitidos pelo rádio, demonstrou alguns resultados que encontram a hipótese apresentada e a base teórica sugerida.

Há distorções entre o número de visualizações e o número de comentários feitos nos fóruns. Não há ainda métrica que dimensione o tempo de audiência que cada um teve ao visualizar a transmissão ao vivo. A mesma medida serve para quem assistiu ao programa por um segundo ou para quem assistiu por uma hora. Um mesmo ouvinte pode sair e voltar na transmissão,

gerando mais visualizações para uma pessoa. O índice apresenta, portanto, uma média. Evidentemente, os números de comentários são menores do que o número de visualizações. Comentar requer parar aquilo que se faz para esboçar um raciocínio e realizar um procedimento, diferentemente do hábito de ouvir, que é possível ser realizado junto com outra tarefa, simultaneamente. O artigo também não se propôs a medir audiência, tampouco a se debruçar a respeito de uma emissora ter muito mais pessoas assistindo que outra. A ilustração quantitativa foi feita para dimensionar que a estratégia de mostrar imagens dos integrantes dos programas junto à transmissão pelo rádio tem uma boa participação.

Apresentadas as explicações pertinentes ao *corpus*, é possível inferir que, das categorias apresentadas, a que tem mais força ainda é a repercussão do que é dito, isto é, quando ocorre a fala de um comunicador, há uma resposta do ouvinte. Ainda é grande o número de pessoas que apenas registram que estão ouvindo, para que seu nome seja falado pelo jornalista. A geração de novos debates no fórum permanece, de certa forma, tímida, mas não irrelevante. A atenção ainda é voltada mais para o comunicador do que para quem comenta. Há, também, ouvintes que utilizam o fórum para outros recados, em geral, para manifestar uma opinião política ou reclamar de algum problema técnico.

Nas interações, os ouvintes assumem um papel, como Goffman (2014) ajuizou. No caso, interpretam a função de debatedores, de audiência que pretende interferir, participar, que transcende o interagir, em muitos casos. O ouvinte apropria-se para si do conteúdo transmitido, podendo gerar uma nova cadeia de acontecimentos na segunda tela – como a geração de um novo debate – ou simplesmente desejar que sua participação gere uma nova cadeia na *tela principal* – quando o comunicador leva em consideração um comentário da audiência.

Portanto, é possível concluir, ainda que em uma análise exploratória inicial, com desenvolvimento para outros cenários que desdobramentos desta pesquisa poderá contemplar, que o fórum de debates do Facebook, durante a transmissão de uma mesa-redonda no rádio de Porto Alegre, constitui-se através de uma participação efetiva do público, que assume um papel semelhante ao que o comunicador tem – o papel de debatedor – e, por fim, atribui um novo sentido para o que é dito e para o que ele próprio significa – com a geração de novos debates e surgimento de novas ideias. A *segunda tela* se torna, logo, uma extensão da primeira. Neste caso, o ouvinte se torna uma extensão do comunicador e o rádio a extensão de uma conversa que lhe soa familiar, primeiro como companhia e, em momentos mais efusivos, remetida para seus fóruns particulares e seus grupos de discussões. A segunda tela vira um grande papo de bar, com xingamentos, palavrões, apoios, revoltas, indignações e momentos em que ele precisa mais falar que ouvir.

## Referências

- AMARAL, Luiz. **Técnica de jornal e periódico**. Rio de Janeiro: Tempo Brasileiro, 1969.
- BARDIN, Laurence. **Análise de conteúdo**. São Paulo: Edições 70, 2016.
- BRECHT, Bertolt. “Ao pequeno aparelho de rádio”. In: \_\_\_\_\_. **Poemas**. 1913-1956. São Paulo: Editora 34, 2000.
- CANATTA, Fábio. **TV e segunda tela: Uma análise do horário nobre no Twitter**. 2014. Dissertação (Mestrado em Comunicação Social) – Curso de Pós Graduação em Comunicação, Faculdade de Comunicação Social, PUCRS, Porto Alegre, 2014.
- DAMATTA, Roberto e outros. **Universo do futebol: Esporte e sociedade brasileira**. Rio de Janeiro: Pinakotheke, 1982.
- DEBORD, Guy. **A sociedade do espetáculo**. Rio de Janeiro: Contraponto, 2017.
- ECO, Umberto. **Viagem na irrealidade cotidiana**. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 1984.
- ENZENSBERGER, Hans Magnus. **Elementos para uma teoria dos meios de comunicação**. Rio de Janeiro: Tempo Brasileiro, 1979.
- ESPORTE BAND RS. “**Toque de Bola na rádio Bandeirantes**”. Facebook: EsporteBandRS. 26.nov.2019. Disponível em: <<https://www.facebook.com/EsporteBandRS/videos/489830625214353/>> Acesso em 29.nov.2019
- FERRARETTO, Luiz Artur. Uma proposta de periodização para a história do rádio no Brasil. **Eptic – Revista de Economia Política das Tecnologias da Informação e Comunicação**, Aracaju: Observatório de Economia e Comunicação da Universidade Federal do Sergipe, v. XIV, n. 2, maio-ago. 2012.
- FERRARETTO, Luiz Artur. **Rádio: Teoria e prática**. São Paulo: Summus, 2014.

GAÚCHAZH. “**Transmissão do programa Sala de Redação ao vivo**”.

26.nov.2019. Facebook: gauchazh. Disponível em:

<<https://www.facebook.com/gauchazh/videos/2815295041836337> >. Acesso em: 29 nov.2016.

GOFFMAN, Erving. **A representação do eu na vida cotidiana**. Petrópolis: Vozes, 2014.

GOFFMAN, Erving. **Comportamento em lugares públicos**. Petrópolis: Vozes, 2018.

GUIMARÃES, Carlos. **O comentarista esportivo contemporâneo**: Novas práticas no rádio de Porto Alegre. Curitiba: Appris, 2018.

GUIMARÃES, Carlos; FERRARETTO, Luiz Artur. A programação do rádio esportivo em Porto Alegre: uma análise das grades da Band, Gaúcha, Grenal e Guaíba.

In: BALDISSERA, R.; BENETTI, M. **Pesquisa e perspectivas de comunicação e informação**. Porto Alegre: Sulina, 2018.

HOUAISS, Antonio. **Pequeno dicionário Houaiss da língua portuguesa**. São Paulo: Moderna, 2015.

JENKINS, Henry. **Cultura da convergência**. São Paulo: Aleph, 2008.

KISCHINHEVSKY, Marcelo. Rádio social – Mapeando novas práticas interacionais sono-ras. In: Encontro anual da Compós. 2011, Porto Alegre. **Anais...** Porto Alegre: UFRGS, 2011.

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

MARCONDES FILHO, Ciro. **Dicionário da comunicação**. São Paulo: Paulus, 2014.

MARQUES DE MELO, José. **Jornalismo brasileiro**. Porto Alegre: Sulina, 2003.

MARQUES DE MELO, José; ASSIS, Francisco de (Org.). **Gêneros jornalísticos no Brasil**. São Bernardo do Campo: Universidade Metodista de São Paulo, 2010.

MATELLART, Armand; MATELLART, Michele. **História das teorias da comunicação**. São Paulo: Loyola, 2014.

MCLUHAN, Marshall. **Os meios de comunicação como extensões do homem**. São Paulo: Cultrix, 1964.

OSELAME, Mariana Corsetti. **Fim da notícia: O engraçadismo no campo do jornalismo esportivo de televisão**. 2012. Dissertação (Mestrado em Comunicação)- Curso de Pós Graduação em Comunicação, Faculdade de Comunicação Social, PUCRS, Porto Alegre, 2012.

RÁDIO GRENAL. “**Dupla em debate – ao vivo – 26/11/2019**”. Facebook: radiogrenaloficial. 26 nov. 2019. Disponível em:

<<https://www.facebook.com/radiogrenaloficial/videos/557265594839294/>>. Acesso em: 29 nov.2019.

RÁDIO GUAÍBA. “**Ganhando o Jogo (26/11/2019)**”. Facebook: radioguaibaoficial. 26 nov. 2019. Disponível em:

<<https://www.facebook.com/radioguaibaoficial/videos/2823121877707208/>>. Acesso em: 29 nov.2019.



# INTERAÇÃO ENTRE OUVINTES E EMISSORAS DE RÁDIO POR MEIO DAS MÍDIAS SOCIAIS: o caso da Região Celeiro (RS)

## INTERACTION BETWEEN LISTENERS AND RADIO STATIONS THROUGH SOCIAL MEDIA: the case of the Região Celeiro (RS)

Lidia Paula TRENTIN<sup>1</sup>

Universidade Tuiuti do Paraná | Brasil

### Resumo

Parte da investigação de doutorado, cujos objetos empíricos são as rádios Província 100.7 FM, Querência 89.7 FM e Difusora AM 1350, localizadas na Região Celeiro do Rio Grande do Sul, a presente pesquisa busca identificar as possibilidades de interação entre público e emissoras tendo em vista as mídias sociais dessas rádios. Para tanto, foi realizada uma análise de conteúdo das redes sociais e aplicativos para smartphone, bem como verificação das possibilidades de interação nos sites das três emissoras. Os resultados demonstram que os sites e aplicativos não oferecem possibilidade de interação, é possível apenas ouvir a programação, para contatar as emissoras é necessário utilizar o WhatsApp, e-mail, ligação telefônica ou redes sociais, principalmente o Facebook, que é a rede que mais gera engajamento dos ouvintes das três emissoras. Quanto a responsividade, nenhuma das rádios reage ou responde aos comentários feitos em suas páginas, entretanto, aqueles relacionados à programação, programas e locutores são mencionados ao vivo.

### Palavras-chave

Rádio; Rádio na Internet; Interação; Região Celeiro; Rio Grande do Sul.

### Abstract

Part of the doctoral research, whose empirical objects are the radio stations Província 100.7 FM, Querência 89.7 FM and Difusora AM 1350, located in the Região Celeiro do Rio Grande do Sul, this research seeks to identify the possibilities of interaction between public and broadcasters in view of the social media of these radios. To this end, a content analysis of social networks and smartphone applications was carried out, as well as verification of the possibilities of interaction on the websites of the three broadcasters. The results demonstrate that the sites and applications do not offer the possibility of interaction, it is only possible to listen to the programming, to contact the broadcasters it is necessary to use WhatsApp, e-mail, telephone call or social networks, mainly Facebook, which is the network that more generates engagement from the listeners of the three stations. As for responsiveness, none of the radio stations react or respond to comments made on their pages, however, those related to programming, programs and announcers are mentioned live.

### Keywords

Radio; Internet radio; Interaction; Região Celeiro; Rio Grande do Sul.

RECEBIDO EM 20 DE MARÇO DE 2020  
ACEITO EM 18 DE MAIO DE 2020

<sup>1</sup> Doutoranda em Comunicação e Linguagens na Universidade Tuiuti do Paraná – UTP. Bolsista PROSUP/CAPES. Integrante dos Grupos de Pesquisa: Interações Comunicacionais, Imagens e Culturas Digitais – INCOM e Jornalismo no Século XXI – JOR XXI, da UTP. Contato: lidiapaulatrentin@gmail.com.

## Introdução

A pesquisa aqui apresentada faz parte da investigação para a tese de doutorado da autora. As emissoras foram selecionadas com base em pesquisas exploratórias e critérios determinados previamente na tese, que levaram à escolha das rádios Província 100.7 FM, de Tenente Portela, Querência 89.7 FM, de Santo Augusto e Difusora AM 1350, de Três Passos, localizadas na Região Celeiro, Noroeste do estado do Rio Grande do Sul, como objetos empíricos.

A escolha por pesquisa em rádio na Região Celeiro se deu pela necessidade de se voltar a estudar esse meio, visto que tem sido, por vezes, deixado de lado, como afirma Kischinhevsky (2012b, p. 418), “com a prevalência dos estudos sobre audiências televisivas e, mais recentemente, sobre o chamado ciberespaço, o privilégio do rádio como objeto (ou, em muitos casos, alvo) foi gradualmente se esvaziando”.

Além disso, segundo o Relatório Final da Pesquisa Brasileira de Mídia – PBM 2016 (2016b, p. 33), dois terços dos entrevistados afirmaram ouvir rádio, e aproximadamente metade deles ouve todos os dias. O relatório (2016b) também aponta que, assim como no caso do rádio, dois terços dos entrevistados acessam a internet, sendo que o ambiente predominante para esse acesso é o domiciliar e o dispositivo mais utilizado é o celular, superando até mesmo o computador. O que justifica a pesquisa sobre a utilização de mídias sociais por emissoras de rádio.

Levando essas informações em consideração, o objetivo geral do presente estudo é identificar as possibilidades de interação entre público e emissoras da Região Celeiro tendo em vista as mídias sociais das Rádios mencionadas. Como objetivos específicos têm-se: a) verificar a responsividade das emissoras nas publicações e comentários dos ouvintes nas redes sociais; b) averiguar a frequência de postagens das emissoras nessas redes; e c)

analisar o conteúdo publicado pelas rádios bem como por seus ouvintes nas redes sociais das emissoras.

Assim, com o intuito de dar embasamento à pesquisa, a seguir serão apresentados pressupostos de autores que discutem o rádio via dial (ou rádio hertziano) e as mudanças que ocorreram a partir do surgimento de novas mídias, bem como com a convergência tecnológica.

## **Rádio e Convergência Tecnológica**

Apesar de a primeira transmissão oficial de rádio no Brasil ter ocorrido, segundo Ferraretto (2001), em 7 de setembro de 1922, durante a comemoração do Centenário da Independência na Exposição Internacional do Rio de Janeiro, pela Westinghouse, em 1919 o Rádio Clube de Pernambuco já fazia transmissões de rádio, mas sem frequência ou continuidade.

Desde seu início, o rádio foi considerado um meio prestador de serviços à comunidade em que está inserido. Roquette-Pinto assim como Bertold Brecht (2005) viam o rádio como um aparelho de transformação educativa e função pedagógica, principalmente no que se referia à formação cidadã dos ouvintes. Brecht também relacionava a função pedagógica à difusão de valores e ideologias.

Com a Revolução de 1930, explica Ferraretto (2001), o rádio começou a se estruturar como um veículo de comunicação, voltado para a busca de anunciantes e de ouvintes e, entre os anos de 1940 e 1955 ocorreu a era de ouro do rádio no Brasil, quando a programação focava no entretenimento, com radionovelas, programas de humor, de auditório e esportivos (que já existiam no rádio brasileiro desde a década de 1930). O autor (2001) esclarece que, com o envolvimento do Brasil na Segunda Guerra Mundial, o jornalismo radiofônico se fortaleceu, principalmente com o surgimento do "Repórter Esso", cuja estreia se deu às 12 horas e 55 minutos de 28 de agosto de 1941, nas Rádios Nacional, do Rio de Janeiro, e Record, de São Paulo, o informativo era fortemente caracterizado pela sua música e textos de abertura, sendo a sua

maior contribuição para a radiodifusão sonora brasileira o “modelo de texto linear, direto, corrido e sem adjetivações, apresentado em um noticiário ágil e estruturado”. Assim, o rádio no Brasil conquista uma audiência massiva (FERRARETTO, 2001, p. 127).

No entanto, com a chegada da televisão no País, a partir de 1955, os ouvintes passam a desenvolver, também, hábitos de espectadores, assim, o crescimento do setor mantém-se desacelerado frente ao novo meio, pois:

O espetáculo começa a migrar para o novo meio, que, ao acrescentar a ele a imagem, obrigava a busca de um caminho diferente sinalizado por itens até então minoritários dentro da programação - o jornalismo, as transmissões esportivas, o serviço para a população e a música gravada. Para cativar audiências massivas, rádio usaria uma nova tecnologia: o transistor (FERRARETTO, 2001, p. 135).

Ou seja, as emissoras adaptaram suas programações e o meio de transmissão para manter o público conquistado ao longo dos anos. O transistor, dispositivo que mudou a história do veículo, diminuiu de tamanho, desconectou dos fios e barateou os aparelhos de rádio, fazendo com que se tornassem mais acessíveis, popularizando o meio.

É nessa época que começa a segmentação do rádio, também com o intuito de manter o público e cativar mais ouvintes. Segundo Gisela Swetlana Ortriwano (1985), algumas emissoras optaram por veicular programações musicais, outras por programações com maior diálogo com o público, isto é, mais “falada”, e emissoras que decidiram se especializar em jornalismo.

Com características particulares que o diferencia dos outros meios, como televisão, impresso e internet, o rádio, conforme Ortriwano (1985), tem grande abrangência, pois consegue levar sua programação a lugares que os outros meios não alcançam, tanto por motivos geográficos, quanto econômicos e culturais. Ademais, “a ligação humana com o rádio hertziano se dá através do sentido da audição. Isto é, para escutar rádio, é necessário apenas o sentido biológico de ouvir, nada mais do que isso” (PRATA, 2009, p. 42), isso significa que o ouvinte não precisa ser alfabetizado para ouvir rádio. Brecht (2005, p. 38) explica que, “por mais que o ver fique eliminado, isso não quer dizer que

não se veja nada, mas, precisamente que se vê tão bem que se vê uma infinidade de coisas tantas `como se queira'". Essa característica, de utilizar apenas o som, suscita o imaginário do público, que mentaliza o conteúdo de acordo com as suas experiências de vida e opiniões.

Como pode ser observado na década de 1950, com o surgimento da televisão, o rádio é um meio de comunicação que consegue se modificar facilmente. Atualmente a adaptação do meio está acontecendo novamente devido, sobretudo, à internet e à convergência tecnológica, o que significa que o rádio tradicional – hertziano ou via dial –, está passando por um processo de remodelação em virtude dos avanços das tecnologias, com o intuito de manter a audiência que já possui e para atingir novos ouvintes.

Em 1997 Roger Fidler criou o termo "mediamorfose", cujo conceito se refere à adequação dos meios de comunicação tradicionais às novas tecnologias. Prata (2009, p. 79) adaptou o termo para o rádio, o chamando de "radiomorfose". A autora (2009, p. 79-80) explica que ao mesmo tempo que o rádio com presença na internet repete "fórmulas e os conceitos hertzianos, velhos conhecidos do ouvinte, pois é pela repetição que o público se reconhece", ele reconfigura e incorpora outros elementos, "numa mistura que transforma o veículo numa grande constelação de signos sonoros, textuais e imagéticos".

Apesar de o rádio ter sido o primeiro meio a oferecer rapidez e imediatismo na veiculação de informações, atualmente, a internet também disponibiliza conteúdos com agilidade. Entretanto, o rádio continua sendo mais imediato, pois a transmissão de um acontecimento pode se dar via chamada de celular ao vivo durante a programação da emissora, sem necessidade de tratamentos de áudio, texto ou imagem, como ocorre com a internet, televisão e impresso.

A criação de sites pelas emissoras foi uma das principais adaptações que ocorreu no rádio com a convergência tecnológica, neles, segundo Prata

(2018, p. 29), as emissoras passaram a “ofertar a transmissão on-line, isto é, um único produto midiático podendo ser acessado simultaneamente no aparelho de rádio e no computador”, além de divulgar informações sobre a própria emissora, programação, locutores, publicidades e notícias, como complemento do conteúdo veiculado ao vivo.

Uma nova forma de radiofonia surgiu com a internet, na qual o público pode, além de ouvir as mensagens veiculadas, também encontrá-las em formato de texto, hipertextos, fotos, vídeos, “além do áudio, há toda uma profusão de elementos textuais e imagéticos que ressignificam o velho invento de Marconi” (PRATA, 2009, p. 43). Essa nova forma de radiofonia, que é chamada de “ciber-rádio” por Cebrián Herreros (2008), “rádio hipermediático” por Lopez (2009) e “rádio expandido” por Marcelo Kischinhevsky (2012).

A maior interação com os ouvintes é uma característica fundamental do “rádio hipermediático”, pois os meios para que isso ocorra foram ampliados e barateados com a internet. Isso se deve, em grande parte, segundo Lopez (2009, p. 05), pelo aumento no número dos aparelhos eletrônicos de última geração no cotidiano dos brasileiros, que tendem a ser multifuncionais, “congregando, por exemplo, acesso à internet, rádio, televisão e telefonia em aparelhos celulares”. Assim, o celular tem se tornado “uma importante plataforma para a escuta do rádio. Das pessoas que possuem aparelhos com a funcionalidade, 49% afirmam utilizá-lo para escutar rádio, número que sobe para 56% entre os jovens de 12 a 24 anos” (PRATA, 2018, p. 21). Uma grande vantagem do celular é que é um aparelho pequeno, que acumula diversas funções, principalmente o acesso à internet sem fio e pode ser levado a qualquer lugar.

Mas, não basta, somente, as emissoras de rádio estarem presentes na internet, é imprescindível que seus profissionais possuam conhecimentos e estejam preparados para produzir conteúdo multimídia e que sejam criativos nesse processo, que é uma das exigências da internet. O som ainda é ponto

central do rádio, mas como a internet oferece inúmeras possibilidades, os radialistas devem estar preparados para dar conta delas.

Os ouvintes também acabaram se adaptando com o surgimento constante de novas tecnologias, outros, já nasceram e cresceram em meio a uma infinidade tecnológica, isso faz com que o público não seja mais composto por receptores passivos, mas por pessoas capazes também de produzir conteúdo. E é diante desse perfil diferente de ouvinte que os profissionais do rádio estão. É para produzir informações e programas a esse público que os radialistas devem estar preparados.

Desde a criação do rádio, segundo Lopez (2009), os radialistas vêm adquirindo novas habilidades e responsabilidades, conforme novas funções e atribuições surgiam. De acordo com Prata (2018), no final da década de 1980 as empresas de comunicação – logo também as emissoras de rádio – começaram a digitalizar a produção das notícias, o que repercutiu grandemente no trabalho dos profissionais de rádio, uma vez que eles, sem qualquer formação preparatória, tiveram que se tornar profissionais multiplataformas.

Agora há uma pluralidade de vozes no rádio, e, segundo Prata (2018, p. 33), é necessário que os radialistas “saibam lidar com os novos elementos trazidos pela convergência, como o hipertexto, a atualização constante, a multimídia e a interação” que são, explica a autora, as palavras-chave do “rádio hipermediático”. Isso significa que o profissional hoje precisa saber produzir conteúdo não só em áudio, mas em forma de texto, fotos, vídeos, infográficos, entre outros, para publicar no site e nas redes sociais da emissora em que trabalha, sempre avaliando e levando em consideração o que o público precisa e o que ele quer saber. É imprescindível também que esse profissional saiba atender as novas formas de interação – mediadas por inovações tecnológicas –, com o público, já que este não é mais um receptor passivo de informações e quer também produzir conteúdo.

Esse rádio, com presença na internet – possibilitada pela convergência tecnológica –, demanda do locutor muito mais do que apenas falar bem no rádio ao vivo e ter um vocabulário de fácil compreensão. Ser um profissional multitarefas e multimidiático está se tornando, com o avanço das tecnologias, cada vez mais, um critério na seleção de novos radialistas.

## Metodologia

Para a realização da pesquisa, foi feita uma análise de conteúdo dos aplicativos e redes sociais, bem como verificação das possibilidades de interação por parte dos ouvintes nos sites das rádios Província 100.7 FM, de Tenente Portela, Querência 89.7 FM, de Santo Augusto (que migrou do AM 1120) e Difusora AM 1350, de Três Passos (que está em processo de migração).

A análise ocorreu na primeira semana do mês de agosto de 2019 e, para a sua realização, um quadro (quadro 1) foi criado pela pesquisadora com base nas necessidades da pesquisa, como: quais as mídias sociais utilizadas pelas emissoras, link para acessar essas mídias e quais as possibilidades de interação por parte do público por meio desses links.

O método de análise de conteúdo é “um método de análise de texto desenvolvido dentro das ciências sociais empíricas”, é uma técnica híbrida, podendo ser tanto qualitativa, quanto quantitativa, que foi desenvolvida, principalmente, para realizar estudos de materiais textuais impressos, entretanto, também pode ser utilizada para estudar sons e imagens (BAUER, 2008, p. 190). Esses materiais podem estar disponibilizados em diversas plataformas midiáticas, como na internet, por exemplo.

Herscovitz (2008, p. 126-127) corrobora com Bauer (2008) nesse sentido, uma vez que afirma que se pode utilizar a análise de conteúdo para estudar imagens, sons, textos, vídeos veiculados na mídia através de “uma amostra ou não dos objetos estudados com o objetivo de fazer inferências sobre seus conteúdos e formatos”. Para analisar conteúdo, conforme Fonseca

Júnior (2006, p. 298), devem ser criadas, pelo próprio pesquisador, categorizações, para “tornar inteligível a massa de dados e sua diversidade”.

Assim sendo, foi analisado o conteúdo dos aplicativos e redes sociais (Facebook, Instagram, Twitter e YouTube), bem como a verificação das formas possíveis de comunicação por parte do público nos sites das emissoras de rádio mencionadas, a partir, principalmente, das seguintes categorias: quais as mídias sociais utilizadas por cada uma das emissoras; quais links, nos sites e aplicativos, possibilitam a interação por parte do ouvinte; qual o conteúdo do que é postado nas redes sociais oficiais das rádios; bem como a responsividade, por meio de comentários, dos ouvintes e das próprias emissoras nessas postagens.

## Interação por meio das mídias sociais das emissoras de rádio da Região Celeiro

A pesquisa teve como objetivo identificar as possibilidades de interação entre público e rádios Província 100.7 FM, Querência 89.7 FM e Difusora AM 1350. Além disso, buscou-se verificar a responsividade das emissoras nas publicações e comentários dos ouvintes nas mídias sociais; a frequência de postagens das emissoras nessas redes; bem como o conteúdo publicado nelas.

**Quadro 1:** Mídias sociais das emissoras

	<b>RÁDIO PROVÍNCIA FM</b>	<b>RÁDIO QUERÊNCIA FM</b>	<b>RÁDIO DIFUSORA AM</b>
<b>Site</b>	provinciafm.com/portal/	querenciaonline.com	rd3.net.br
<b>Recados (site)</b>	yucuma.com.br/contato	querenciaonline.com/contatos/	https://rd3.net.br/contato
<b>Popup Player (site)</b>	Sim, sem possibilidade de interação	Não, na própria página	Sim, sem possibilidade de interação
<b>“Envie sua notícia” (site)</b>	yucuma.com.br/pedidosdeoracao	Não há	Não há
<b>Mural de recados (site)</b>	yucuma.com.br/mural#	Não há	Não há

Aplicativo	Província FM	Querência Online	Difusora Três Passos
Facebook	Rádio Província FM <sup>2</sup>	Rádio Querência SA <sup>3</sup>	Rádio Difusora Três Passos - RS <sup>4</sup>
Instagram	radioprovinciafm <sup>5</sup>	radio_querencia_89.7 <sup>6</sup>	radiodifusora1350 <sup>7</sup>
Twitter	Rádio Província FM <sup>8</sup>	Rádio Querência <sup>9</sup>	Rádio Difusora - RS <sup>10</sup>
WhatsApp	(55) 9 9137-5869	(55) 9 9980-0014	(55) 3522-1011
E-mail	ouvinte@provinciafm.com	ouvinte@querenciaonline.com	comercial@rd3.net.br
YouTube	TV da Província <sup>11</sup>	Rádio Querência Santo Augusto <sup>12</sup>	Difusora 1350 <sup>13</sup>
Telefone	(55) 3551-1200	(55) 3781-1255	(55) 3522-1011

Fonte: a autora (2019)

## Rádio Província 100.7 FM

A programação é transmitida ao vivo por meio do *site*, ao clicar no *play*, abre uma nova página, no *popup player* há apenas a possibilidade de iniciar, parar e alterar o volume da programação, não é possível interagir com a emissora pelo *popup*. No *site* os ouvintes encontram *links* que direcionam para as redes sociais da emissora: Facebook, Twitter e YouTube<sup>14</sup>.

A emissora possui aplicativo para os sistemas operacionais Android e IOS, nele é possível, contanto que haja conexão com a internet, ouvir a programação ao vivo, mas sem possibilidade de interação. Assim como no *site*, há *links* para as redes sociais da emissora e para o WhatsApp, abrindo uma

<sup>2</sup> Disponível em: <<https://www.facebook.com/provinciafm/?ref=hl>>.

<sup>3</sup> Disponível em: <<https://www.facebook.com/querenciaonline/>>.

<sup>4</sup> Disponível em: <<https://www.facebook.com/difusora.trespasos>>.

<sup>5</sup> Disponível em: <<https://www.instagram.com/radioprovinciafm/>>.

<sup>6</sup> Disponível em: <[https://www.instagram.com/radio\\_querencia\\_89.7/](https://www.instagram.com/radio_querencia_89.7/)>.

<sup>7</sup> Disponível em: <<https://www.instagram.com/radiodifusora1350/>>.

<sup>8</sup> Disponível em: <<https://twitter.com/Provinciafm>>.

<sup>9</sup> Disponível em: <<https://twitter.com/radioquerencia>>.

<sup>10</sup> Disponível em: <[https://twitter.com/Difusora\\_AM1350](https://twitter.com/Difusora_AM1350)>.

<sup>11</sup> Disponível em: <<https://www.youtube.com/channel/UCcDPvJQ5pvlOnTWxTJmHA>>.

<sup>12</sup> Disponível em: <[https://www.youtube.com/channel/UCkS\\_EnzZemF8xXRI7yLT6uA/featured](https://www.youtube.com/channel/UCkS_EnzZemF8xXRI7yLT6uA/featured)>.

<sup>13</sup> Disponível em: <<https://www.youtube.com/channel/UCetkd2LJKD8Jba2IvqKjq1g>>.

<sup>14</sup> A emissora também possui conta no *Instagram*, mas não há *link* no aplicativo para essa rede social.

conversa com o número da rádio; há também as opções “ligue para nós”, “Envie um *e-mail*” e “Compartilhar o *App*”.

No que se refere a interação dos ouvintes com a emissora por meio das redes sociais, a que gera mais engajamento do público é a página no Facebook, que foi criada em maio de 2014, possui 22.909 curtidas e 24.159 seguidores<sup>15</sup>. A página é atualizada diversas vezes ao dia com vídeos, *lives* dos locutores, fotos e *link* das notícias postadas no *site*. Os ouvintes, além de curtir, compartilhar e comentar as publicações também fazem postagens na página (pedidos de música, lembrança a familiares e amigos, etc.). Os comentários não são respondidos na página, apenas curtidos, mas, aqueles relacionados à programação, programas e locutores são mencionados ao vivo.

O Twitter da emissora foi criado em junho de 2009, segue 694 usuários, possui 586 seguidores e 16,8 mil *tweets*, era atualizado com frequência até dia 30 de abril de 2019, data em que ocorreu a última postagem. O Instagram da emissora foi atualizado a primeira vez em 26 de setembro de 2018, conta com 165 publicações, 1.576 seguidores e segue 77 pessoas. É pouco atualizado, geralmente com fotos de paisagens ou *selfies* de um dos locutores, que são curtidas, mas não recebem comentários.

A Rádio possui um canal no YouTube chamado “TV da Província”, criado em maio de 2014, com 491 inscritos e 109.576 visualizações, com 11 vídeos e apenas dois comentários que não foram respondidos pela emissora, atualizado pela última vez em 26 de abril de 2019.

## **Rádio Difusora AM 1350**

A programação também é transmitida ao vivo por meio do *site* e, ao clicar no *play*, abre um *popup player*, em que o ouvinte só pode iniciar, parar e mudar o volume, não há possibilidade de interação. O *site* possui links que direcionam

---

<sup>15</sup> Os dados das redes sociais das três emissoras foram obtidos no dia 08 de novembro de 2019, por este motivo os dados podem variar.

para as redes sociais da emissora e para o envio de *e-mail* e formulário de contato.

A rádio possui aplicativo compatível com os sistemas operacionais Android e IOS, em que o ouvinte pode ouvir a programação ao vivo, sem possibilidade de interagir. Somente há link para o *site* e para a página no Facebook da emissora. O aplicativo só funciona com a tela do *smartphone* desligada quando esse está conectado ao carregador, caso contrário, a transmissão para, sendo necessário acessar o *site* pelo navegador do *smartphone* e ouvir por ele, caso queira manter a tela apagada. Há também *delay* em relação à transmissão no *popup player* do *site* e ao aplicativo.

Assim como na Rádio Província, a rede social que gera mais engajamento do público é a página no Facebook, que foi criada em novembro de 2012, possui 15.815 curtidas e 16.515 seguidores. A página é atualizada várias vezes ao dia (varia de 10 a 20 postagens em dias de semana e em torno de 5 aos sábados e domingos) com vídeos, *lives*, fotos e *link* e título das notícias postadas no *site*. Os ouvintes, curtem, compartilham e comentam as publicações (o engajamento depende do tipo de postagem, algumas não possuem nenhuma curtida, quanto mais “distante” territorialmente menor o engajamento), quando se trata de *lives*, fazem comentários com pedidos de música, lembrança a familiares e amigos, etc. Nem todos os locutores mencionam a participação do público. De acordo com o que foi observado na escuta da programação, somente aos domingos os locutores chamam os ouvintes para participar e interagir e mencionam as participações no ar.

O Twitter da emissora foi criado em setembro de 2009, segue 653 usuários, possui 939 seguidores e 16,8 mil *tweets*, sem atualização desde o dia 20 de outubro de 2019. Quanto ao Instagram, foi atualizado a primeira vez em 07 de março de 2018, conta com 142 publicações, 1.680 seguidores e segue 230 pessoas. Também é pouco atualizado, com fotos e vídeos relacionados a acontecimentos em geral que viram notícia e entrevistas

realizadas pelos locutores. As postagens são curtidas, mas não possuem comentários.

A Rádio possui um canal no YouTube chamado "Difusora 1350", criado em julho de 2018, com apenas 10 inscritos e 12 vídeos, sem interação por parte do público e atualizado pela última vez em 29 de outubro de 2018.

## **Rádio Querência 89.7 FM**

Por meio do *site* há a possibilidade de ouvir a programação ao vivo, no entanto, ao clicar em *play*, não abre nenhum *popup player*, abre uma nova guia da página inicial da emissora e a transmissão é iniciada e só é possível iniciar, parar e alterar o volume da transmissão. No final da página inicial do *site* há *links* que direcionam para as redes sociais da emissora: Facebook, Twitter e YouTube e Instagram.

Assim como as duas outras emissoras a Rádio Querência possui aplicativo para os sistemas operacionais Android e IOS, com as opções de ouvir a programação ao vivo, (sem possibilidade de interação), compartilhá-la via WhatsApp e *links* para o *site* (tanto para a página inicial quanto para o formulário de contato da emissora).

A página no Facebook é a rede social que gera mais engajamento do público, foi criada em janeiro de 2011, possui 15.989 curtidas e 16.914. É atualizada diariamente com fotos, *lives*, vídeos e *link* com as manchetes das notícias postadas no *site*. Nem toda postagem gera engajamento. Os ouvintes curtem, compartilham e comentam principalmente o que se refere a esporte e conteúdo policial (assaltos, acidentes, etc.). Os comentários não são respondidos nem curtidos pela emissora na página, mas, quando relacionados à programação, são mencionados ao vivo.

O Twitter foi criado em agosto de 2010, segue 20 usuários e possui 478 seguidores, com 416 *tweets* sem interação, a última atualização ocorreu em 19 de julho de 2019. No que diz respeito ao Instagram da emissora, a primeira publicação se deu em 04 de abril de 2018, possui 423 publicações,

2.819 seguidores e segue 489 pessoas. É atualizado com frequência, com imagens promovendo os programas e eventos da emissora, bem como imagens e vídeos de notícias que são postadas no *site*. Das três emissoras, é a que mais utiliza o Instagram, mesmo assim, suas postagens contam apenas com curtidas, não há comentários.

A Rádio também possui um canal no YouTube chamado “Rádio Querência Santo Augusto”, criado em janeiro de 2019, conta com 32 inscritos e 7.653 visualizações, no total de 10 vídeos, atualizado pela última vez em maio de 2019. As postagens não possuem comentários.

## Considerações Finais

A partir da análise das mídias sociais das Rádios Província 100.7 FM, de Tenente Portela, Querência 89.7 FM, de Santo Augusto e Difusora 1350 AM, de Três Passos, com o objetivo de identificar as possibilidades de interação entre público e emissoras da Região Ceilero do Rio Grande do Sul foi possível apreender que, apesar de as emissoras possuírem *sites* e aplicativos para *smartphone*, estes não oferecem possibilidade de interação, é apenas possível iniciar, parar e alterar o volume da programação. Para que o público entre em contato com as emissoras é necessário utilizar o WhatsApp, *e-mail*, ligação telefônica e os perfis e páginas das Rádios nas redes sociais, principalmente no Facebook, que é a rede que mais gera engajamento dos ouvintes das três emissoras.

Os conteúdos publicados nas páginas são, principalmente, vídeos ao vivo gravados por locutores durante a programação, reportagens em forma de vídeo, imagens e manchetes com *link* direcionando a notícias veiculadas nos *sites*.

Apesar de as três emissoras estarem presentes no Instagram, Twitter e YouTube, as publicações são bem menos frequentes que nas páginas do Facebook e a interação do público raramente ou nunca acontece. O canal no

YouTube de cada uma das três emissoras, por exemplo, não é atualizado há meses.

No que se refere a responsividade, nenhuma das rádios reage ou responde às postagens e comentários feitos nas publicações de suas páginas, no entanto, aqueles relacionados à programação, programas e locutores são mencionados ao vivo. Essa falta de responsividade pode ocorrer pelo fato de os locutores não darem conta de responder todas as mensagens que recebem, limitando-se, apenas, a mencioná-los no decorrer da programação. Além disso, na Rádio Província, por exemplo, cada comunicador, durante o período de veiculação de seu programa, é responsável também por alimentar, com notícias, o *site* e as redes sociais da emissora, bem como organizar e divulgar todos os seus patrocinadores, o que toma grande parte do tempo dos locutores fora do ar.

É possível afirmar, com base na pesquisa e nos autores utilizados para fundamentar o estudo, que, principalmente a partir da convergência tecnológica, os locutores assumiram uma postura multitarefa, sobretudo quando se trata de pequenas emissoras de rádio, que contam com um número reduzido de profissionais.

Com o decorrer da pesquisa de doutorado, os motivos pelos quais as emissoras não respondem às participações do público por meio das mídias sociais serão verificados com maior profundidade.

## **Referências**

- BARBEIRO, Heródoto; LIMA, Paulo Rodolfo de. **Manual de radiojornalismo: produção, ética e internet**. 2. ed. rev. e atual. Rio de Janeiro: Elsevier: Campus, 2003.
- BAUER, M. W. Análise de conteúdo clássica: uma revisão. In: BAUER, M. W.; GASKELL, G. (ed.) **Pesquisa qualitativa com texto, imagem e som**. 7 ed. Petrópolis, RJ: Vozes, 2008, p. 189-217.
- BRECHT, Bertold. Teoria do rádio. In: MEDITSCH, E. (org.). **Teorias do rádio: textos e contextos**, V. 1, Florianópolis: Insular, 2005, p. 35-45.
- CEBRIÁN HERREROS, Mariano. **La radio en la convergencia multimedia**. Barcelona: Gedisa, 2001.

- CEBRIÁN HERREROS, Mariano. **La radio en Internet** – de la ciberradio a las redes sociales y la radio móvil. Buenos Aires: La Crujía, 2008.
- CEBRIÁN HERREROS, Mariano. **O rádio no contexto da comunicação multiplataforma**. Revista Rádio-Leituras. Ouro Preto. ano II, n. 2, p. 69-105. jul. dez. 2011. Disponível em: <<https://periodicos.ufop.br/pp/index.php/radio-leituras/article/view/378/345>>. Acesso em: 12 fev. 2019.
- FERRARETTO, Luiz Artur. **Rádio: o veículo, a história e a técnica**. 2. ed. Porto Alegre: Sagra Luzzatto, 375 p., 2001.
- FIDLER, Roger. **Mediamorphosis: understanding new media**. Thousand Oaks, California: Pine Forge Press, c1997. xviii, 302 p.
- FONSECA JÚNIOR, Wilson Corrêa da. Análise de conteúdo. In: DUARTE, Jorge; BARROS, Antonio. **Métodos e Técnicas de Pesquisa em Comunicação**. 2 ed. São Paulo: Atlas, 2006, p.280-304.
- HERSCOVITZ, Heloisa Golbspan. Análise de conteúdo em jornalismo. In: LAGO, Cláudia; BENETTI, Marcia. (orgs). **Metodologia de Pesquisa em Jornalismo**. 2 ed. Petrópolis, RJ: Vozes, 2008, p. 123-142.
- KAPLÚN, Mario. **A natureza do meio: limitações e possibilidades do Rádio**. In: MEDITSCH, Eduardo; ZUCULOTO, Valci. (Orgs). Teorias do rádio: textos e contextos. Florianópolis: Insular, 2008.
- KISCHINHEVSKY, Marcelo. **Radiojornalismo comunitário em mídias sociais e microblogs: circulação de conteúdos publicados no portal RadioTube**. Estudos em Jornalismo e Mídia, Florianópolis: Programa de Pós-Graduação em Jornalismo UFSC, v. 9, n. 1, p. 136-148, jan./jun. 2012.
- LOPEZ, Debora Cristina. **Radiojornalismo e convergência tecnológica: uma proposta de classificação**. XXXII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, Curitiba, 2009.
- MEDITISCH, Eduardo; ZUCULOTO, Valci. (Orgs). **Teorias do Rádio: textos e contextos**. Florianópolis: Insular, 2008.
- MEDITISCH, Eduardo; BETTI, Juliana Gobbi. Kaplún e o rádio a serviço da emancipação. In: MEDITSCH, Eduardo; ZUCULOTO, Valci. (Orgs). **Teorias do rádio: textos e contextos**. Florianópolis: Insular, 2008.
- ORTRIWANO, Gisela Swetlana. **A informação no rádio: os grupos de poder e a determinação dos conteúdos**. V. 3. São Paulo: Summus, 1985.
- ORTRIWANO, Gisela Swetlana. De Brecht aos (des)caminhos do radiojornalismo. In: MEDITSCH, Eduardo; ZUCULOTO, Valci. (Orgs). **Teorias do rádio: textos e contextos**. Florianópolis: Insular, 2008.
- PRATA, Nair. **A fidelidade do ouvinte de rádio**. Anais do XXV Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação. Salvador. 2002.
- PRATA, Nair. **Webrádio: novos gêneros, novas formas de interação**. Florianópolis: Insular, 2009.
- PRATA, Nair. Rádio, convergência e formação do radialista. In: MEIRELES, Norma; PINHEIRO, Elton Bruno; BARROSO, Lívia Moreira (orgs.). **Rádio: estudos contemporâneos**. João Pessoa: Editora do CCTA, 2018, p. 20-39.

RADDATZ, Vera Lúcia Spacil. Ensino de rádio: domínio de ferramentas e formação humana. MEIRELES, Norma; PINHEIRO, Elton Bruno; BARROSO, Lívia Moreira (orgs.). **Rádio: estudos contemporâneos**. João Pessoa: Editora do CCTA, 2018.

RÁDIO DIFUSORA AM 1350. **Site**. Disponível em: <<https://rd3.net.br/>>. Acesso em: 21 jul. 2019.

RÁDIO DIFUSORA AM 1350. **Página no Facebook da Rádio Difusora**. Disponível em: <<https://www.facebook.com/difusora.trespasos>>. Acesso em: 02 ago. 2019.

RÁDIO DIFUSORA AM 1350. **Perfil no Instagram da Rádio Difusora**. Disponível em: <<https://www.instagram.com/radiodifusora1350/>>. Acesso em: 03 ago. 2019.

RÁDIO DIFUSORA AM 1350. **Perfil no Twitter da Rádio Difusora**. Disponível em: <[https://twitter.com/Difusora\\_AM1350](https://twitter.com/Difusora_AM1350)>. Acesso em: 04 ago. 2019.

RÁDIO DIFUSORA AM 1350. **Canal no YouTube Difusora 1350**. Disponível em: <<https://www.youtube.com/channel/UCetkd2LJKD8Jba2IvqKjq1g>>. Acesso em: 04 ago. 2019.

RÁDIO PROVÍNCIA 100.7 FM. **Site**. Disponível em: <<http://www.yucuma.com.br/>>. Acesso em: 21 jul. 2019.

RÁDIO PROVÍNCIA 100.7 FM. **Página no Facebook da Rádio Província**. Disponível em: <<https://www.facebook.com/provinciafm/?ref=hl>>. Acesso em: 02 ago. 2019.

RÁDIO PROVÍNCIA 100.7 FM. **Perfil no Instagram da Rádio Província**. Disponível em: <<https://www.instagram.com/radioprovinciafm/>>. Acesso em: 03 ago. 2019.

RÁDIO PROVÍNCIA 100.7 FM. **Perfil no Twitter da Rádio Província**. Disponível em: <<https://twitter.com/Provinciafm>>. Acesso em: 04 ago. 2019.

RÁDIO PROVÍNCIA 100.7 FM. **Canal no YouTube TV da Província**. Disponível em: <<https://www.youtube.com/channel/UCcCDPvJQ5pvfLOnTWxTJmHA>>. Acesso em: 04 ago. 2019.

RÁDIO QUERÊNCIA 89.7 FM. **Site**. Disponível em: <<https://www.querenciaonline.com/>>. Acesso em: 21 jul. 2019.

RÁDIO QUERÊNCIA 89.7 FM. **Página no Facebook da Rádio Querência**. Disponível em: <<https://www.facebook.com/querenciaonline/>>.

RÁDIO QUERÊNCIA 89.7 FM. **Perfil no Instagram da Rádio Querência**. Disponível em:

Lidia Paula **TRENTIN**

<[https://www.instagram.com/radio\\_querencia\\_89.7/](https://www.instagram.com/radio_querencia_89.7/)>. Acesso em: 03 ago. 2019.

RÁDIO QUERÊNCIA 89.7 FM. **Perfil no Twitter da Rádio Querência.**

Disponível em: <<https://twitter.com/radioquerencia>>. Acesso em: 04 ago. 2019.

RÁDIO QUERÊNCIA 89.7 FM. **Canal no YouTube Rádio Querência**

**Santo Augusto.** Disponível em:

<[https://www.youtube.com/channel/UcKS\\_EnzZemF8xXRI7yLT6uA/featured](https://www.youtube.com/channel/UcKS_EnzZemF8xXRI7yLT6uA/featured)>. Acesso em: 04 ago. 2019.



# A FUNÇÃO SOCIAL DO RÁDIO LOCAL ENTRE DESERTOS DE NOTÍCIA E ZONAS DE SILÊNCIO: reverberações da migração AM - FM<sup>1</sup>

## THE SOCIAL ROLE OF LOCAL RADIO BETWEEN DESERTS OF NEWS AND SILENCE ZONES: reverberations of AM - FM migration

Rafael MEDEIROS<sup>2</sup>

Universidade Federal de Santa Maria | Brasil

### Resumo

O processo de migração do rádio AM para FM está transformando a estrutura do sistema de radiodifusão brasileiro e trazendo impactos, sobretudo, para os ouvintes do interior. Um efeito colateral da migração é a diminuição do alcance das emissoras migrantes e até mesmo o fim da cobertura de rádios locais em zonas rurais ou áreas remotas, o que pode aumentar as zonas de silêncio – cidades sem emissoras de rádio ou televisão – e os desertos de notícia – cidades sem cobertura midiática local. O presente trabalho aborda essa problemática, levando em conta a importante função social das rádios locais e o processo de migração.

### Palavras-chave

Migração; Rádio local; Função social; Zonas de silêncio; Desertos de notícia.

### Abstract

The process of migration from AM to FM radio is transforming the structure of the Brazilian broadcasting system and bringing impacts, especially to the listeners of the interior. One side effect of migration is the reduction in the reach of migrant broadcasters and even the end of coverage of local radios in rural areas, which can increase news deserts - cities without local media coverage - and zones of silence - cities without radio or television stations. This paper addresses this problem, taking into account the important social function of local radios and the migration process.

### Keywords

Migration; Local radio; Social role; Silence zones; Deserts of news.

RECEBIDO EM 07 DE ABRIL DE 2020  
ACEITO EM 11 DE MAIO DE 2020

<sup>1</sup> Versão ampliada e atualizada de trabalho apresentado no III Seminário Internacional de Pesquisas em Mídia e Processos Sociais. PPGCC-Unisinos. São Leopoldo - RS, maio de 2019.

<sup>2</sup> Doutorando do Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Universidade Federal de Santa Maria (UFSM). Mestre em Comunicação pela Universidade Federal de Ouro Preto (UFOP). Membro do Grupo de Pesquisa Usos Sociais da Mídia (UFSM) e do Grupo de Pesquisa Convergência e Jornalismo (ConJor – UFOP). Contato: rfmedeiros13@gmail.com.

## Introdução

urante sua história o rádio tem passado por diversas mudanças estabelecidas a partir do desenvolvimento tecnológico, de determinações da legislação ou da percepção de novas conformações de seu público. Em referência ao processo constante de mudanças panorâmicas ou estruturais da mídia, Fidler (1997) utiliza o termo midiamorfose para pensar esses fenômenos como a adaptação do sistema de comunicação às mudanças do ecossistema midiático, considerando que novos meios surgem a partir da metamorfose de meios antigos que seguem evoluindo e se adaptando às transmutações.

A partir desse conceito, Prata (2008) desenvolveu o termo radiomorfose para afirmar que o rádio busca essa adaptação e que o meio na internet, embora se configure com características hertzianas, “ao mesmo tempo insere novos formatos, enquanto reconfigura elementos antigos, numa mistura que transforma o veículo numa grande constelação de signos sonoros, textuais e imagéticos” (PRATA, 2008, p. 61). Lopez concorda que “o contexto da radiomorfose afeta práticas, gestão, formas de transmissão, de difusão e de fruição e a própria definição do formato e do conteúdo radiofônicos” (LOPEZ, 2017, p. 1). O rádio é um meio em transformação.

Em 2013 o Governo Federal oficializou o processo de migração de emissoras AM para FM, uma grande metamorfose que tem reconfigurado diferentes esferas da radiodifusão brasileira. O fenômeno tem submetido às rádios migrantes uma nova conformação, alterando suas formas de produção, as possibilidades de veiculação e consumo dos seus conteúdos e até mesmo aspectos da audiência. Como um processo recente e de grande magnitude – atingindo mais de 90% das emissoras AM do país, os desdobramentos e efeitos dessa metamorfose estão sendo conhecidos aos poucos, através de pesquisas que abordam diferentes vieses do fenômeno.

Um efeito colateral da migração é a diminuição do alcance das emissoras migrantes e até mesmo o fim da cobertura de rádios locais em zonas rurais ou áreas remotas, o que pode aumentar os desertos de notícia – cidades sem cobertura midiática local – e zonas de silêncio – cidades sem emissoras de rádio e televisão. As motivações apresentadas para a consolidação da ida das emissoras AM para FM são relevantes, mas não se pode desconsiderar a importância das emissoras em Amplitude Modulada para muitas comunidades que, após o desligamento do sinal AM, ficarão sem cobertura de rádio local.

O artigo se desdobra de uma pesquisa de recepção<sup>3</sup> realizada em 2018 com ouvintes da Rádio Itatiaia Ouro Preto, uma emissora local da cidade mineira de Ouro Preto<sup>4</sup>, e teve o objetivo de identificar possíveis mudanças nas experiências de escuta e produção de sentidos a partir do processo de migração da emissora para FM (MEDEIROS, 2019). Com base multimetodológica que combinou aplicação de questionários, entrevistas com ouvintes e com gestores da rádio e análise textual discursiva, o estudo verificou a estruturação do local social da escuta radiofônica, pensando que os ouvintes estão inseridos em núcleos variegados e tangentes sociais que moldam efetivamente suas memórias e percepções da realidade cotidiana. O artigo ora desenvolvido busca flexionar questões referentes à função social do rádio local para as comunidades interioranas e algumas inseguranças trazidas pelo processo de migração, que pode amplificar as chamadas zonas de silêncio no Brasil.

## **O processo de migração do rádio AM para FM no Brasil**

As mudanças na estrutura das emissoras AM representam um pedido antigo dos radiodifusores baseado na queda de rendimento dessas rádios após

---

<sup>3</sup> A pesquisa foi realizada sob orientação da Prof<sup>a</sup> Dr<sup>a</sup> Nair Prata no âmbito do Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Universidade Federal de Ouro Preto (UFOP), justificando também a escolha da emissora investigada.

<sup>4</sup> Ouro Preto se localiza na região central do estado de Minas Gerais, a 96km da capital. A população estimada da cidade em 2018 era de 74 mil habitantes (IBGE, 2018).

longo período de desvalorização pela falta de interesse do Governo, pelas mudanças tecnológicas que beneficiaram apenas a Frequência Modulada e pela concorrência por anunciantes que foi ampliada pelas redes digitais e pela introdução de novos dispositivos. Os investimentos no sistema de TV digital fizeram acirrar ainda mais essas reivindicações dos donos de rádio ao passo em que essa digitalização das emissoras de TV representou uma possibilidade para a mudança preterida no sistema brasileiro de radiodifusão sonora.

Os principais motivos apontados pelo então Ministério das Comunicações para a migração são ligados à melhora da qualidade do som, menor interferência no sinal e a possibilidade da sintonia através de dispositivos móveis como smartphones – que suportam apenas a faixa FM. Além disso, fatores econômicos também podem ser apontados como motivação para o início desse processo, uma vez que as emissoras AM vinham sofrendo com a queda de audiência e anunciantes (FARIAS; ZUCULOTO, 2017, p. 9) e os canais liberados por essas rádios poderão ser usados por empresas de telefonia. É preciso deixar claro que a maioria dos dados disponíveis sobre variações de audiência<sup>5</sup> no rádio são de pesquisas realizadas em regiões metropolitanas, o que pode não representar a realidade dos interiores do Brasil. Desse modo, o próprio governo usa dados gerais para justificar as motivações do início do processo de migração e desconsidera as diversas particularidades das rádios e audiências locais.

Após estudos realizados desde 2010, o processo foi oficializado pela então presidenta Dilma Rousseff no dia 07 de novembro de 2013 através do Decreto 8.139 (BRASIL, 2013). Durante a cerimônia de oficialização do início da migração, o então presidente da Associação Brasileira de Emissoras de Rádio e Televisão (ABERT) destacou que “a assinatura do decreto é o fato mais relevante para o rádio AM nos últimos 50 anos” (SLAVIERO *apud*

---

<sup>5</sup> Pesquisas da Kantar Ibope Mídia que monitoram os índices de audiência do rádio nas regiões metropolitanas brasileiras apontam que, entre setembro e novembro de 2016, 8,3% dos ouvintes de rádio em Belo Horizonte estavam sintonizados em emissoras AM, já entre novembro de 2017 e janeiro de 2018 esse número caiu para 6,9% (KANTAR IBOPE MEDIA, 2018a; 2018b).

MACEDO, 2013, s.p). A estagnação da radiodifusão brasileira, sobretudo das emissoras AM, é de fato notória também porque se trata de um sistema baseado em uma legislação antiga, ultrapassada e que desconsidera diversos desenvolvimentos tecnológicos já assimilados por uma parcela considerável de ouvintes e até mesmo por muitas empresas de comunicação como, por exemplo, o consumo de rádio em mobilidade.

Como exemplificação desse comportamento de consumo radiofônico, Del Bianco e Prata (2018) esclarecem que “o celular se converteu na principal porta de entrada para o consumo de rádio, além de alargar as formas de mobilidade antes restritas aos aparelhos transistorizados e de automóvel” (DEL BIANCO; PRATA, 2018, p. 99). Ao disponibilizar no mercado apenas aparelhos celulares e sons automotivos que são compatíveis exclusivamente com a sintonia do rádio em FM, a indústria acelerou o enfraquecimento das emissoras AM e contribuiu, dessa maneira, para a aceitabilidade do processo de migração. Embora muitas emissoras AM – mesmo as locais – transmitam também via *streaming* pela internet, é necessário levar em conta, mais uma vez, a qualidade da conexão e o alcance ainda limitado dos serviços. O consumo de rádio em mobilidade permitiu ainda aumentar os potenciais interativos do meio, complexificar narrativas usando espaços agora multimidiáticos. Dessa forma, consumir rádio em mobilidade não se trata apenas da possibilidade de escuta pelo celular, mas representa uma mudança na estrutura da radiodifusão sonora, nas experiências de escuta e modos de consumo do áudio – transformações que não incluíam as tradicionais emissoras AM.

Nesse cenário, das 1.781 emissoras comerciais que operavam em AM no Brasil, 1.720 solicitaram a mudança de frequência e 786 delas já estão operando na faixa de FM<sup>6</sup>. A primeira emissora a concluir o processo de

---

<sup>6</sup> Dados da Associação Brasileira de Emissoras de Rádio e Televisão (ABERT) atualizados no mês de fevereiro de 2020.

migração foi a Rádio Progresso, de Juazeiro do Norte, no Ceará, que passou a operar em FM no dia 18 de março de 2016. Com mais de 75% das emissoras solicitantes já autorizadas a operar em Frequência Modulada, o Governo Federal fixou para 2022 a data de conclusão de todas as atividades de migração. Segundo o MCTIC, as rádios AM nacionais e regionais que se recusaram a aderir ao processo de migração continuam operando normalmente, mas existem pesquisas<sup>7</sup> que afirmam que o atual modelo do AM não se sustentará por muitos anos e que as emissoras AM não migrantes na prática deixarão de existir ou estarão ainda mais isoladas no universo da radiodifusão nacional<sup>8</sup>.

Uma preocupação que se tem quanto ao processo de migração é a redução da área de cobertura das emissoras depois da ida para a faixa de FM. O estudo inicial da ABERT (2010) sobre a viabilidade da migração considera acertadamente que as emissoras brasileiras em AM atualmente não têm mais caráter expansivo, elas não mais transbordam para outros estados e menos ainda para outros países, pelo contrário, elas se voltam para suas localidades tanto em cobertura quanto na formatação de suas programações. Existem pesquisas (AVRELLA, 2014; ZUCULOTO *et. al.*, 2018; LOPEZ *et. al.*, 2018) que nesse mesmo sentido apontam emissoras migrantes que ganharam alcance após a ida para o FM. Essa amostra é importante como dado, porém se baseia em alguns casos específicos e em emissoras AM de baixa potência, desconsiderando rádios que abrangem áreas remotas, municípios de grande extensão territorial ou com vasta área rural, por exemplo.

É um equívoco a avaliação de que as AMs locais não migrantes, que estão se transformando em regionais, terão capacidade de atingir grandes áreas, já que o contorno máximo protegido dessas rádios não ultrapassará 30

---

<sup>7</sup> CURADO, 2015; JOBIM, 2015; FARIAS e ZUCULOTO, 2017.

<sup>8</sup> Grandes redes, como o Sistema Globo de Rádio, já estão eliminando parcerias com afiliadas que permaneceram operando em AM. Conforme Massaro (2018, s.p.), "o Sistema Globo de Rádio já não afilia mais emissoras na faixa AM há pelo menos dois anos, mantendo apenas as afiliadas AMs que já estão em processo de migração para a faixa FM. Toda a expansão recente envolveu rádios FMs".

quilômetros desconsiderando especificidades geográficas e topográficas. É preciso, portanto, relativizar esses dados que indicam baixa expansividade das emissoras em AM e um possível aumento da área de alcance após a migração quando se pensa em um país de tamanho continental como o Brasil, com múltiplas representações sociais e geográficas. Muitas localidades no país não têm sequer acesso a sinal de televisão ou de telefone, para as populações desses lugares o único meio de informação é o rádio AM. A diminuição do alcance de muitas emissoras de rádio após a migração chega a ser tão drástico que vai deixar populações de áreas remotas e comunidades afastadas da sede do município sem informação local, acendendo o alerta para um possível aumento de zonas de silêncio.

O efeito colateral é que a mudança ondulatória da amplitude modulada (AM) para a frequência modulada (FM) vai diminuir drasticamente o alcance, abandonando justamente o público mais dependente desse modelo: as populações das pequenas cidades, campo, sertões e florestas. Ou seja, mais convergência e menos abrangência (BERTOLOTTO, 2018, s.p).

Para além dos fatores técnicos do processo de migração, pensando na função social que as emissoras AM desempenham e considerando o fenômeno como um todo, em sua importância e magnitude, a pesquisadora Daniela Ota, citada por Bertolotto (2018), destaca que “nas rádios pantaneiras ainda tem o tradicional programa de recados. Pessoas avisando que vão chegar de viagem, quem morreu, quem nasceu. O rádio é essencial ali, e a mudança para a FM vai prejudicar essa população” (OTA *apud* BERTOLOTTO, 2018, s.p).

Nesse sentido, a migração pode potencializar dois fenômenos preocupantes no cenário comunicacional e social brasileiro: os desertos de notícias e as zonas de silêncio. O próximo tópico problematiza alguns possíveis efeitos da migração para o rádio local apresentando também a dimensão atual dos desertos de notícias e zonas de silêncio.

## **Identidade local e função social do rádio**

No contexto de desenvolvimento do processo de migração, algumas das características do rádio na relação com a audiência deverão ser alteradas. Tomando como base o município de Ouro Preto, onde a pesquisa empírica foi realizada, todos os doze distritos ouro-pretanos ficarão sem a cobertura da Rádio Itatiaia Ouro Preto após o desligamento do sinal AM. Isso representa um impacto no que diz respeito à identidade local, já que a mídia ajuda a conformar ou modificar modos identitários, uma vez que “o consumo cultural midiático participa da organização da cotidianidade e da conformação da competência cultural” (RONSINI, 2007, p. 70). A abordagem do conceito de identidade local não é reiterada de maneira despretensiosa neste texto, mas assume atribuição importante na convergência dialógica entre emissora e ouvinte, na produção e manutenção de discursos e sentidos sobre um espaço comum.

O conceito de identidade tem sido fundamental para pesquisas de diferentes áreas do conhecimento e ganhou relevância na busca por respostas em investigações que tratam de diversas mobilizações da vida social, incluindo as relações entre território e os modos de vida. Ao passo em que se ampliam os estudos, o conceito segue ganhando variadas interpretações. Autores como Bourdieu (2003) e Giddens (2002) olham para a identidade sob uma perspectiva das características individuais do sujeito, como “representação de si” ou como forma de distinção dentro de um cerne social. Já Hall (2006), Bauman (2005) e Canclini (2005), entre outros, percebem a questão da identidade sob o eixo da cultura, considerando os sentimentos de pertença, a formação cultural gerada na comunicação simbólica entre seres humanos. Desse modo, “as identidades culturais são pontos de identificação, os pontos instáveis de identificação ou sutura, feitos no interior dos discursos da cultura e da história” (HALL, 1996, p. 70). É nesse segundo sentido que a ideia de identidade local é apropriada no presente artigo, uma vez que a definição de local é atravessada pela questão da identidade, considerando que o local diz

de “um espaço restrito, bem delimitado, no interior do qual se desenrola a vida de um grupo ou de um conjunto de pessoas. Ele possui um contorno preciso, a ponto de se tornar baliza territorial para os hábitos cotidianos” (ORTIZ, 1999, p. 54).

Assim, “o local coloca em forma o mundo da vida diária, sendo ele próprio fundador da relação com o mundo do indivíduo, mas igualmente da relação com o outro, da construção comum do sentido que faz o vínculo social” (BOURDIN, 2001, p. 36). A comunicação aparece nessas interlocuções entre a cotidianidade, manutenção de identidade e possibilidade de representação no sentido que lhe dá Martín-Barbero:

A comunicação é percebida, em todo caso, como o cenário cotidiano do reconhecimento social, da constituição e expressão dos imaginários a partir dos quais as pessoas representam aquilo que temem ou que têm direito de esperar, seus medos e suas esperanças (MARTÍN-BARBERO, 2003, p. 63).

Para a população local, os meios de comunicação, em especial o rádio, assumem papel importante na constituição das subjetividades, dialogismos e relações sociais. Como evidencia Kischinhevsky, “o rádio é o meio de comunicação eletrônica mais local jamais desenvolvido, mesmo tendo hoje alcance planetário” (KISCHINHEVSKY, 2016, p. 134)<sup>9</sup>. Além do mais, a função social do rádio e sua posição relevante em diversos aspectos da vida diária das pequenas cidades costuram-se às percepções assinaladas acima por Martín-Barbero. O rádio local anuncia objetos perdidos, veicula notas falecimentos, convites para missas e até mesmo serve de elo de comunicação entre pessoas da sede do município e habitantes da zona rural através de recados individuais que um cidadão destina a outro (RADDATZ, 2011). Também nessa perspectiva, uma função social importante da comunicação local é destacar

---

<sup>9</sup> Para o autor, a forma de relação estabelecida entre a audiência e o meio faz com que o rádio tenha que “escutar permanentemente seus públicos”. Esses públicos têm a possibilidade de apontar para a emissora o que querem ouvir, podem contribuir com informações, reverberar notícias e interagir de maneira mais próxima com os comunicadores, “forçando o rádio a ser melhor, a prestar serviços de utilidade pública, a informar correta e eticamente, a apresentar a diversidade social e cultural, sem representar clichês e estereótipos” (KISCHINHEVSKY, 2016, p. 134).

assuntos que não têm espaço na grande mídia, favorecendo a mobilização social em torno de problemas que afetam diretamente a vida das pessoas e muitas vezes são negligenciados por governantes. Peruzzo (2005) conclui que, na mídia local, “o protagonismo principal está nos cidadãos, que, através de organizações da sociedade civil sem fins lucrativos, instituem processos de comunicação com vistas à mobilização social e à ampliação da cidadania” (PERUZZO, 2005, p. 43). Assim, o rádio local é colocado como mediador entre as demandas da população e as instâncias governamentais.

As emissoras locais têm capacidade de reforçar laços e identidades socioculturais porque a rádio “está centrada na vida social, econômica, política e cultural de sua área de abrangência e também em tudo o que ocorre em seu exterior e que tenha repercussões na vida da comunidade” (CEBRIÁN HERREROS, 2001, p. 98, tradução nossa<sup>10</sup>). Nesse sentido, Soares, citada por Bertolotto (2018), expõe que “a AM entra pelos igarapés até as comunidades ribeirinhas. Nas casas de farinha, o som é do radinho. Ele fortalece nossa identidade e traz conhecimento. Na Amazônia, ela é tão primordial como o WhatsApp para as pessoas da cidade” (SOARES *apud* BERTOLOTTI, 2018, s.p).

Uma das importantes funções sociais da comunicação é prestar serviços de utilidade pública, informando sobre acontecimentos que afetam diretamente a vida das pessoas. Os desdobramentos da migração nas emissoras de pequeno porte têm impacto direto nesse caráter do rádio local. A Rádio Itatiaia Ouro Preto, tomada como empiria neste artigo, é o principal meio de comunicação usado pela prefeitura da cidade patrimônio para levar à população informações sobre campanhas de vacinação, coleta de lixo, atendimento médico e outras de caráter extremamente relevante para a comunidade, especialmente para as áreas rurais. Por mais que não fique desamparada de notícias nacionais e regionais, a população desses lugares

---

<sup>10</sup> No original: Se centra en la vida social, económica, política y cultural de cada lugar o bien en todo cuanto se genera en el exterior con repercusiones en la vida de la localidad.

perderá uma fonte de informações relevantes que dizem respeito às suas atividades diárias.

## **O rádio local entre desertos de notícia e zonas de silêncio**

As desigualdades sociais brasileiras também podem ser verificadas pelo acesso aos meios de comunicação nas diferentes regiões e em uma comparação entre distintas realidades. A internet, por exemplo, chega a 75% dos domicílios urbanos e em apenas 41% dos domicílios rurais (IBGE, 2018). Essa realidade desigual de acesso à informação é verificada também pela existência de desertos de notícias no Brasil, isto é, municípios que não contam com sequer um meio jornalístico local. Pelos motivos expressos nos parágrafos anteriores, a migração aumenta as desigualdades de acesso à informação no país continente.

Pesquisa divulgada em fevereiro de 2020 pelo Instituto para o Desenvolvimento do Jornalismo (ProJor)<sup>11</sup>, mantenedor do Observatório da Imprensa, mapeou cerca de catorze mil veículos de comunicação e constatou que 18% da população nacional, em 62% dos municípios, vive em desertos de notícia – municípios sem a presença registrada de veículos jornalísticos locais, como jornais, sites noticiosos, emissoras de TV e rádios. Além disso, quase 20% dos municípios brasileiros são considerados quase desertos, contando com apenas um ou dois canais noticiosos, assim, 64 milhões e 800 mil pessoas vivem em desertos ou quase desertos de notícias. No mapa a seguir (Figura 1), os 3.487 municípios considerados pela pesquisa como desertos de notícia estão destacados em vermelho.

---

<sup>11</sup> Chamada de Atlas da Notícia, a pesquisa tem o objetivo de mapear veículos produtores de notícias no Brasil, com olhar prioritário para o jornalismo local. A metodologia se baseia na contabilização e localização de veículos de notícia no Brasil, através de levantamento próprio e de outros institutos, incluindo o IBGE e MCTIC. A pesquisa conta com o apoio da Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação (Intercom).

**Figura 1** – O mapa dos desertos de notícia no Brasil



**Fonte:** Instituto para o Desenvolvimento do Jornalismo (2020).

Dados da pesquisa do ProJor apontam ainda que os municípios do Norte e Nordeste têm o pior cenário em relação à cobertura regional: 73,5% das cidades do nordeste e 71,8% dos municípios do norte do país podem ser considerados desertos de notícias, enquanto no Sudeste o índice cai para 60,6% e para 54,8% no Sul (PROJOR, 2020). A pesquisa também aponta a correlação entre o Índice de Desenvolvimento Humano e a presença de imprensa ao verificar que cidades que não são desertos de notícia têm IDH maior, o que alerta ainda mais para a importância dos meios locais, sobretudo do rádio, em áreas remotas e de baixo desenvolvimento, muitas vezes com sistemas de comunicação precários.

Essa relevância fica explícita em pesquisa do Instituto Ipsos realizada em 2018 que elencou o Brasil como o quinto país que tem a população com a percepção mais equivocada da própria realidade (IPSOS, 2018). Considerando

que a mídia afeta diretamente a percepção das pessoas sobre a realidade, os desertos de notícias podem ser vistos como importantes agentes na desinformação da população. Para Hack e Rosa (2019, s.p.), “não há como reconhecer uma realidade sobre a qual não se tem acesso. E não estamos falando de uma realidade em nível nacional apenas, mas de uma realidade local, com a qual os cidadãos têm contato e que influencia diretamente em suas ações”. Correlato a isso, os desertos de notícias deixam ainda espaço para fontes de informação não confiáveis e para a propagação de fake news que afetam diretamente a vida das pessoas, sobretudo as que vivem em áreas com menos desenvolvimento social.

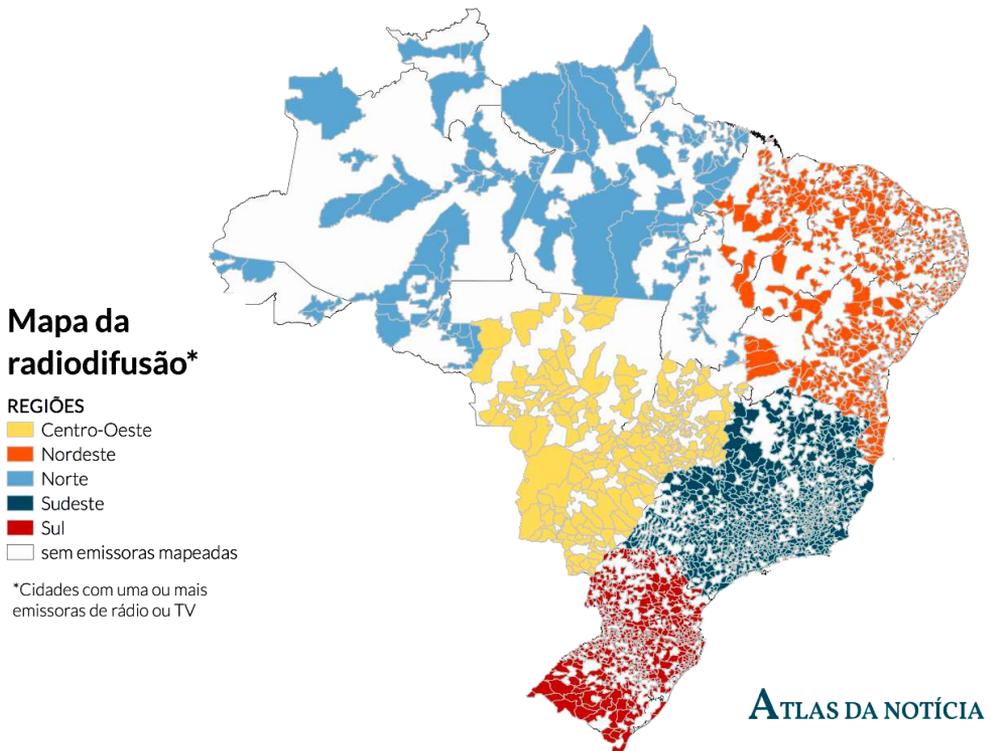
Além dos desertos de notícias, o Atlas da Notícia mapeou, em 2018<sup>12</sup>, as zonas de silêncio, que são cidades sem nenhuma emissora de rádio ou televisão. Considerando que, desde a sua popularização, o rádio sempre foi o meio de comunicação mais abrangente em todo o país, tendo a possibilidade de chegar a comunidades onde nenhuma outra modalidade midiática consegue acessar, as zonas de silêncio são menores que os desertos de notícia, mas mesmo assim os dados divulgados pela pesquisa com foco em radiodifusão mostram que 25% dos brasileiros não têm acesso a emissoras locais de rádio e televisão.

No mapa seguinte (Figura 2), os espaços em branco representam os municípios considerados zonas de silêncio no Brasil.

---

<sup>12</sup> Não foram divulgados dados específicos da radiodifusão na pesquisa mais atual da ProJor. A despeito disso, os dados inseridos aqui são relevantes para o entendimento do contexto das zonas de silêncio. Ademais, como não são feitas comparações, não há perda na interpretação dessas informações no presente artigo.

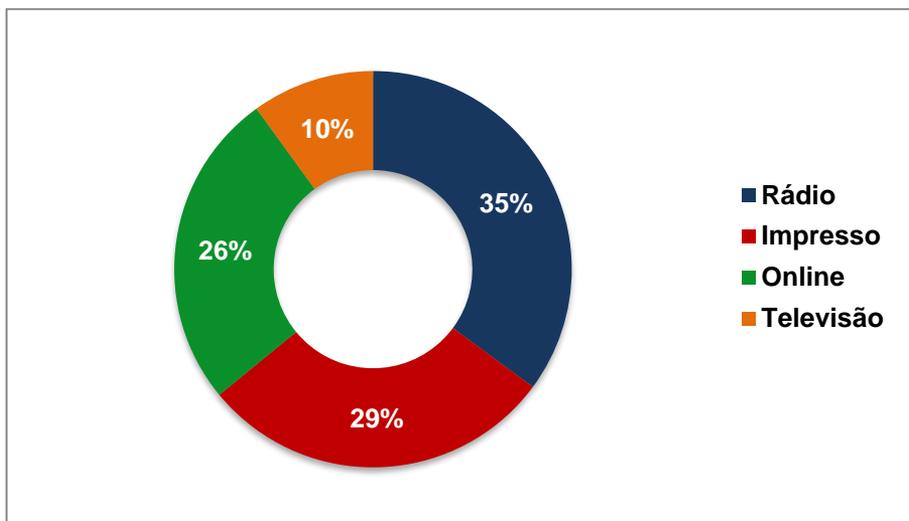
**Figura 2 – Zonas de silêncio no Brasil**



**Fonte:** Instituto para o Desenvolvimento do Jornalismo (2018).

O rádio ainda é importante e insubstituível quando se considera a imediatividade do meio e as divisões geopolíticas das localidades, já que informações e avisos cotidianos referentes ao município onde esses lugares estão vinculados são veiculados pelos meios de comunicação locais. As dificuldades de acesso à tecnologia ainda são barreiras para a disseminação de meios de comunicação online em cidades pequenas e algumas regiões do Brasil. O gráfico a seguir mostra que o rádio segue tendo importância expressiva entre os meios de comunicação no Brasil por sua abrangência e facilidade de acesso.

**Gráfico 1** – Mídias mapeadas pelo Atlas da Notícia em 2019



**Fonte:** Adaptado de Instituto para Desenvolvimento do Jornalismo (2020).

A pesquisa mostra ainda que a população de regiões mais afastadas dos grandes centros é dependente do rádio e que cidades menores tendem a ter cobertura menos satisfatória. Cidades consideradas desertos de notícias têm em média 11 mil habitantes, já as que não são desertos têm população média de 65 mil pessoas. Outro dado que confirma essa dependência é a não correlação entre a taxa de rádio e televisão por habitante e o IDH, ou seja, o rádio continua chegando a lugares em que outros veículos não vão e, assim, continua sendo o meio mais democrático do país.

## Considerações finais

Os desertos de notícias privam a população de ter informações sobre a própria realidade, além de impactar nas relações sociais entre moradores e na manutenção de identidades culturais locais, representando uma ameaça à democracia em meio à crise de credibilidade midiática que vem sendo amplificada pela emergência das *fake news*. As informações que chegam até as pessoas que vivem em desertos de notícias falam de uma realidade que para elas é plastificada ou não interessa aos seus cotidianos, em detrimento de informações sobre serviços básicos que afetam diretamente suas vidas.

As zonas de silêncio também representam um problema para localidades distantes dos centros urbanos, já que em muitas dessas regiões o rádio se configura como única forma de acesso a informações sobre serviços como coleta de lixo e abastecimento de água. É o rádio que muitas vezes faz o papel de relógio e de portador de recados entre moradores, noticia objetos perdidos e compartilha com os sinos das igrejas os avisos de falecimentos e horários de missas.

Um dos maiores problemas da migração de emissoras AM para FM é justamente a diminuição do sinal das emissoras e o agravamento das zonas de silêncio. A Rádio Itatiaia Ouro Preto, foco da investigação que originou este artigo, terá alcance oito vezes menor após a migração para FM, deixando de atingir os doze distritos e as áreas rurais de Ouro Preto. Esse fato se repete em outras emissoras e, como exposto neste texto, afeta principalmente populações de localidades pequenas e com menores índices de desenvolvimento, além de populações ribeirinhas e pantaneiras.

Em um país com severas áreas de desertos de notícias e zonas de silêncio, a diminuição da abrangência do seu meio de comunicação mais popular e democrático pode representar um agravamento da desinformação e da percepção equivocada sobre a realidade.

## Referências

- AGÊNCIA NACIONAL DE TELECOMUNICAÇÕES. **A extensão da faixa de FM (eFM) e a migração da faixa de OM:** O quê fazer com os canais 5 e 6 da televisão na era digital. Brasília, 2010. Disponível em: <http://www.anatel.gov.br/Portal/verificaDocumentos/documento.asp?numeroPublicacao=244137>. Acesso em: 28 jun. 2019.
- ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE EMISSORAS DE RÁDIO E TELEVISÃO. **Migração AM/FM:** conclusão de processo depende de faixa estendida e alteração do regulamento técnico. [s. l.], 29 ago. 2019. Disponível em: <https://bit.ly/2qVQ5Tn>. Acesso em: 28 out. 2019.
- AVRELLA, Bárbara. **O radiojornalismo local em pequenas emissoras.** 2014. 300 fl. Dissertação (Mestrado) – Programa de Pós-Graduação em Jornalismo, Universidade Federal de Santa Catarina, Florianópolis, 2014.
- BAUMAN, Zygmunt. **Identidade:** Entrevista a Benedetto Vecchi. Trad. Carlos Alberto Medeiros. Rio de Janeiro: Zahar, 2005.

BERTOLOTTO, Rodrigo. **País sem sintonia**: depois de integrar o Brasil por décadas, o rádio vive mudanças que podem provocar o efeito contrário. UOL, 2018. Disponível em: <https://tab.uol.com.br/radio/#pais-sem-sintonia>. Acesso em: 29 jun. 2019.

BOURDIN, Alain. **A questão local**. Trad. Orlando dos Santos Reis. Rio de Janeiro: DP&A, 2001.

BRASIL. Decreto nº 8.139, de 07 de novembro de 2013. Dispõe sobre as condições para extinção do serviço de radiodifusão sonora em ondas médias de caráter local, sobre a adaptação das outorgas vigentes para execução deste serviço e dá outras providências. **Diário Oficial da União**, Brasília, 08 nov. 2013. Disponível em: <http://www.anatel.gov.br/legislacao/decretos/637-decreto-8139>. Acesso em: 12 out. 2019.

CANCLINI, Néstor García. **Consumidores e cidadãos**. 5. ed. Rio de Janeiro: Ed. UFRJ, 2005.

CEBRIÁN HERREROS, Mariano. **La radio en la convergência multimedia**. Barcelona: Gedisa, 2001.

CURADO, Camila Cristina. **Migração de rádios AM para FM**: processos de preparação e perspectivas de mudança frente à convergência tecnológica. 2015. 194 f. Monografia (Bacharelado em Comunicação Social) - Universidade de Brasília, Brasília, 2015.

DEL BIANCO, Nélia; 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, p. 99-117, Jan. 2018. Disponível em: <https://doi.org/10.1590/1809-5844201815>. Acesso em: 19 maio 2020.

FARIAS, Karina Woehl de. ZUCULOTO, Valci Regina Mousquer. Ondas de mudança no rádio: do surgimento à migração do AM para FM. *In: Revista Rádio-Leituras*, Mariana-MG, v. 08, n. 02, pp. 138-159, jul./dez. 2017.

FIDLER, Roger. **Mediamorphosis** – understanding new media. California: Pine Forge Press, 1997.

GIDDENS, Anthony. **Modernidade e Identidade**. Rio de Janeiro: Zahar, 2002.

HALL, Stuart. Identidade cultural e diáspora. *In: Revista do Patrimônio Histórico e Artístico Nacional*. Rio de Janeiro, IPHAN, 1996, p. 68-75.

HALL, Stuart. **A identidade cultural na pós-modernidade**. Trad. Tomaz Tadeu da Silva e Guaracira Lopes Louro. Rio de Janeiro: Editora DP&A, 2006.

HACK, Wellington Felipe; ROSA, Marluza. Desertos de notícias, oásis de desinformação. *In: Observatório da Imprensa*. [s.l.]: Atlas da Notícia, 08 jan. 2019. Disponível em: <http://observatoriodaimprensa.com.br/atlas-da-noticia/desertos-de-noticias-oasis-de-desinformacao/>. Acesso em: 14 jul. 2019.

INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA. **Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios**: síntese de indicadores. Rio de

Janeiro: IBGE, 2018.

INSTITUTO PARA O DESENVOLVIMENTO DO JORNALISMO. **Atlas da Notícia**: Mapeando o jornalismo local no Brasil. 2019. Disponível em: <https://www.atlas.jor.br/>. Acesso em: 28 out. 2019.

INSTITUTO PARA O DESENVOLVIMENTO DO JORNALISMO. **Atlas da Notícia versão 3.0**: O avanço da revolução digital. 2020. Disponível em: <https://bit.ly/3aj30Aw>. Acesso em: 23 mar. 2020.

JOBIM, Ruy. Um papo sobre o rádio carioca, Prêmio Rádio Rio e também a migração. In: **Tudo Rádio**. Disponível em: <https://tudoradio.com/entrevistas/ver/150-ruy-jobim>. Acesso em: 11 abr. 2019.

KANTAR IBOPE MEDIA. **Book de Rádio**. 2018a. Disponível em: <https://www.kantaribopemedia.com/wp-content/uploads/2018/09/Book-de-R%C3%A1dio-2018.pdf>. Acesso em: 02 jan. 2020.

KANTAR IBOPE MEDIA. **Audiência de Rádio Grande Belo Horizonte Setembro a Novembro/2016**. 2018b. Disponível em <https://www.kantaribopemedia.com/grande-belo-horizonte-setembro-a-novembro-2016/>. Acesso em: 04 abr. 2019.

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

LOPEZ, Debora Cristina. La radio en narratives immersives: le contenu journalistique et l'audience. Trad. Debora Cristina Lopez. *In*: POULAIN, Sebastien (org.). La radio du futur: du téléchromophotophonotétroscope aux postradiomorphoses, **Cahiers d'histoire de la radiodiffusion**, nº132, avril-juin, 2017.

LOPEZ, Debora Cristina *et. al.* Reposicionamento do radiojornalismo frente aos novos desafios da migração do AM para o FM: análise de caso de quatro emissoras tradicionais. *In*: **Anais...** 16º Encontro Nacional de Pesquisadores em Jornalismo. São Paulo: SBPJor, 2018. Disponível em: <http://sbpjour.org.br/congresso/index.php/sbpjour/sbpjour2018/paper/viewFile/1325/768>. Acesso em: 11 mar. 2020.

MACEDO, Danilo. **Dilma assina decreto autorizando migração de rádios AM para FM**. [s.l]: Tecnologia, 2013. Disponível em: <http://www.ebc.com.br/noticias/politica/2013/11/dilma-assina-decreto-autorizando-migracao-de-radios-am-para-fm>. Acesso em: 21 jun. 2018.

MARTÍN-BARBERO, Jesús. Globalização comunicacional e transformação cultural. *In*: MORAES, Denis de (Org.). **Por uma outra comunicação**: mídia, mundialização cultural e poder. Rio de Janeiro: Record, 2003.

MASSARO, Carlos. Rádio amplia esforços no cenário internacional para seguir relevante entre as montadoras de automóveis. In: **Panorama Tudo Rádio**, 28 maio 2018. Disponível em: <https://tudoradio.com/noticias/ver/19645-panorama-radio-amplia-esforcos-no-cenario-internacional-para-seguir-relevante-entre-as-montadoras-de-automoveis>. Acesso em: 01 jul. 2019.

MEDEIROS, Rafael. **O rádio e a cidade patrimônio**: experiências de

escuta, localismo e migração nos discursos de ouvintes Ouro-Pretanos. 2019. 276 f. Dissertação (Mestrado em Comunicação) – Universidade Federal de Ouro Preto, Mariana, 2019. Disponível em: <<https://www.repositorio.ufop.br/handle/123456789/11310>>. Acesso em: 19 maio 2020.

MÜLLER, Felipe de Matos; SOUZA, Márcio Vieira de. Fake News: Um problema midiático multifacetado. *In: International Congress of Knowledge and Innovation - Ciki*, [S.l.], v. 1, n. 1, set. 2018. Disponível em: <http://proceeding.ciki.ufsc.br/index.php/ciki/article/view/511>. Acesso em: 11 maio 2020.

OBSERVATÓRIO DA IMPRENSA. 30% dos municípios brasileiros correm o risco de virar desertos de notícias. *In: Atlas da Notícia 2.0: Todas as mídias no novo levantamento*. Disponível em: <http://observatoriodaimprensa.com.br/atlas-da-noticia-2-0/30-dos-municipios-brasileiros-correm-o-risco-de- virar-desertos-de-noticias/>. Acesso em: 12 maio 2020.

ORTIZ, Renato. **Um outro território**: ensaios sobre a mundialização. São Paulo: Olho D'água, 1999.

PERUZZO, Cicilia. Mídia regional e local: aspectos conceituais e tendências. **Comunicação & Sociedade**. São Bernardo do Campo: Póscom-Umesp, a. 26, n. 43, 2005.

PRATA, Nair. **Webradio**: novos gêneros, novas formas de interação. Tese (Doutorado) – Programa de Pós-Graduação em Estudos Linguísticos da Faculdade de Minas Gerais, Belo Horizonte, 2008.

RADDATZ, Vera Lucia. Rádio AM "avisa": uma expressão da cultura local. *In: KLOCKNER, Luciano; PRATA, Nair (orgs.). Mídia sonora em 4 dimensões: 1ª ouvintes e falantes, 2ª memória política, 3ª programas de rádio, 4ª tecnologia e futuro*. Porto Alegre: EdiPUCRS, 2011.

RONSI, Veneza Mayora. **Mercadores de Sentido**: consumo de mídia em identidades juvenis. Porto Alegre: Sulina, 2007.

ZUCULOTO, Valci Regina Mousquer *et. al.* Transformações contemporâneas do rádio em Santa Catarina: perspectivas de um novo dial frente às mudanças na migração do AM para o FM. *In: Anais do 41º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação - Intercom*, Joinville, 2018. São Paulo: Intercom, 2018. Disponível em: <http://portalintercom.org.br/anais/nacional2018>. Acesso em: 11 fev. 2020.



# DO AM AO FM: uma análise da programação das rádios Caçula e Difusora Pantanal de Mato Grosso do Sul

## FROM AM TO FM: an analysis of the programming of Caçula and Difusora Pantanal radio stations in Mato Grosso do Sul

Hélder Samuel dos Santos LIMA<sup>1</sup>  
Universidade Federal de Goiás | Brasil

### Resumo

O presente artigo teve por objetivo entender como passou a se configurar a programação das Rádios Caçula e Difusora Pantanal após o processo de migração da faixa AM para FM. Para análise da programação e o estabelecimento do Estudo Comparado, recorreu-se as técnicas de observação direta da programação e entrevista em profundidade com locutores e representantes da direção das respectivas emissoras. Após migrar para FM, a análise revela que a Difusora Pantanal apresentou alterações mais significativas de programação do que a Rádio Caçula. Na Rádio Difusora Pantanal, identificamos que foram retirados do ar programas tradicionais do AM com enfoque em esportes e policial, e a emissora optou pelo formato musical voltado para o gênero sertanejo no intuito de atingir um público definido. Já a Rádio Caçula preferiu a replicação da maioria dos programas da faixa AM para FM, onde o processo representou apenas uma adaptação à tecnologia.

### Palavras-chave

Rádio; Migração; AM; FM; Mato Grosso do Sul.

### Abstract

The purpose of this article was to understand how the programming of the Caçula and Difusora Pantanal radios started to be configured after the process of migration from the AM to FM band. For the analysis of the programming and the establishment of the Comparative Study, the techniques of direct observation of the programming and in-depth interview with speakers and representatives of the direction of the respective broadcasters were used. After migrating to FM, the analysis reveals that Difusora Pantanal presented more significant programming changes than Rádio Caçula. At Rádio Difusora Pantanal, we identified that traditional AM programs with a focus on sports and police were taken off the air, and the broadcaster opted for the musical format geared to the backwoods genre in order to reach a defined audience. Rádio Caçula, on the other hand, preferred the replication of most programs in the AM to FM band, where the process represented only an adaptation to the technology.

### Keywords

Radio; Migration; AM; FM; Mato Grosso do Sul.

RECEBIDO EM 30 DE MARÇO DE 2020  
ACEITO EM 11 DE MAIO DE 2020

<sup>1</sup> JORNALISTA. Doutorando em Comunicação pela Faculdade de Informação e Comunicação da Universidade Federal de Goiás (FIC/UFG). Mestre em Comunicação pela Faculdade de Artes, Letras e Comunicação da Universidade Federal de Mato Grosso do Sul (FAALC/UFMS). Contato: helder.lima@ufms.br.

## Introdução

**Q**uase um século após sua implantação no Brasil na década de 1920, o rádio brasileiro em Amplitude Modulada (AM) continua se reinventando a fim de se manter como um meio de massa competitivo frente ao avanço de novas tecnologias. Se por um lado na década de 1950, o rádio AM sofreu impactos de audiência com o surgimento da TV, logo adiante na década de 1970, foi a vez da concorrência estabelecida pelo próprio meio, com o surgimento das estações em Frequência Modulada (FM), afetarem as pioneiras AMs.

Desde o surgimento das FMs, uma sucessão de fatores colocou o rádio AM em desvantagem no mercado da mídia de massa. Entre 2004 e 2013 o número de concessões de emissoras AMs que operam em Ondas Médias (OM) cresceu apenas 5% passando de 1.701 para 1.784 ante a variação de 46% de novas concessões de FMs comerciais que saltou de 1.848 para 2.695, as educativas de 371 para 466 que representa pouco mais de 25%, e as FMs comunitárias de 2.213 para 4.504, ou seja, mais que o dobro de estações num período de dez anos (ABERT, 2014).

A perda de espaço das estações AMs se deve a uma série de fatores. O primeiro deles é sem sombra de dúvidas, a qualidade do áudio inferior de uma emissora em FM. Conforme Ferraretto (2001, p. 67), isto se deve as interferências que os receptores AM sofrem de “fenômenos naturais, como raios, ou artificiais como as provocadas por motores”.

Um dos outros motivos que levaram ao desinteresse por novas emissoras AMs são os custos de instalação e manutenção. As torres de transmissão são maiores, ocupam espaços consideráveis e apresentam alto consumo de energia elétrica, o que encarece os custos mensais de operação das emissoras. Além disso, a potência das AMs muda de acordo com o período do dia. Devido à propagação ionosférica, à noite, é preciso diminuir a potência para que não haja interferência de sinal entre as emissoras.

Além dos motivos de natureza técnica, os radiodifusores enfrentam as dificuldades impostas pelas indústrias que fabricam aparelhos receptores. Portáteis e integrados a smartphones, aparelhos de carro, tocadores de som mp3 entre outros aparelhos eletrônicos, a indústria atua na produção modelos de receptores que trazem a opção de sintonia apenas para faixa de frequência em FM (BIANCO e PRATA, 2018, p. 28)

Este conjunto de fatores afasta os ouvintes e reflete diretamente na venda de espaços publicitários, o que colocava em risco sua sobrevivência. Para superar a desvantagem em relação ao FM e se manter em condições de igualdade na concorrência por ouvintes e anunciantes, uma das alternativas encontradas foi a migração das emissoras AMs para a faixa de FM.

O estudo de viabilidade técnica realizado pela Anatel teve início em 2010 no estado de Santa Catarina e propôs que os canais 5 e 6 de televisão fossem destinados a emissoras de rádio AM que migrassem para FM. Com a constatação da viabilidade que resultou no relatório técnico "A extensão da faixa de FM (eFM) e a migração da faixa de OM: o que fazer com os canais 5 e 6 da televisão na Era digital", membros do Conselho de Rádio da Abert e presidentes das associações estaduais de radiodifusão fecharam questão sobre a mudança, com a destinação desses canais para o rádio AM em todo o país (ABERT, 2016).

Em 2013, o Conselho e as associações de radiodifusão discutiram premissas da mudança de faixa e entregaram um documento ao então Ministério das Comunicações. O texto foi remetido em setembro de 2013 para a análise técnica da Casa Civil, documento este que resultou no decreto 8.139<sup>2</sup>. Assinado pela presidente Dilma Rousseff (PT) em 7 de novembro de 2013, data que celebra o dia do radialista no Brasil, o decreto representou um marco para a radiodifusão brasileira pois anunciou a extinção das emissoras OM de caráter local e a adaptação das outorgas para FM. Apesar de beneficiar a

---

<sup>2</sup> Disponível em: <[http://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/\\_ato2011-2014/2013/decreto/d8139.htm](http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2011-2014/2013/decreto/d8139.htm)>. Acesso em: 15 set. 2016.

maioria das emissoras AMs do país, as que operam em OM de caráter regional e nacional e as emissoras em Ondas Curtas e Tropicais não foram contempladas pela migração (BRASIL, 2013).

De acordo com dados do Ministério da Ciência, Tecnologia, Inovações e Comunicações (MCTIC) de um total de 1.781 emissoras AM em OM, 1.421 solicitaram a mudança de faixa para FM, sendo 53 das 55 estações AMs em operação no estado de Mato Grosso do Sul (ANATEL, 2017).

Dentre as primeiras estações a operarem em FM estão as rádios Caçula de Três Lagoas e Difusora Pantanal de Campo Grande. A Caçula iniciou as transmissões em FM no dia 09 de janeiro de 2017 (RÁDIO CAÇULA, 2017). Já a Difusora Pantanal, considerada uma das mais antigas estações de Mato Grosso do Sul, foi a primeira emissora a migrar para FM na capital, iniciando as transmissões em 1º de junho de 2017.

Na pesquisa desenvolvida entre 2017 e 2018, no Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Universidade Federal de Mato Grosso do Sul (UFMS), traçamos como objetivo geral identificar como se configuraria a programação destas emissoras após a migração da faixa AM para FM. A metodologia empregada na investigação foi do Estudo Comparado tendo como suporte os métodos de entrevista em profundidade e observação direta da programação de ambas as estações.

Além desta pesquisa qualitativa vinculada a defesa de dissertação de mestrado do autor, ambas as emissoras em questão participaram da pesquisa nacional sobre a migração do rádio AM para FM coordenada pelas professoras Nélia Rodrigues del Bianco e Nair Prata. Os dados coletados em Mato Grosso do Sul, juntamente aos de outros 23 estados e o Distrito Federal, resultaram na publicação do livro "Migração do Rádio AM para FM: avaliação de impactos e desafios frente à convergência tecnológica".

Em Mato Grosso do Sul, a pesquisa revelou através da participação de 10 emissoras<sup>3</sup>, que mais da metade havia assinado o termo aditivo junto ao Governo Federal para migrar em 2016, sendo que 60% iniciou as transmissões em FM no ano de 2017. Dentre os motivos principais que levaram os radiodifusores a migrar, a pesquisa apontou: a melhoria da qualidade do som; a expectativa de alcançar várias faixas da audiência, a exemplo dos jovens; e a possibilidade de aumentar o faturamento com publicidade (LIMA e OTA, 2018).

## **O rádio e a questão local**

Se no passado o rádio ultrapassava as fronteiras nacionais com a emissão por Ondas Curtas, hoje se configura como um meio de comunicação com foco para o local. Cabe a ele, portanto, retratar o cotidiano das comunidades às quais pertence, ou seja, enfatizar os territórios em que estão situadas as estações.

Na década de 1950, a partir do surgimento da TV, a notícia e a informação se configuram como uma das funções principais do meio. “Foi, mesmo, o caminho encontrado pelo Rádio para sobreviver em face da poderosa concorrência da TV” (SAMPAIO, 1971, p.22).

Chantler e Harris (1998, p. 21) destacam que a identidade local de uma emissora está relacionada à força e à importância que ela dá ao jornalismo. “Estações de rádio locais que querem atingir grande audiência e ignoram o jornalismo correm riscos”. Para os autores, como as emissoras disputam a audiência, o jornalismo tende a ser um dos fatores que distinguirá as emissoras locais das demais.

A pesquisadora de rádio, Doris Haussen (2004) também entende que a proximidade com a comunidade local é uma das características principais do

---

<sup>3</sup> Além das Rádios Caçula e Difusora Pantanal, participaram da pesquisa nacional sobre a migração, as seguintes estações: Nova FM de Anastácio, Difusora de Aquidauana, Rádio Globo, Vale 102 FM, CNB Campo Grande, Nova Difusora FM, Rádio Hora (LIMA e OTA, 2018).

rádio. Diante disto, ela defende que o veículo tenha que ser investigado em seu contexto.

Se a televisão aberta tomou para si o papel que a Rádio Nacional desempenhava, se a globalização e a tecnologia trazem cada vez mais as informações mundiais, cabe justamente ao rádio, devido às suas características inerentes, promover as informações locais (HAUSSEN, 2004, p. 8).

Para Barbosa Filho (2009, p. 46) o regionalismo é uma marca fundamental do rádio, pois oferece visibilidade às informações locais. Para o autor, este princípio dinamiza as relações entre rádio e comunidade. Na visão de Peruzzo (2002, p. 68), na mídia local “os acontecimentos dizem respeito mais diretamente à vida das pessoas daquela localidade”.

Ao discutir o futuro do jornalismo em cidades do interior, a pesquisadora Beatriz Dornelles apresenta o termo “localismo” que corresponde a “divulgação de fatos e acontecimentos de repercussão local, de interesse imediato dos moradores que residem no município-sede do jornal” (DORNELLES, 2013, p.70).

Segundo Sousa (2002, p. 16), a comunicação regional e local sempre terão como referência “um território, um espaço físico, uma área geográfica. É aquela que se vincula à realidade regional e local, à vida quotidiana da comunidade onde se insere, à vida comercial dessa comunidade, à dinamização sócio-cultural comunitária”.

Carlos Camponez (2012) por sua vez, propõe que a imprensa regional se articula em torno de conceitos como território, comunicação e comunidade. Além da proximidade física e geográfica o autor acrescenta também as dimensões temporais, psico-afetivas, socioprofissionais e socioculturais. “Nesta polissemia de sentidos, ouvimos editores falar em opções por uma informação mais próxima ou em jornalismo de proximidade, que fala diretamente com as pessoas” (CAMPONEZ, 2012, p. 36).

Em Mato Grosso do Sul, um estado com realidades distintas e significativas, o local deve ser sempre levado em consideração na

formatação dos programas radiofônicos. Neste trabalho, elencou-se conforme já mencionado as estações pioneiras a aderirem ao processo de migração para FM: a Difusora Pantanal situada na capital do estado, Campo Grande; e a Rádio Caçula situada no interior do estado, Três Lagoas, na porção leste.

## **O Perfil das emissoras analisadas**

A **Rádio Caçula**<sup>4</sup> foi a primeira emissora sul-mato-grossense a operar em Frequência Modulada. Situada em Três Lagoas, no interior do estado, num município que faz limites com o estado de São Paulo, na região leste de Mato Grosso do Sul, apresenta uma população estimada em 2019 de 121.388 habitantes, o que corresponde ao terceiro maior contingente populacional e o 4º maior PIB *per capita* dentre os demais municípios sul-mato-grossenses (IBGE, 2019).

Além da abrangência significativa na microrregião geográfica de Três Lagoas formada também pelos municípios de Água Clara, Ribas do Rio Pardo, Brasilândia e Santa Rita do Pardo, a Rádio Caçula pode ser sintonizada em municípios próximos situados no território paulista que fazem limites geográficos com Mato Grosso do Sul.

É a estação pioneira da região, sendo fundada em 14 de novembro de 1955 pelo empresário Romeu de Campos e desde 1993 é administrada pelo casal de sócios: Romeu de Campos Filho e Antônia Aparecida de Souza Campos (RÁDIO CAÇULA, 2018).

No processo de migração investiu, de acordo com o diretor Romeu de Campos Júnior, em torno de 250 mil reais na quitação da taxa de adaptação de outorga, projeto técnico e troca de equipamentos. Passou a ser denominada Caçula FM e opera na faixa 96,9 MHz, mantendo o endereço físico da antiga

---

<sup>4</sup> Informações extraída dos Anais do IX Seminario de la Asociación Latinoamericana de Investigadores de la Comunicación, 2017, Goiânia. **Rádio Caçula de Três Lagoas:** o retrato da primeira emissora a migrar para FM em Mato Grosso do Sul. Goiânia: PPGCOM/Gráfica UFG, 2017. Disponível em: <<https://we.tl/MrNLxrakXQ>>. Acesso em: 30 abr. 2020.

AM: avenida Aldair Rosa de Oliveira, 1045, bairro Interlagos em Três Lagoas (MS).

Para atingir uma gama maior de ouvintes, ainda quando operava em AM, além da transmissão na forma tradicional por ondas hertzianas, utilizava os recursos da Internet através do portal <www.radiocacula.com.br>. A emissora saiu na frente também na transmissão por smartphones e disponibilizava em AM, o aplicativo próprio de transmissão da programação denominado “Rádio Caçula” que pode ser baixado na Apple Store ou no Play Store. No Facebook, a página oficial conta com mais de 56 mil<sup>5</sup> seguidores e o canal do Youtube reúne mais de 8 mil inscritos<sup>6</sup>. Para interação diária com os ouvintes, a emissora disponibiliza canal exclusivo através do *Whatsapp* (67-99284-5019).

Já a **Rádio Difusora Pantanal**<sup>7</sup>, é uma das emissoras pioneiras do então estado de Mato Grosso Uno tendo sido implantada em 26 de agosto de 1939 (FERNANDES, 2011). Considerada a segunda emissora de rádio mais antiga ainda em atividade em Mato Grosso do Sul, fica atrás apenas da Rádio Difusora Mato-grossense de Corumbá, fundada em 20 de setembro de 1936 (OTA, 2006).

Operava em AM na faixa de frequência 1240 KHz e ao migrar para FM, em 1º de junho de 2017, passou a utilizar como nome fantasia, “FM Difusora Pantanal”, e pode ser sintonizada na frequência 101,9 MHz. Localizada na Rua Marrey Junior, 448, no bairro Tiradentes, é dirigida pelo jornalista Benedito de Paula Filho, e da mesma forma que a Rádio Caçula de Três Lagoas, oferece transmissão de seu conteúdo na Internet através do portal <www.difusorapantanal.com.br> e pelo aplicativo Difusora Pantanal 101,9

<sup>5</sup> Disponível em: <<https://www.facebook.com/radiocaculat/>>. Acesso em: 04 mar 2020.

<sup>6</sup> Disponível em: <<https://www.youtube.com/user/radiocacula>>. Acesso em: 04 mar 2020.

<sup>7</sup> Informações extraídas dos anais do 41º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação - INTERCOM, 2018, Joinville. **Os impactos da migração na grade de programas da Rádio Difusora Pantanal.** São Paulo: Intercom, 2018. em Disponível em: <<http://portalintercom.org.br/anais/nacional2018/resumos/R13-0138-1.pdf>>. Acesso em: 13 maio 2020.

que pode ser baixado na *Apple Store* ou no *Play Store* (DIFUSORA PANTANAL, 2019).

No *Facebook*, conta com mais de quatorze mil<sup>8</sup> seguidores, no Instagram 12 mil<sup>9</sup>, e número exclusivo para interação com os ouvintes através do *Whatsapp* (67 99991-1019). Com abrangência de um raio de 300 km, a Difusora está presente em 70% dos municípios do estado, segundo afirmou o diretor geral Benedito de Paula Filho em entrevista ao pesquisador. No processo de migração para FM, a emissora investiu cerca de 500 mil reais.

## **Metodologia da Pesquisa e referencial teórico**

A pesquisa qualitativa realizada nas rádios Caçula e Difusora Pantanal teve como objetivo entender de que forma a adaptação tecnológica para FM refletiu no conteúdo das emissoras. Na análise, recorreremos ao Estudo Comparado para que pudesse ser estabelecida a comparação da grade de programação do AM para FM, a partir do suporte teórico conceitual dos gêneros radiofônicos proposto por André Barbosa Filho (2009).

Na América Latina coube a Jacque Kayser iniciar Estudos Comparados, ministrando aulas no Centro Internacional de Estudos Superiores de Jornalismo (CIESPAL). Na época, a análise crítica e comparativa dos jornais criou perspectivas para pesquisadores, grande público e especialistas. O objetivo era fazer com que as pesquisas servissem de subsídio para os próprios profissionais da imprensa em sua atividade noticiosa (MELO, 1971).

De acordo com Vidal (2013, p.8), o Estudo Comparado busca oferecer respostas a questões sociais a partir da comparação. Comparar é, além de estabelecer semelhanças e diferenças, visualizar erros e acertos. (GERALDES e SOUSA, 2011). Antes, porém, da realização do Estudo Comparado, recorreremos as técnicas de observação direta e entrevista em profundidade

---

<sup>8</sup> Disponível em: <<https://www.facebook.com/difusorapantanal/>>. Acesso em: 21 mar. 2020.

<sup>9</sup> Disponível em: <<https://www.instagram.com/difusorapantanal/>>. Acesso em: 21 mar. 2020.

com locutores e responsáveis pela direção e programação das respectivas emissoras.

Para conseguir informações e aspectos da realidade para a pesquisa, a técnica da observação direta utiliza-se dos sentidos, não apenas da audição e visão do pesquisador, mas principalmente de examinar fatos ou fenômenos a investigar. Na pesquisa de campo, coloca o pesquisador em contato direto com a realidade. (LAKATOS e MARCONI, 2007, p.192).

Inicialmente, procedemos com a observação sistemática, individual e em laboratório, que neste caso correspondeu à observação a partir da audição dos programas de ambas as emissoras durante o período de 23 a 27 de outubro de 2017, ou seja, entre segunda e sexta-feira das 7 às 19 horas, horário considerado nobre na programação das estações de rádio. As gravações dos programas foram disponibilizadas em arquivo MP3 pela direção da Rádio Difusora Pantanal. No caso da Rádio Caçula, os programas foram gravados a partir da transmissão na web pelo programa Total Recorder.

Considerando os cinco dias principais daquela semana, foram analisadas na Rádio Difusora Pantanal 12 horas de conteúdo em FM de quatro programas diários, perfazendo 60 horas durante o período. Na Rádio Caçula, as 12 horas diárias estão distribuídas em oito programas em FM. Ao todo, foram aproximadamente 120 horas de programação de ambas as emissoras para análise.

Para validar a análise dos programas realizamos observação direta sistemática individual em campo, na sede das respectivas emissoras, a fim de acompanhar a produção e rotina diária dos locutores no intuito de compreender mais de perto a realidade a ser investigada. Nas duas primeiras etapas, a observação foi não-participante; o investigador presenciou o fato, no caso, a produção dos programas, sem se envolver nas situações, participando como observador. Nesta etapa, não houve uma padronização do processo de observação, sendo realizada apenas uma vez em cada programa diário por

estação, obedecendo sempre a duração total do programa, limitados pela disponibilidade de cada locutor e da própria direção das emissoras de rádio.

A partir das duas etapas de observação tivemos subsídios para entender como se configurava cada programa na faixa de FM. Nosso desafio, no entanto, era estabelecer parâmetros comparativos da grade de programação em AM para compreender o que fora alterado em FM. Recorremos, então, ao método da entrevista em profundidade com os diretores das respectivas emissoras, uma vez que, tanto a Rádio Caçula quanto a Rádio Difusora não dispunham de arquivos da gravação da programação em AM para que pudéssemos estabelecer o estudo comparado da programação em si.

Considerada uma técnica cujo intuito é explorar um assunto “a partir da busca de informações, percepções e experiências de informantes para analisá-las e apresentá-las de forma estruturada” (DUARTE, 2011, p.62), as entrevistas em profundidade deram suporte para o Estudo Comparado, uma vez que trouxeram evidências de como eram os programas em AM e como passaram a se configurar em FM. Esta etapa nos ajudou a identificar, além das características de cada programa, se a rádio mudou a forma de produção, locução e formato.

Na Rádio Caçula<sup>10</sup> entrevistamos locutores, os sócios proprietários e o gerente comercial que também atuam como locutores na emissora. Por se tratar de uma empresa familiar, além da direção, os sócios proprietários acumulam também a função de comunicadores durante a programação.

Na Rádio Difusora Pantanal<sup>11</sup>, as entrevistas em profundidade foram realizadas com locutores e o diretor-geral, que também acumula a função de comunicador. Foi possível também entrevistar os diretores artístico e comercial da rádio. O material resultou em 13 arquivos de áudio com duração

---

<sup>10</sup> Foram entrevistados na Rádio Caçula: Antônia Aparecida de Souza Campos (locutora e sócia-proprietária), Romeu de Campos Júnior (locutor e sócio-proprietário), Fábio Rodrigo de Souza Campos (locutor e gerente comercial), e os locutores Ronaldo dos Santos e Ana Carolina Thomé Kozara.

<sup>11</sup> Foram entrevistados na Difusora Pantanal: Benedito de Paula Filho (diretor geral), Cristiane Arruda do Nascimento (diretora comercial), Aldemir Oliveira Aldeia (diretor artístico), e os locutores Milton Aires Viana Filho, José Osmar Soares Ferreira e Alequessan Reis.

Hélder Samuel dos Santos **LIMA**

aproximada de cinco horas que foram gravados em formato mp3 por meio de um aplicativo gravador de áudio disponível num smartphone.

Realizada a transcrição das entrevistas e análise prévia do conteúdo por meio da técnica da observação direta, partimos para a categorização de cada programa baseado no suporte teórico-conceitual de André Barbosa Filho (2009), que propõe a classificação em gêneros e formatos radiofônicos baseados no esquema funcional de Laswell e Wright<sup>12</sup>.

Segundo Barbosa Filho (2009, p. 71), o formato do programa corresponde ao “conjunto de ações integradas e reproduzíveis, enquadrado em um ou mais gêneros radiofônicos, manifestado por meio de uma intencionalidade e configurado mediante um contorno plástico”. Para o autor, a classificação dos programas em gêneros radiofônicos leva em consideração as funções que cada programa apresenta diante dos ouvintes. Desta forma, os principais gêneros e formatos seriam:

**Quadro 1:** Gêneros e Formatos Radiofônicos

<b>GÊNERO</b>	<b>FUNÇÃO</b>	<b>PRINCIPAIS FORMATOS</b>
Jornalístico	Atualizar os ouvintes com a divulgação dos acontecimentos; pode conter ainda o acompanhamento do desenrolar dos fatos e a análise.	Nota, notícia, boletim, reportagem, entrevista, comentário, editorial, crônica, radiojornal, documentário jornalístico, mesas-redondas ou debates, programa policial, programa esportivo, divulgação tecno-científica.
Educativo-Cultural	Tem a função de instruir e educar os ouvintes.	Programa instrucional, audiobiografia, documentário educativocultural, programa temático.

<sup>12</sup> Laswell estabeleceu o paradigma funcionalista aplicado aos estudos de comunicação sistematizando o ato de comunicação em responder quem, diz o que, em que canal, a quem e com que efeito. Para ele, os meios cumpriam as funções de vigilância, transmissão do legado social e correlacionamento dos componentes da sociedade para se ajustar ao meio. Já Wright catalogou as funções dos meios de comunicação revelando os papéis de entretenimento e regulação (SOUZA, 2002, p. 131-132).

Entretenimento	Entreter o ouvinte.	Programa musical, programação musical, programa ficcional, programete artístico (drops), evento artístico, programa interativo de entretenimento.
Publicitário	A divulgação de produtos e serviços.	Espote, jingle, testemunhal, peça de promoção.
Propagandístico	Influenciar atitudes coletivas em torno de ideias, crenças.	Programas eleitorais, programa religioso, peça radiofônica de ação pública.
Serviço	Apoiar os ouvintes e a comunidade no qual estão inseridos através da prestação de serviços.	Notas de utilidade pública, programete de serviço, programa de serviço.
Especial	Apresentam formato híbrido e são multifuncionais podendo informar, entreter, educar, prestar serviço e divulgar produtos ou ideias.	Programa infantil e programa de variedades.

**Fonte:** Barbosa Filho (2009, p. 89 – 144).

Desta forma, por fim, procedemos com o Estudo Comparado através de um quadro comparativo construído sobre a análise da programação de ambas as estações investigadas, o que nos levou a resultados que permitiram compreender quali-quantitativamente o que mudou, o que foi mantido e como os programas se estabeleceram após a migração do AM para FM.

## **Estudo Comparado das emissoras**

Na faixa AM, a Rádio Caçula possuía uma grade de programação de segunda à sexta-feira com 12 programas, sendo sete ao vivo e/ou de produção própria e o restante com programas gravados que são adquiridos de agências de rádio. Após iniciar a transmissão em FM, a direção ampliou a grade para 14 programas e passou a transmitir durante as 24 horas do dia, tendo em vista que no AM, as 22 horas encerrava as transmissões retomando apenas as 4 da manhã do dia seguinte.

Hélder Samuel dos Santos **LIMA**

Desde a época em que operava na faixa de AM, os carros-chefes da programação já eram os programas: *Toninha Campos*, *Linha Direta com a Notícia* e *Ronda Policial*. Os três ocupam horário nobre da programação, das 8 às 13 horas, e são apresentados há mais de 20 anos pelos sócios proprietários Antônia Aparecida de Souza Campos e Romeu de Campos Júnior. O último, *Ronda Policial*, é apresentado pelo filho do casal proprietário e gerente comercial da emissora, Fábio Rodrigo de Souza Campos.

O programa *Acorda Três Lagoas* esteve no ar por mais de cinco anos na grade de programação e fazia parte da programação jornalística da emissora quando esta operava em AM. Havia programa religioso na grade, porém o horário era comercializado para uma igreja de denominação evangélica. Dois programas eram adquiridos da produtora *Talk Rádio*, com sede em Presidente Prudente, e o programa *Siga Bem, Caminhoneiro*<sup>13</sup> apresentado por Sérgio Reis, era transmitido em rede numa parceria da emissora com o próprio locutor.

Das 22 horas até meia-noite no AM, a programação, com duração de duas horas, restringia-se à reprodução de músicas, comerciais e hora certa, todos programados e executados pelo computador sem a necessidade de haver um locutor nos estúdios da emissora. Entre meia-noite e quatro da manhã os equipamentos eram desligados e a emissora saía do ar retornando às atividades apenas às quatro da manhã do dia seguinte.

**Quadro 2:** Estudo Comparado de Programação da Rádio Caçula no AM e FM

Horário	Programa/ Apresentador no AM	Gênero/ Formato no AM	Horário	Programa/ Apresentador no FM	Gênero/ Formato no FM
0h às 04h	-	-	<b>0h às 4h</b>	Nitro Night – (Talk Rádio)	Entretenimento/ Musical
04h às 06h30	Saudade da minha terra/ Braga Júnior	Entretenimento/ Musical	<b>04h às 05h</b>	Sambaxé/ (Talk Rádio)	Entretenimento/ Musical

<sup>13</sup> Atualmente, o programa de Sérgio Reis é denominado “Brasil Caminhoneiro” e é veiculado em sete emissoras de Mato Grosso do Sul nos municípios de Aquidauana, Bela Vista, Coxim, Campo Grande, Eldorado, Pedro Gomes e Rio Brillante (BRASIL CAMINHONEIRO, 2017). Disponível em: <<http://brasilcaminhoneiro.com.br/emissoras/>>. Acesso em: 21 mar. 2020.

**DO AM AO FM: uma análise da programação das rádios Caçula e Difusora Pantanal de Mato Grosso do Sul)**

<b>06h30 às 07h</b>	Siga bem Caminhoneiro/ Sérgio Reis (Rede)	Entretenimento/ Musical	<b>05h às 07h</b>	Caçula Sertanejo/ Ronaldo Santos	Entretenimento/ Musical
<b>07h às 08h</b>	Acorda Três Lagoas/ Ademir Firmino	Jornalístico	<b>07h às 08h</b>	Jornal da Manhã / Fábio Campos	Jornalístico/ Radiojornal
<b>08h às 11h</b>	Programa Toninha Campos/ Antônia A. de Souza Campos	Especial/ Programa de Variedades	<b>08h às 11h</b>	Programa Toninha Campos/ Antônia A. de Souza Campos	Especial/ Programa de Variedades
<b>11h às 12h</b>	Linha Direta com a Notícia/ Romeu de Campos Júnior	Jornalístico/ Programa de Entrevista	<b>11h às 12h</b>	Linha Direta com a Notícia/ Romeu de Campos Júnior	Jornalístico/ Programa de Entrevista
<b>12h às 13h</b>	Ronda Policial/ Fábio Campos	Jornalístico/ Programa Policial	<b>12h às 13h</b>	Ronda Policial/ Fábio Campos	Jornalístico/ Programa Policial
<b>13h às 15h</b>	Conexão BR/ (Talk Rádio)	Entretenimento/ Musical	<b>13h às 14h</b>	Arena Universitária/ (Talk Rádio)	Entretenimento/ Musical
<b>15h às 17h30</b>	Tudo Mais você/ Braga Júnior	Entretenimento/ Musical	<b>14h às 16h</b>	Mistura Musical/ Ronaldo Santos	Entretenimento/ Musical
<b>17h30 às 19h</b>	Nação Sertaneja/ (Talk Rádio)	Entretenimento/ Musical	<b>16h às 18h</b>	Whatsapp/ Ana Carolina Kozara	Entretenimento/ Musical
<b>19h às 20h</b>	A Voz do Brasil/ EBC	Jornalístico	<b>18h às 18h40</b>	Top Universitário/ (Talk Rádio)	Entretenimento/ Musical
<b>20h às 21h</b>	Clube dos Românticos/ Valdir Moreira	Entretenimento/ Musical	<b>18h40 às 19h</b>	Programação Musical / (Piloto Automático)	Entretenimento/ Musical
<b>21h às 22h</b>	Programa Evangélico	Propagandístico/ Religioso	<b>19h às 20h</b>	A Voz do Brasil / EBC	Jornalístico
<b>22h às 0h</b>	Programação Musical/ (Piloto Automático)	Entretenimento/ Musical	<b>20h às 22h</b>	Clube dos Românticos/ Valdir Moreira	Entretenimento/ Musical
			<b>22h às 0h</b>	Classe A Nacional/ (Talk Rádio)	Entretenimento/ Musical

**Fonte:** Do autor

Após migrar para FM a direção optou pela ampliação da grade de programação, passando de 12 para 14 programas. Além disso, a emissora

Hélder Samuel dos Santos **LIMA**

começou a transmitir de forma ininterrupta. Dentre os programas que, mesmo após migrar, permaneceram na emissora estão: *Toninha Campos, Linha Direta com a Notícia, Ronda Policial* e *Clube dos Românticos*. Os três primeiros são consolidados pelo tempo que estão no ar e são líderes de audiência, segundo a direção da emissora.

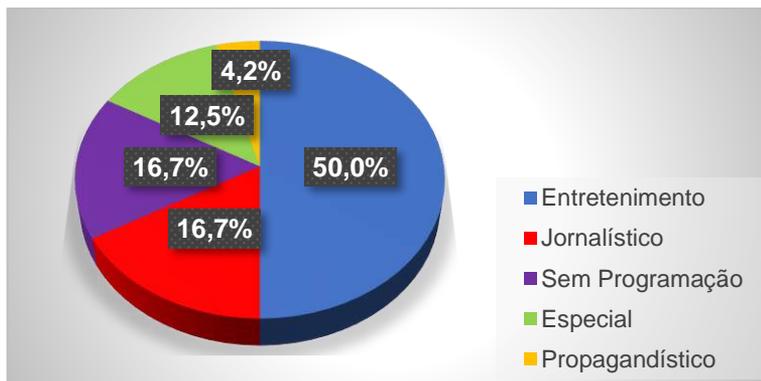
Dentre as alterações, no período da manhã houve a substituição dos programas *Saudades da Minha Terra* e *Siga Bem, Caminhoneiro* por *Caçula Sertanejo*. No horário das 7 às 8 horas, o programa *Acorda Três Lagoas* foi substituído pelo *Jornal da Manhã*, um radiojornal, cujo foco, segundo a direção da emissora, é o jornalismo local, que será mais detalhado adiante.

No período vespertino, a grade foi toda reformulada. Os programas *Conexão BR, Tudo Mais Você* e *Nação Sertaneja*, adquiridos da agência *Talk Rádio*, foram substituídos pelos programas *Arena Universitária, Mistura Musical, Whatsapp* e *Top Universitário*. Destes, apenas o *Mistura Musical* e o *Whatsapp* são ao vivo e produzidos por locutores na própria sede da Caçula. O *Mistura Musical* ficou no ar apenas por um mês e já saiu da grade de programação e foi incluído na análise de dados, pois esteve no ar durante o período estabelecido da pesquisa.

Apesar da ampliação da grade com conteúdo durante as 24 horas do dia, identificamos que boa parte é preenchida por programas musicais adquiridos da agência *Talk Rádio* tais como *Arena Universitária, Top Universitário, Classe A Nacional, Nitro Night* e *Sambaxé*.

Após análise dos programas existentes no AM e os criados ou mantidos no FM foi possível categorizá-los de acordo com o gênero e o formato em que se enquadram, seguindo o referencial teórico proposto por Barbosa Filho (2009). Assim, observamos em AM a existência de programas na emissora nos gêneros jornalístico, entretenimento, especial e propagandístico, conforme o gráfico 1.

**Gráfico 1:** Distribuição da programação da Rádio Caçula AM por gênero



**Fonte:** Do autor

De acordo com o gráfico 1, o gênero entretenimento no formato musical era predominante na Rádio Caçula ocupando 12 horas diárias de programação, o que corresponde a 50% da programação total de um dia da emissora. Conforme Barbosa Filho (2009, p.116), neste formato cujo mote é a música, “os blocos são compostos por séries de música que estruturam a programação musical”.

No gênero jornalístico, a rádio possuía três programas fixos que totalizavam três horas de programação diária, mais uma hora do programa *A voz do Brasil* de transmissão obrigatória da Empresa Brasil de Comunicação (EBC)<sup>14</sup>, considerado também jornalístico, correspondendo, portanto, a 16,7% do total da programação.

O gráfico mostra ainda, que 16,7%, ou seja, quatro dentre as 24 horas que corresponde ao total da grade diária, não apresentava programação, uma vez que a emissora ficava fora do ar, conforme já citado anteriormente.

O gênero especial, representado apenas pelo *Programa Toninha Campos*, ocupa três horas da grade e corresponde a 12,5% do total diário. A

<sup>14</sup> A Empresa Brasil de Comunicação (EBC) é uma empresa pública federal, criada pela Lei n. 11.652/2008 cujo objetivo é prestar serviços de comunicação governamental por meio do canal de TV NBR e do programa de rádio “A Voz do Brasil”, retransmitido por todas as estações de rádio brasileiras (EBC INSTITUCIONAL, 2018). Disponível em: <<http://www.ebc.com.br/institucional/>>. Acesso em: 19 fev. 2018.

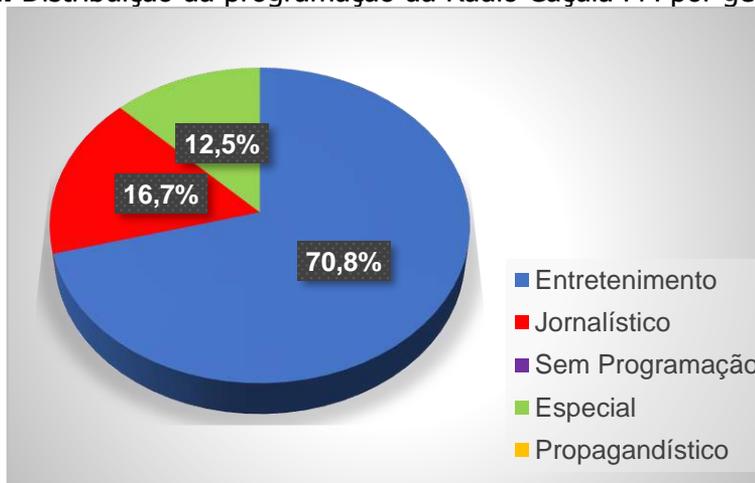
Hélder Samuel dos Santos **LIMA**

partir da referência dos estudos de Barbosa Filho (2009), o *Programa Toninha Campos* é categorizado no formato programa de variedades congregando todos os gêneros radiofônicos em um único formato. É nomeado pela literatura como “radiorrevista”, conhecido também como miscelânea ou programa de variedades na vertente “programas de comunicador”, em que a figura da apresentadora é cultuada, pois há uma relação de proximidade entre ela e os ouvintes.

Já o gênero propagandístico, por sua vez, ocupava uma hora da programação diária da emissora e correspondia à 4,2% do total. O programa de formato religioso era comercializado, conforme dito anteriormente, para igreja de denominação evangélica.

Não havia em AM um programa específico enquadrado no gênero de serviço. No entanto, consideramos em nossa análise que a prestação de serviços à comunidade, algo comum em estações de rádio locais, está inserida dentro do *Programa Toninha Campos* que faz parte do gênero especial. O gráfico 2, a seguir, mostra como passou a se configurar a distribuição dos programas na Rádio Caçula por gênero e formato após migrar para FM.

**Gráfico 2:** Distribuição da programação da Rádio Caçula FM por gênero



**Fonte:** Do autor

De acordo com o gráfico 2, o gênero entretenimento no formato musical continuou predominante na Rádio Caçula após migrar para FM, ocupando 17

horas diárias de programação, correspondentes a 70,8% da programação total de um dia da emissora. No gênero jornalístico, a rádio manteve os três programas fixos que totalizavam três horas de programação diária, mais uma hora do programa *A voz do Brasil* da EBC, considerado também jornalístico, o que perfaz, portanto, os mesmos 16,7% do total da programação. É importante ressaltar, que não consideramos aqui os boletins a cada hora cheia de programação nem os *flashes* ao vivo, comuns na emissora, por serem variáveis de acordo com o dia.

O gênero especial, representado apenas pelo *Programa Toninha Campos* manteve o percentual de 12,5% do total diário. O gênero propagandístico, presente anteriormente em formato religioso, saiu da grade e não pode ser observado no gráfico 2. Uma vez que a grade passou a ser preenchida com programação nas 24 horas do dia, não há, portanto, percentual na categoria horário sem programação.

Já na Difusora Pantanal, foi possível observar que na faixa AM, a grade de programação da Difusora Pantanal foi formada por 12 programas. Não havia programas transmitidos em rede e nenhum era gravado ou adquirido de agências de rádio. Todos os programas no AM, segundo a direção, eram ao vivo e produzidos na própria emissora, exceto os programetes de cinco minutos apresentados pelo Padre José Maria denominados *Momento de Reflexão e Fé*.

Após a migração para FM, identificamos que dos 12 programas existentes em AM, apenas um se manteve com nome e formatos originais: *Boca do Povo* apresentado pelo diretor-geral da emissora, Benedito de Paula Filho. Dentre os locutores mantidos na grade semanal, de segunda à sexta-feira, estão os locutores Osvaldo Batista, Osmar Soares e Valdemir Silva, embora os respectivos programas tenham sofrido ajustes de nome e horário, conforme pode ser observado no quadro abaixo.

**Quadro 3:** Comparativo de Programação da Rádio Difusora Pantanal no AM e FM

Horário	Programa/ Apresentação no AM	Gênero/ Formato	Horário	Programa/ Apresentação no FM	Gênero/ Formato
<b>03h às 05h</b>	Café com Pimenta/ Pimenta	Entretenimento/ Musical	<b>04h às 06h55</b>	Prosa e Viola / Oswaldo Batista	Entretenimento / Musical
<b>05h às 06h55</b>	Batidão Sertanejo Oswaldo Batista	Entretenimento/ Musical			
<b>06h55 às 07h</b>	Momento de Reflexão e Fé/ Padre José Maria	Propagandístico / Programa Religioso	<b>06h55 às 07h</b>	Momento de Reflexão e Fé / Padre José Maria	Propagandístico / Programa Religioso
<b>07h às 08h</b>	Boca do Povo/ B de Paula Filho	Jornalístico/ Programa de Entrevista e Programa Opinativo	<b>07h às 08h</b>	Boca do Povo / B de Paula Filho	Jornalístico / Programa de Entrevista e Programa Opinativo
<b>08h às 11h55</b>	Agito da Manhã/ Osmar Soares	Entretenimento/ Musical	<b>08h às 08h05</b>	Programete Religioso / Presbítero Jericó Vieira de Matos	Propagandístico / Programa Religioso
			<b>08h05 às 11h55</b>	Comitiva Pantaneira / Miltinho Viana	Entretenimento / Musical
<b>11h55 às 12h</b>	Momento de Reflexão e Fé / Padre José Maria	Propagandístico/ Programa Religioso	<b>11h55 às 12h</b>	Momento de Reflexão e Fé / Padre José Maria	Propagandístico / Programa Religioso
<b>12h às 13h</b>	Show do Meio dia / Oswaldo Batista	Entretenimento	<b>12h às 16h</b>	Agito Sertanejo / Osmar Soares	Entretenimento / Musical
<b>13h às 14h</b>	Veredas da Fé / Pastora Janete	Propagandístico/ Programa Religioso			
<b>14h às 16h</b>	Programa Wilson de Aquino / Wilson de Aquino	Entretenimento / Musical			
<b>16h às 17h55</b>	Roda de Tereré / Artêmio Moreira	Entretenimento / Musical	<b>16h às 17h55</b>	A tarde é Sua / Alex Delina	Entretenimento / Musical
<b>17h55 às 18h</b>	Momento de Reflexão e Fé / Padre José Maria	Propagandístico / Programa Religioso	<b>17h55 às 18h</b>	Momento de Reflexão e Fé / Padre José Maria	Propagandístico / Programa Religioso
<b>18h às 18h45</b>	Difusora Esporte com Equipe Bola de Ouro / Ricardo Paredes	Jornalístico / Programa de Esporte	<b>18h às 19h</b>	A tarde é Sua / Alex Delina	Entretenimento / Musical

**DO AM AO FM: uma análise da programação das rádios Caçula e Difusora Pantanal de Mato Grosso do Sul)**

<b>18h45 às 19h</b>	A voz da Polícia / Ricardo Paredes	Jornalístico / Programa Policial			
<b>19h às 20h</b>	A voz do Brasil / EBC	Jornalístico	19h às 20h	A voz do Brasil / EBC	Jornalístico
<b>20h às 20h30</b>	Hora Milagrosa / Igreja Apostólica	Propagandístico / Programa Religioso	<b>20h às 0h</b>	Geração Sertaneja / Valdemir Silva	Entretenimento / Musical
<b>20h30 às 23h30</b>	Comando Sertanejo / Valdemir Silva	Entretenimento / Musical			
<b>23h30 às 03h</b>	Difusora na Madrugada / Piloto Automático	Entretenimento / Musical	<b>0h às 04h</b>	Piloto Automático	Entretenimento / Musical

**Fonte:** Do autor

É possível identificar que o programa *Agito da Manhã* teve seu nome alterado para *Agito Sertanejo* e deixou de ser apresentado das 8 às 11h55min para o horário das 12 às 16 horas, o que justificou a alteração do nome. O *Batidão Sertanejo* se tornou *Prosa e Viola* e ganhou uma hora a mais em FM, uma vez que, diferentemente dos tempos de AM, quando começava às 5h, passou a começar às 4h. Por sua vez, o *Comando Sertanejo* se transformou em *Geração Sertaneja* e ganhou uma hora a mais, tendo início às 20 horas e encerramento à meia-noite em FM. Em AM, o programa começava às 20h30 e terminava às 23h30.

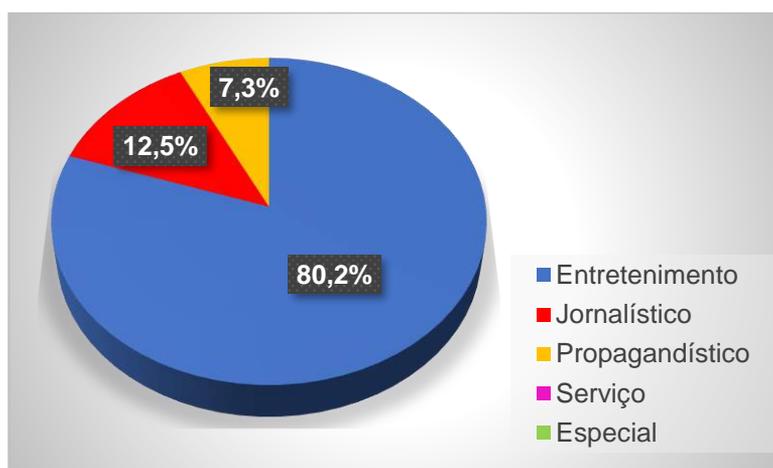
Na pesquisa, verificamos que o número de programas nessa transição de AM para FM na Difusora Pantanal diminuiu pela metade passando de 12 para seis. Todos os programas são ao vivo e têm duração de quatro horas, com exceção dos programas *Prosa e Viola* e *A Tarde é Sua* que têm duração aproximada de três horas e o *Boca do Povo* que manteve uma hora de duração como em AM.

Ao migrar para FM, a direção apostou no gênero de entretenimento e optou por priorizar o formato programa musical sertanejo. Foi possível observar ainda que oito programas saíram do ar no FM. São eles: *Café com Pimenta*, *Show do Meio Dia*, *Veredas da Fé*, *Wilson de Aquino*, *Roda de Tereré*, *Difusora Esporte com a equipe Bola de Ouro*, *A voz da Polícia* e *Hora Milagrosa*.

Hélder Samuel dos Santos **LIMA**

De acordo com a direção, os programas saíram do ar por apresentarem baixa audiência, dificuldade dos locutores do AM se adaptarem para o formato de programa musical do FM, dificuldade dos locutores lidarem com a tecnologia e os programas de computador que estruturam a programação, e também falta de interesse da direção em renovar contratos com as igrejas que comercializavam a grade.

**Gráfico 3:** Distribuição da programação da Rádio Difusora AM por gênero



**Fonte:** Do autor

Com base no gráfico, é possível identificar que o gênero entretenimento era predominante na Difusora Pantanal em AM ocupando 19 horas e 15 minutos do total de um dia de 24 horas de programação. No gênero jornalístico, a rádio mantinha três programas fixos que totalizavam duas horas de programação diária, mais uma hora do programa *A voz do Brasil* que é jornalístico de transmissão obrigatória da EBC.

No gênero propagandístico, foi possível observar que a rádio comercializava uma hora e quarenta e cinco minutos de sua grade para programas religiosos. A análise revela ainda que 80,2% da programação da Difusora Pantanal no AM era ocupada por programas enquadrados no gênero entretenimento no formato programa musical.

O gênero jornalístico vem em seguida com 12,5% sendo distribuído em programas nos formatos programa de entrevista, programa de esportes,

programa policial e radiojornal, considerando o programa nacional "A voz do Brasil" com uma hora diária de duração.

Por sua vez, o gênero propagandístico aparece em menor proporção ocupando 7,3% da grade diária no formato programa religioso. Diferentemente da Rádio Caçula, a Rádio Difusora Pantanal não apresentava no AM programas nos gêneros especial, serviço ou na categoria sem programação, uma vez que a programação era preenchida durante as 24 horas diárias.

**Gráfico 4:** Distribuição da programação da Rádio Difusora FM por gênero



**Fonte:** Do autor

Em FM, conforme nos revela o gráfico, 90,2% da programação da Difusora Pantanal passou a ser preenchida por programas enquadrados no gênero entretenimento no formato programa musical. O gênero jornalístico foi reduzido a 8,4% sendo distribuído em programas no formato programa de entrevista, programa opinativo.

É possível observar, que o gênero propagandístico aparece em menor proporção ocupando 1,4% da grade diária no formato programa religioso, por meio de programetes do Padre José Maria e do Presbítero Jericó Vieira de Matos que são gravados.

Em AM, a Difusora Pantanal levava ao ar as tradicionais Jornadas Esportivas com a transmissão das partidas de futebol do campeonato sul-mato-grossense nas quartas-feiras à noite e no domingo à tarde. Em FM, a

direção chegou a dar continuidade ao projeto até o final de 2017, mas em 2018 saiu da grade da FM Difusora. Segundo o diretor artístico, Aldemir Aldeia de Oliveira, responsável pela programação da rádio, a sazonalidade dos campeonatos acaba trazendo deficiências para a grade da emissora, e comercialmente não se tornou interessante para a direção.

## **O jornalismo nas emissoras migradas**

Como pode ser observado na análise da programação das emissoras elencadas, o gênero jornalístico não se apresenta de forma enfática na grade diária. Embora a Rádio Caçula tenha mantido no FM o mesmo percentual de programação diária para programas do gênero jornalístico, constatou-se que os programas Ronda Policial, Jornal da Manhã e Linha Direta com a Notícia, se configuram como programas ancorados em fontes de informação que nem sempre são primárias.

Em termos de infraestrutura, a Rádio Caçula apresenta redação e unidade móvel para produção de material jornalístico. Na pesquisa de campo realizada em 2017, havia apenas dois jornalistas profissionais na emissora que faziam a cobertura diária dos fatos locais para a emissora e para o site de notícias vinculado a rádio. Esta equipe de profissionais atua na produção de material para web e para preencher a grade do *Jornal da Manhã* e demais boletins diários da emissora.

Na pesquisa, durante o período de 23 a 27 de outubro de 2017, identificou-se que o *Jornal da Manhã* congregava quatro formatos do gênero jornalístico, quais sejam: boletim, reportagem, entrevista, nota. Além das pautas locais, produzidas pela equipe de jornalistas, o programa jornalístico é preenchido também por pautas nacionais e regionais recortadas das agências Rádio 2, Rádio Web e Rádio Web MS.

Na página destas agências na Internet é possível fazer download gratuito de uma infinidade de boletins de diversos temas, nem sempre relacionados ao território na qual a emissora está situada o que causa um certo

distanciamento com a realidade local e torna a proximidade como um valor-notícia secundário nestas emissoras. A iniciativa vai na contramão do que é proposto por estudiosos da imprensa do interior. De acordo com Fernandes (2013, p. 108), “a força integrativa e identitária desses veículos está na notícia de proximidade”.

Em nossa análise, percebeu-se que os formatos predominantes foram notas e boletins de assessoria, ou seja, prioridade para fontes institucionais sem o contraponto de outros atores sociais envolvidos. Ao se estruturar por meio de releases de assessorias de imprensa, a emissora segue em contraposição ao que é destacado por Avrela (2014, p.96):

No jornalismo radiofônico, não basta apenas a reprodução dos acontecimentos veiculados nos jornais locais ou disponibilizados pelas assessorias de imprensa. O diferencial das rádios frente aos demais meios de comunicação locais envolve as características do veículo radiofônico, como a instantaneidade, o imediatismo, a linguagem oral, etc. (AVRELLA, 2014, p.96).

Mesmo com as ferramentas disponíveis na atualidade de checagem de informações através da internet e a facilidade de acesso as fontes primárias por meio do telefone e de dispositivos móveis, o que se constata é uma prática de se fazer radiojornalismo semelhante ao praticado por emissoras brasileiras na década de 1920 onde “o conteúdo noticioso transmitido pelo rádio era totalmente dependente de uma apuração terciária, replicada de tabloides” (PRADO, 2012, p.44).

[...] havia outros programas jornalísticos no rádio brasileiro dos primeiros tempos que mereciam, literalmente, o título de jornais falados: ler no rádio as notícias dos jornais impressos. Sem qualquer tipo de elaboração, as notícias eram lidas diretamente do jornal [...] (ORTRIWANO, 2002-2003, p. 69).

De acordo com Ortriwano (2002-2003, p.70), essa técnica ficou conhecida como “gillette-press ou tesoura-press”, onde as notícias dos jornais impressos eram recortadas e organizadas para serem lidas durante o radiojornal. Embora essa forma de fazer radiojornalismo remonte a década de 1920, esta prática se tornou comum na atualidade em emissoras brasileiras.

“[...] continua presente em muitas de nossas emissoras, com roupagem nova: gilette-press virtual, resultado de copy e paste obtidos em sites da Internet”, acrescenta.

Nos demais programas jornalísticos *Ronda Policial* e *Linha Direta com a Notícia*, a estrutura de produção é semelhante ao *Jornal da Manhã*. A quantidade insuficiente de profissionais para atuar de forma efetiva na apuração e checagem da informação, faz como que os programas sejam preenchidos através da leitura de boletins de ocorrência dos órgãos de segurança pública ou mesmo a replicação de informações já divulgadas no site de notícia da própria emissora, jornais impressos, e outros veículos de abrangência local, regional ou nacional. “Desta forma, ao referenciar-se em meios de comunicação tradicionais e não buscar análises ou opiniões em fontes alternativas, oficiosas, a internet acaba se tornando, para as rádios, um potencializador do *gilette press* na rotina das redações” (LOPEZ, 2009, p.39).

Já na Rádio Difusora Pantanal a situação é ainda mais agravante. Além de não possuir em 2017 uma redação estruturada, nem equipe de jornalistas, observou-se que boa parte do conteúdo jornalístico local repercutido é proveniente de sites locais de Campo Grande ou da Revista Boca do Povo, de propriedade do diretor geral da emissora, Benedito de Paula Filho, mesmo nome utilizado no principal programa da emissora do gênero jornalístico: Boca do Povo.

O programa agrupa os seguintes formatos: editorial, entrevista, comentários e notas policiais com uma pitada de humor. As notas policiais são pautadas, em sua maioria, através dos boletins de ocorrência disponibilizados pelos órgãos de segurança pública. Já as matérias de política que são comentadas no programa, conforme identificado no período de 23 a 27 de outubro, foram provenientes do jornal Correio do Estado e do site de notícias Midiamax, reforçando a técnica de *gilette press*.

## Considerações Finais

A migração do rádio AM para FM representa um marco histórico para a radiodifusão brasileira. A extinção do serviço em Ondas Médias em caráter local, trará reflexos não somente nas recém emissoras migradas para FM, mas principalmente nas próprias emissoras que foram criadas originalmente em FM, pois haverá um acirramento da concorrência na busca pelos ouvintes e anunciantes. Este fenômeno impactará inclusive na formatação da programação, uma vez que a audiência é sustentada através do conteúdo que vai ao ar.

Na pesquisa desenvolvida em Mato Grosso do Sul, a partir do Estudo Comparado da programação das rádios Caçula e Difusora Pantanal, foi possível avaliar que ambas possuíam um formato híbrido de programação em AM, com programas que reuniam informação através dos programas jornalísticos, policial, esporte e de entrevista, associado a programas musicais e talk shows com comunicadores populares que reuniam todos os formatos em um só programa.

Após migrar para FM, percebemos que a migração trouxe mudanças pontuais para as emissoras, mas que resultaram em impactos diferentes na grade de programação. Isto se deve, em grande parte, à realidade local dos municípios nos quais estão inseridas.

Na Rádio Caçula de Três Lagoas, a nosso ver, a migração para FM representou em si apenas uma adaptação à tecnologia, ou seja, uma alteração de dial, uma vez que a emissora manteve características de sua programação com a replicação dos formatos e principais programas que estavam no ar na Rádio Caçula AM.

Ainda que a emissora tenha mantido apenas quatro programas oriundos do AM, os novos programas da Caçula FM mantiveram uma identidade de programação com ênfase no gênero de entretenimento e formato musical. Embora, seja perceptível a presença de programas no gênero

jornalístico em percentual maior que na Rádio Difusora Pantanal, na rádio Caçula há predominância de conteúdo provenientes de fontes terciárias como portais de notícias, jornais impressos, etc; ou de fontes oficiais tais como boletins de assessorias de imprensa de órgãos públicos.

Outro aspecto observado que merece destaque é a aquisição de programas gravados ou em rede. Se por um lado, os custos são menores para os radiodifusores, o que acaba se tornando uma vantagem para a direção da emissora, a reprodução de programas gravados ou a transmissão em rede, distancia o meio rádio da comunidade local e impacta na interação com os ouvintes.

Em Campo Grande, na Rádio Difusora Pantanal, observamos mudanças mais significativas na grade de programação do que na Rádio Caçula. Em AM, a Difusora Pantanal possuía uma programação semelhante à da Rádio Caçula com programas que priorizavam os gêneros entretenimento com formato musical, jornalístico e policial, jornalístico e opinativo, e programas esportivos.

Boa parte dos programas tradicionais de AM com enfoque em notícia policial e jornada esportiva foram retirados da grade pelos seguintes motivos: apresentavam baixa audiência, por não se enquadrarem no novo modelo de programação formatado pela emissora e por não haver interesse em comercializar horários na grade, conforme nos revelou a direção da emissora. Apesar de manter na nova disposição em FM alguns locutores que atuavam no AM, houve adaptação de linguagem para que a prioridade passasse a ser o conteúdo musical e não mais prioridade para a fala de locutores, como era anteriormente.

Assim, ao migrar para FM, a programação da Rádio Difusora Pantanal passou a priorizar conteúdos mais homogêneos, no intuito de assumir uma identidade com o formato musical sertanejo, visando atingir um público definido e assim se diferenciar das demais emissoras FMs comerciais e educativas que já operam em Campo Grande. Com a identidade em

construção, a emissora se orgulha de ser uma rádio voltada para o público que aprecia a música sertaneja. Tanto é assim que o slogan da emissora passou a ser “A rádio que toca modão”, em alusão ao gênero musical predominante.

No que diz respeito ao investimento em jornalismo local, foi possível observar que em ambas emissoras, mesmo no AM, não foi possível identificar a prioridade ao conteúdo jornalístico em sua grade diária. Ao migrar para FM, conforme já mencionado, houve a intensificação do gênero entretenimento, com enfoque para programação musical, muito comum em rádios FMs classificadas originalmente como rádios de Relaxamento na década de 1980 (ORTRIWANO, 1985, p. 30).

Neste trabalho, consideramos pertinente enfatizar, porém, que o intuito nunca foi estabelecer um padrão que defina os modelos de programação como correto ou incorreto. O estilo que cada emissora adota em sua grade deve levar sempre em consideração o que se mostra adequado a cada realidade. Embora tenhamos categorizado cada programa em determinado gênero e formato radiofônico, observamos que a Rádio Caçula tem se voltado cada vez mais para um modelo de programação híbrida, integrando diferentes gêneros e formatos enquanto que a Rádio Difusora Pantanal optou por um formato definido e singular a fim de se diferenciar das demais estações da capital do estado.

## **Referências**

- ABERT. **Radiodifusão, licenças e outorgas**. 2014. Disponível em: <<http://www.abert.org.br/web/index.php/dados-do-setor/estatisticas/radiodifusao-licencas-e-outorgas>>. Acesso em: 7 ago. 2017.
- ABERT. **Tudo sobre a migração do rádio AM-FM**. 2016. Disponível em: <<http://www.abert.org.br/web/index.php/tudo-sobre-a-migracao-do-radio-am>>. Acesso em: 07 ago. 2017.
- ANATEL. **Sistema de controle de Radiodifusão**. 2017. Disponível em: <<https://sistemas.anatel.gov.br/srd/>>. Acesso em: 13 fev. 2017.
- AVRELLA, Bárbara. **O radiojornalismo local em pequenas emissoras: um estudo das Rádios Luz e Alegria AM e Seberi AM**. Dissertação (Mestrado) - Universidade Federal de Santa Catarina (UFSC). Florianópolis – SC, 2014.

Disponível em:

<<https://repositorio.ufsc.br/xmlui/handle/123456789/129118>>

BARBOSA FILHO, André. **Gêneros radiofônicos**: os formatos e os programas em áudio. São Paulo: Paulinas, 2009.

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

BRASIL. **Decreto nº 8.139, de 7 de novembro de 2013**: dispõe sobre as condições para extinção do serviço de radiodifusão sonora em ondas médias de caráter local, sobre a adaptação das outorgas vigentes para execução deste serviço e dá outras providências. 2013. Disponível em:

<[http://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/\\_ato2011-](http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2011-)

[2014/2013/decreto/d8139.htm](http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2011-2014/2013/decreto/d8139.htm)>. Acesso em: 15 set. 2016.

CAMPONEZ, Carlos. Jornalismo regional: proximidade e distâncias. Linhas de reflexão sobre uma ética da proximidade no jornalismo. In: CORREIA, João Carlos (org.). **Ágora Jornalismo de Proximidade**: Limites, Desafios e Oportunidades. LabCom Books 2012. Disponível em: <[http://www.labcom-ifp.ubi.pt/ficheiros/20121224-agora\\_ebook.pdf](http://www.labcom-ifp.ubi.pt/ficheiros/20121224-agora_ebook.pdf)>. Acesso em: 18 ago. 2017.

CHANTLER, Paul; HARRIS, J. **Radiojornalismo**. São Paulo, SP: Summus, 1998

DIFUSORA PANTANAL. **História**. 2019. Disponível em:

<<https://www.difusorapantanal.com.br/historia/>>. Acesso em: 15 maio 2020.

DORNELLES, Beatriz. O futuro do jornalismo em cidades do interior. In: ASSIS, Francisco de. **Imprensa do interior**: conceitos e contextos. Chapecó: Argos, 2013.

DUARTE, Jorge. Entrevista em profundidade. In: DUARTE, J.; BARROS, A. (org.). **Métodos e técnicas de Pesquisa em Comunicação**. 2. ed. São Paulo: Atlas, 2011.

FERNANDES, Mário Luiz. Panorama do Rádio em Campo Grande. In: PRATA, Nair. (org.). **Panorama do Rádio no Brasil**. V. 1. Florianópolis: Insular, 2011.

FERNANDES, Mário Luiz. **A proximidade como valor-notícia na imprensa do interior**. In: ASSIS, Francisco de. **Imprensa do interior**: conceitos e contextos. Chapecó: Argos, 2013.

FERRARETTO, Luiz Artur. **Rádio**: o veículo, a história e a técnica. Porto Alegre: Editora Sagra Luzatto, 2001.

GERALDES, Elen.; SOUSA, Janara. **O método comparativo na pesquisa de Políticas de Comunicação**. In: Anais do XXXIV Congresso Brasileiro de

Ciências da Comunicação - Intercom. Recife, 2011. Disponível em: <<http://www.intercom.org.br/papers/nacionais/2011/resumos/R6-2782-1.pdf>>. Acesso em: 31 ago. 2017.

IBGE. **Cidades**: Três Lagoas, 2019. Disponível em: <<https://cidades.ibge.gov.br/brasil/ms/tres-lagoas/panorama>>. Acesso em: 19 maio 2020.

HAUSSEN, Dóris Fagundes. **Rádio brasileiro**: uma história de cultura, política e integração in Rádio: Sintonia do Futuro. São Paulo: Paulinas, 2004. LAKATOS, Eva Maria; MARCONI, Marina de Andrade. **Fundamentos de Metodologia Científica**. 6. ed. São Paulo: Atlas, 2007.

LOPEZ, Débora Cristina. **Radiojornalismo hipermidiático**: tendências e perspectivas do jornalismo de rádio all news brasileiro em um contexto de convergência tecnológica. Tese (Doutorado) – Universidade Federal da Bahia (UFBA). Salvador, 2009. Disponível em: <<https://repositorio.ufba.br/ri/bitstream/ri/5209/1/DeborahLopez.pdf>>. Acesso em: 19 maio 2020.

LIMA, Hélder Samuel dos Santos; OTA, Daniela Cristiane. **A migração do rádio AM para FM**: perspectivas no novo dial. In: PRATA, Nair; BIANCO, Nélia Rodrigues del Bianco (orgs). **Migração do Rádio AM para FM**: avaliação de impacto e desafios frente à convergência tecnológica. Florianópolis: Insular, 2018.

MELO, José Marques de. **Estudos de jornalismo comparado**. São Paulo, SP: Pioneira, 1971.

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

ORTRIWANO, Gisela Swetlana. **Radiojornalismo no Brasil**: fragmentos de história. In: Revista USP, São Paulo, n.56, p. 66-85, dezembro/fevereiro 2002-2003

OTA, Daniela Cristiane. **A informação jornalística em rádios de fronteira**: a questão da binacionalidade em Ponta Porã – Pedro Juan Caballero e Corumbá – Puerto Quijarro. Tese (Doutorado) – Universidade de São Paulo (USP). São Paulo, 2006. Disponível em:

<<http://www.teses.usp.br/teses/disponiveis/27/27154/tde-14082009-181050/publico/Ota.pdf>>. Acesso em: 10 jan. 2017.

PERUZZO, Círcia Maria Krohling. **Mídia local, uma mídia de proximidade** In: **Comunicação**: Veredas. Revista do Programa de Pós-Graduação em Comunicação, SP: Ed. Unimar, 2002.

PRADO, Magaly. **História do Rádio no Brasil**. São Paulo. Editora da Boa Prosa, 2012.

Hélder Samuel dos Santos **LIMA**

RÁDIO CAÇULA. **Rádio Caçula já está operando em FM 96,9. 2017.**

Disponível em: <<https://www.radiocacula.com.br/noticias/radio-cacula-ja-esta-operando-em-fm-96-9-sintonize-agora>>. Acesso em: 15 mai. de 2020.

RÁDIO CAÇULA. **Rádio Caçula:** 59 anos de história e tradição no município de Três Lagoas. 2018. Disponível em:

<<https://www.radiocacula.com.br/sobre-nos>>. Acesso em: 15 maio de 2020.

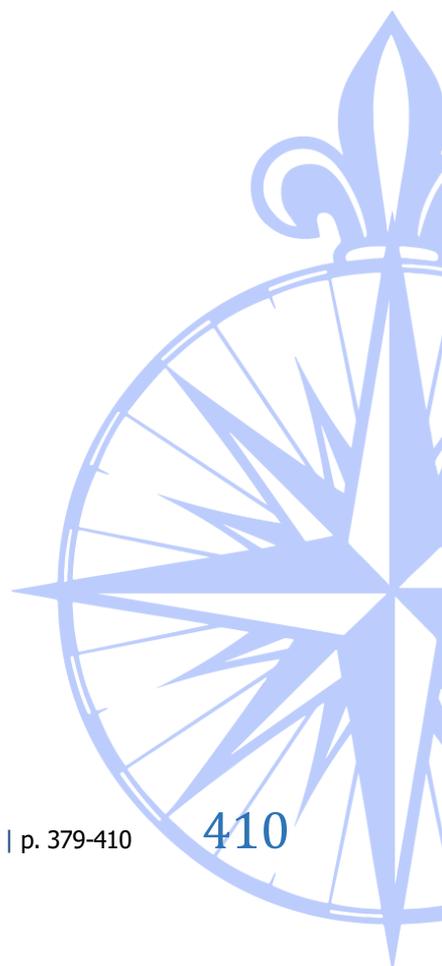
SAMPAIO, João Walter. **Jornalismo audiovisual:** teoria e prática do jornalismo no rádio, TV e cinema. Petrópolis: Vozes, 1971.

SOUSA, Jorge Pedro de. **Teorias da Notícia e do Jornalismo.** Chapecó – SC: Argos, 2002.

VIDAL, Josep Pont. **Metodologia Comparativa e Estudo de Caso.** In: Papers do Núcleo de Altos Estudos Amazônicos (NAEA). Belém, 2013.

Disponível em:

<<http://www.naea.ufpa.br/naea/novosite/index.php?action=Publicacao.arquivo&id=228>> Acesso em: 13 ago. 2017.



# NAS ONDAS CURTAS DO COSMOPOLITISMO: Programa Casé e as origens do rádio comercial brasileiro

## ON THE SHORT WAVES OF COSMOPOLITANISM: Casé Program and the origins of the Brazilian commercial radio

Michele Wadja FARIAS<sup>1</sup>

Thiago SOARES<sup>2</sup>

Universidade Federal de Pernambuco | Brasil

### Resumo

Em estudo comparativo, o artigo contextualiza a relação entre o primeiro programa de rádio comercial do Brasil, Programa Casé (1932-1951), da Rádio Phillips (Rio de Janeiro) e o programa The All-Negro Hour (1929-1935), a rádio WSBC (Chicago). Debate-se como o sistema de ondas curtas possibilitou o contato de realizadores do rádio nacional com atrativos estrangeiros, inserindo a produção radiofônica produzida no Brasil em modelos consagrados internacionalmente. A partir de noções sobre cosmopolitismos (PRYSTHON, 2002 e 2004), discute-se experiências cosmopolitas na década de 1930 no Brasil e postula-se que o modelo do rádio comercial brasileiro estava inserido em uma experiência global, com ênfase nos atrativos criados nos Estados Unidos.

### Palavras-chave

Rádio comercial; Cosmopolitismo; História do Rádio; Entretenimento; Programa Casé.

### Abstract

In a comparative study, the article contextualizes the relationship between the first commercial radio program in Brazil, the Casé Show (1932-1951), by Radio Phillips (Rio de Janeiro) and the program The All-Negro Hour (1929-1935), WSBC radio (Chicago). It is debated how the shortwave system made it possible for national radio directors to connect with foreign attractions, inserting the radio production produced in Brazil in internationally renowned models. Based on notions about cosmopolitanism (PRYSTHON, 2002 and 2004), cosmopolitan experiences in the 1930s in Brazil are discussed and it is postulated that the Brazilian commercial radio model was inserted in a global experience, with an emphasis on the attractions created in the United States.

### Keywords

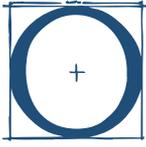
Commercial radio; Cosmopolitanism; Radio History; Entertainment; Casé Program.

RECEBIDO EM 30 DE MARÇO DE 2020  
ACEITO EM 25 DE MAIO DE 2020

<sup>1</sup> Doutoranda no Programa de Pós-graduação em Comunicação (PPGCOM) da Universidade Federal de Pernambuco (UFPE). Bolsista Capes e integrante do Grupo Pesquisa em Comunicação, Música e Cultura Pop (Grupop), na (UFPE). Contato: michelewadja@gmail.com.

<sup>2</sup> Professor do Programa de Pós-graduação em Comunicação (PPGCOM) e do Departamento de Comunicação Social (Decom) da Universidade Federal de Pernambuco (UFPE). Coordenador do Grupo de Pesquisa em Comunicação, Música e Cultura Pop (Grupop) e integrante do Laboratório de Análise de Música e Audiovisual (LAMA), na UFPE. Bolsista Produtividade em Pesquisa 2 do Conselho Nacional de Desenvolvimento Científico e Tecnológico (CNPq). Contato: thiago.soares@ufpe.br.

## Introdução



O rádio “sem som” fazia parte da programação no início da radiodifusão no Brasil. Entre discursos, leituras de poemas e afinação de instrumentos, a pausa silenciosa se fazia presente. Era comum o *speaker*<sup>3</sup> abandonar o ouvinte enquanto algo era organizado nos bastidores. A mudez no rádio foi rompida pelo som de uma sirene aguda, semelhante à utilizada por um navio: era a vinheta de abertura do Programa Casé, que foi ao ar pela primeira vez no dia 14 de fevereiro de 1932, na Rádio Philips, no Rio de Janeiro. Mas, além do apito barulhento, o atrativo radiofônico introduziu um elemento sonoro que passou a fazer parte da programação radiofônica no país, o *background*<sup>4</sup>, substituindo o silêncio no rádio por uma “música constante” e o ritmo solene da programação voltada para músicas clássicas ganhou o batuque da música popular brasileira<sup>5</sup> (CABRAL, 1990).

As narrativas sobre a origem do programa apontam que a primeira irradiação foi dividida em duas partes de duas horas, cada: a primeira, dedicada ao samba, ao chorinho e às canções sertanejas; e a segunda, voltada para a música erudita. A negociação com a programação vigente – amplamente ancorada na música clássica - e a proposta de fazer algo que abarcasse também o cancionário popular foi uma inovação do Programa Casé na década de 1930. O atrativo, capitaneado por Ademar Casé, não só foi um dos responsáveis pela introdução do cancionário popular no rádio, como criou as bases para a consagração de um modelo de programa musical e de entretenimento no rádio comercial brasileiro.

<sup>3</sup> A influência inglesa estava presente no vocabulário radiofônico da época. Não era comum o uso da palavra locutor em português, mas sim *speaker* em inglês.

<sup>4</sup> Música de fundo, também chamada de BG.

<sup>5</sup> O termo “música popular brasileira” faz referência, neste trabalho, aos ritmos populares da época, tais como: chorinho, samba, maxixes e as canções sertanejas, como eram chamadas as emboladas, toadas e cocos, entre outros ritmos nordestinos.

Este artigo propõe mapear, a partir da trajetória do criador Ademar Casé e suas relações biográficas e laborais (de trabalho), as marcas discursivas que constituíram o Programa Casé dentro de um modelo de entretenimento no contexto brasileiro, mas também incorporando um conjunto de práticas, técnicas e padrões de atrativos radiofônicos de língua inglesa (estadunidenses e ingleses). A hipótese é de que aspectos radiofônicos, culturais e estéticos do rádio nacional e do Programa Casé estavam inseridos dentro de uma experiência global, com ênfase no padrão de entretenimento vigente sobretudo nos Estados Unidos. A partir de um depoimento dado pelo criador Ademar Casé ao Museu da Imagem e do Som, em 1973, em que comenta sobre a prática de escutar, através do sistema de ondas curtas, programas radiofônicos da Inglaterra e dos Estados Unidos, delimita-se um conjunto de marcas discursivas presentes no programa *The All-Negro Hour*, exibido na emissora estadunidense WSBC (1929-1935), que podem ser interpretadas como referência para a radiofonia brasileira. Há características nos dois programas que nos remetem a uma conexão entre os modos de produção e de entretenimento, possibilitando uma contextualização dessas experiências a partir da noção de cosmopolitismo.

A proposta não é reiterar o princípio de que o atrativo radiofônico brasileiro “imitaria” o estadunidense. Mas reconhecer, a partir de um contexto político de aproximação entre Brasil e Estados Unidos através da política internacional do governo de Getúlio Vargas, a existência de um sentido cosmopolita que conectaria os modelos de entretenimento estadunidenses a ideais de modernidade em voga no Brasil. A “presença” do programa *The All-Negro Hour* no Programa Casé seria da ordem do entendimento de manifestações de um cosmopolitismo periférico (PRYSTHON, 2002 e 2004), que ocorreria na episteme das culturas de centro e de margem, envolvendo valores, padrões e lógicas produtivas que se consagram em contextos de

centro e passam a ser vistas como modelos de gestão e ideais de modernidade desejados em contextos de margem.

As reflexões sobre cosmopolitismo abarcam estudos marcados pelo entendimento de fenômenos da globalização e da modernidade. De origem grega, a palavra deriva de “Kosmopolités”, em que “kosmos” significa “mundo” e “polités”, “cidadão”. O conceito de cosmopolitismo contemplaria, portanto, a possibilidade de acesso a culturas diversas entre países modernos e periféricos, evidenciando as marcas das desigualdades sociais, políticas e econômicas no processo de globalização. Para correntes marxistas e críticas ao capitalismo, a noção de cosmopolitismo foi associada a uma visão essencialista, que dividia os sujeitos em privilegiados cosmopolitas e provincianos sem acesso às novidades, ou ainda sem uma “mentalidade aberta para o novo” (PRYSTHON, 2004).

Posteriormente, passa-se a pensar o cosmopolitismo a partir de diferentes tipos de experiências com a globalização, que vão além do binarismo entre “centro x margem”. Para Prysthon (2002), o fenômeno do cosmopolitismo é marcado por operações construídas nas zonas de contato, entre a alteridade, sendo possível reconhecer nas epistemes das culturas, relações de poder entre Nações que reverberam em estéticas, produtos e bens culturais em circulação. O espaço de transformações e tensões é a base do conceito de cosmopolitismo, englobando a perspectiva do “cosmopolitismo periférico”, que nos ajuda na compreensão de que o lugar de um comunicador brasileiro na década de 1930 pode ser “lido” como periférico se comparado ao contexto dos Estados Unidos, mas adquire status de central na medida em que está no Rio de Janeiro, capital do Brasil à época e, assim, um centro (epicentro) da cultura no contexto do Brasil em comparação a outras regiões. Percebe-se, portanto, que a ideia de cosmopolitismo permite enxergar a movência e os deslizes entre centro e margem. Ao propor a reflexão em torno das marcas comparativas entre o Programa Casé e o The All-Negro Hour, busca-se

entender as condições políticas, técnicas e estéticas que possibilitaram a formação da programação do rádio comercial brasileiro.

O artigo divide-se em três partes. Na primeira, destaca-se a trajetória de Ademar Casé, sua relação com o comércio de aparelhos radiofônicos e seu “aprendizado” midiático a partir do contato com programas de rádio provenientes da Inglaterra e dos Estados Unidos. É a vivência de comerciante de Casé que permite-se visualizar um horizonte de possíveis (PICADO e JACOB, 2018) deste personagem, que passa a inserir propagandas comerciais no rádio como forma de “venda” de espaço publicitário. Na segunda parte, centra-se na aliança entre a inserção de publicidade e também do cancionário da música popular brasileira, provocando tensões e dissensos com a programação vigente. Ao inserir samba, chorinho e forró no Programa Casé, Ademar Casé provoca a ira de setores conservadores da mídia radiofônica da época por “vulgarizar” o rádio com gêneros musicais marcados pela presença de músicos e artistas negros. A terceira parte propõe uma aproximação entre este modelo de entretenimento do Programa Casé com o existente no The All-Negro Hour, da rádio NBC. A principal marca discursiva de aproximação entre os dois programas diz respeito às acusações de “enegrecimento” da programação de rádio tanto no contexto do Brasil quanto dos Estados Unidos.

## **Ademar Casé e as Origens do rádio comercial brasileiro**

O Programa Casé foi idealizado por Ademar da Silva Casé, natural de Belo Jardim, interior de Pernambuco, que havia morado em Maceió (AL), Caruaru (PE) e Recife (PE) antes de ir para o Rio de Janeiro (RJ). Na então capital do país, trabalhou em mercearia de frutas e foi vendedor de imóveis, de anúncios em revistas e de aparelhos de rádio. Em depoimento ao Museu da Imagem e do Som, Ademar Casé detalha que a estratégia para a criação do programa radiofônico veio de sua vivência como vendedor de aparelhos de rádio. Instaurou o modelo de *Test-Listen*, em que cedia o aparelho de rádio para que os compradores “testassem” o aparelho e a programação. Diante da

novidade tecnológica, era inevitável que famílias abastadas adquirissem os aparelhos de rádio vendidos por Casé. É a partir desta prática de *Test-Listen* e, portanto, do interesse e observação de Ademar Casé do cotidiano das famílias com a “nova mídia” que se desenham as estratégias desenvolvidas pelo comerciante para criar seu programa. Importante ressaltar que, em 1936, um aparelho radiofônico de válvula, da marca RCA Victor, custava algo em torno de seis a dez vezes o valor do salário-mínimo da época (SOUZA, 2003). O rádio era, assim, um produto, primeiramente, destinado a fruição das elites.

É a partir do bom resultado de vendas de aparelhos radiofônicos da marca Phillips, que o diretor da empresa convoca Ademar Casé para a criação de conteúdo para rádio (CABRAL, 2010). Percebe-se, portanto, que a criação do Programa Casé deriva do êxito comercial de seu criador e de seu contexto de vendedor, ouvinte e observador dos contextos familiares. É a partir de uma negociação que envolve o aluguel de um horário na na Rádio Phillips, que o Programa Casé se institui. O aluguel de espaço em rádio não era praticado até então. “Ele [*diretor da Rádio Phillips*] relutou, disse que ninguém nunca tinha feito aquilo, mas acabou cedendo, não sem antes me alertar que a Rádio não teria nenhuma responsabilidade e que os problemas do programa teriam de ser resolvidos por mim” (CASÉ, 1973).

O formato comercial pensado por Casé só foi de fato viável porque, três semanas depois da estreia do programa, a publicidade radiofônica foi regulamentada pelo presidente Getúlio Vargas.<sup>6</sup> Antes da regulamentação, a divulgação consistia em citar o nome dos anunciantes na abertura ou no encerramento do quadro. Fazia-se também uma leitura de até cinco minutos com os nomes dos “colaboradores” (SIMÕES, 1990). Em busca do fortalecimento na publicidade, Casé contratou redatores para produzirem

---

<sup>6</sup> A propaganda no rádio foi regulamentada pelo Decreto Lei nº 21.111, de 1º de março de 1932. A publicidade foi autorizada como forma de financiar o funcionamento da radiodifusão comercial.

textos dos anúncios, *spots*<sup>7</sup> e *sketchs*<sup>8</sup>. Entre as propagandas criadas no programa estão algumas que brincavam com o duplo sentido das palavras: “Sente-se mal? Compre uma cadeira de balanço na Casa Bela Aurora<sup>9</sup> e sente-se bem”. O humor também integrava as propagandas como em: “Pilôgênio<sup>10</sup> é tão bom que faz crescer cabelos até em uma bola de bilhar” (CASÉ, 2012, p.58).

É neste contexto de teste de formatos radiofônicos que surge o *jingle*<sup>11</sup> da Padaria Bragança, com autoria de Nássara<sup>12</sup>, apontado por historiadores como o “primeiro *jingle* do rádio brasileiro”. A canção foi feita em ritmo de fado, para agradar ao dono do estabelecimento, que era português (TINHORÃO, 1981).

A inserção de uma retórica publicitária e comercial no Programa Casé se espalhou também para a parte artística. Embora a remuneração dos cantores no rádio tivesse começado na Rádio Mayrink Veiga, há relatos de que, nesse período, apenas dois artistas recebiam regularmente pelas apresentações radiofônicas, “em 1930, Gastão Formenti e Carmen Miranda foram os primeiros artistas da geração Noel Rosa a assinar contrato com uma emissora, a Rádio Mayrink Veiga, do Rio de Janeiro” (MÁXIMO; DIDIER, 1990, p.414). Ademar Casé, por sua vez, introduziu o pagamento de cachês para todos os artistas (MURCE, 1976; CABRAL, 1990).

A princípio, a manutenção do programa foi com dinheiro próprio. “Eu tinha umas *economiazinhas* que dava pra sustentar pelo menos uns três,

<sup>7</sup> Peça sonora interpretada por um ou mais locutores, aliada com o uso de elementos sonoros.

<sup>8</sup> Peça de cunho humorístico de curta duração, para rádio ou TV, interpretada por atores, sendo também comum o emprego da sonoplastia.

<sup>9</sup> Casa Bela Aurora era uma loja de móveis, objetos decorativos e tapetes que funcionava na Rua do Catete, no Rio de Janeiro.

<sup>10</sup> Pilôgênio é um tônico capilar, anticaspas e antiqueda, a base de jaborandi ainda comercializado no Brasil.

<sup>11</sup> Letra do primeiro jingle: “Oh! Padeiro desta rua/ Tenha sempre na lembrança/ Não me traga outro pão/ Que não seja o pão Bragança/ Pão inimigo da fome/ Fome inimiga do pão/ Enquanto os dois não se matam/A gente fica na mão/ De noite, quando me deito/ E faço a minha oração/ Peço com todo respeito/ Que nunca me falte o pão” (TINHORÃO, 1981, p.90-91).

<sup>12</sup> Antônio Gabriel Nássara foi um caricaturista e compositor com mais de 200 composições, a maioria marchinhas de carnaval. As letras de Nássara foram gravadas por Francisco Alves, Carmen Miranda e Mário Reis, entre suas principais composições estão “Alá lá Ô” e “Balzaquiana”.

quatro, ou cinco programas. E botei o programa no ar” (CASÉ, 2012, p. XX). Depois foram os anúncios publicitários que possibilitaram a manutenção dos pagamentos. Além disso, no programa surgiu o contrato de exclusividade, com validade de um ano para alguns artistas destacados. Dessa maneira, os cantores não podiam fazer apresentações em rádios concorrentes. Vicente Celestino, Mário Reis, Orlando Silva, Sílvio Caldas, Pixinguinha, Carmen Miranda, Aurora Miranda, Marília Batista, Manezinho Araújo, Wilson Batista e Noel Rosa foram alguns dos cantores exclusivos do programa (MURCE, 1976). Mário Lago detalha a relação do programa com os artistas da época: “não é exagero dizer que nenhum dos grandes cartazes da época deixou de trabalhar no Programa Casé e que de seus microfones saíram vários ídolos para os fãs de mais tarde”. (LAGO, 2012, p.72)

Percebe-se que, a partir de uma estrita relação com o mercado de anúncios publicitários radiofônicos, o Programa Casé constrói um sistema de celebridades (*star system*) entre os artistas que detinham contratos de exclusividade. Este sistema de estrelas da música consagra o Programa Casé como atrativo radiofônico que tensiona a programação erudita da rádio e insere matrizes do cancionário popular – sem antes gerar inúmeras tensões. A negociação com a programação vigente – centrada em música erudita - e a proposta de fazer algo que abarcasse também a música popular foi sugestão do cantor e compositor Sílvio Salema, diretor artístico do programa, em acordo com Ademar Casé.

Eu disse “olha Sílvio, eu gosto muito da música popular, mas gosto da música erudita”. Aí ele disse “bom, aí vamos temperar o negócio. Você faz, de oito às dez horas, música popular e de dez a meia-noite, faz música de Câmara”. A hora dos programas populares, o telefone não parava porque um programa novo, mais barulhento tal... não parava. Quando chegou o programa de música erudita, o telefone trancou-se, fechou-se e não tocou mais. Aí eu fiquei pensando: “quer dizer, o negócio pra mim, se é comercial, eu tenho que fazer pro lado mais popular”. (Depoimento de Ademar Casé ao Museu da Imagem e do Som, em 1973)

A veiculação de gêneros musicais populares no programa foi bastante criticada. Na ocasião, ainda era vigente o discurso de que o rádio deveria ser educativo e de que gêneros musicais populares não deveriam fazer parte da programação. O trecho de uma carta endereçada ao Programa Casé, quando ele foi transmitido pela tradicional Rádio Sociedade do Rio de Janeiro<sup>13</sup>, de Roquette Pinto, exemplifica esta tensão: “Nossos ouvidos já se acham fatigados de tantas emboladas, rumbas e sambas, que mais parecem música de negros em dia de candomblé” (CASÉ, 2012, 76). É importante ressaltar que o rádio não começou acessível para todos. Além dos altos preços dos aparelhos, as emissoras surgiram como associações/ clubes que eram mantidas financeiramente pelos sócios. Conforme destaca Silva (1999), “no final de 1930, o Brasil já contabilizava 21 emissoras na estrutura Sociedade de Amigos” (SILVA, 1999, p.24), que tinha a programação educativa como prioridade.

Em um caminho oposto, o formato comercial do Programa Casé explorou o entretenimento, com a criação de peças de radioteatro e quadros de humor. Outra característica do programa foi a linguagem informal e a desenvoltura de seus locutores (CABRAL, 1990). Importante ressaltar que Ademar Casé representou um dos raros casos de um dono de programa radiofônico que não era o locutor. Além disso, também não era artista e todo o seu trabalho estava concentrado nos bastidores, na produção e criação. Mesmo sem emprestar sua voz ou talento artístico à atração, manteve o programa no ar durante 19 anos (1932 a 1951). A escuta e a habilidade gerencial do “radialista empresário” teriam sido mais valiosas do que a sua própria voz.

## **Ondas curtas cosmopolitas**

---

<sup>13</sup> Em 1936, a rádio Phillips encerrou suas atividades no Brasil e o Programa Casé passou a ser veiculado na Rádio Sociedade do Rio de Janeiro, de Roquette Pinto. Além disso, o programa também teve passagens pelas rádios Transmissora, Mayrink Veiga, Cajuti, Globo e Tupi. As mudanças aconteceram por diferentes circunstâncias como fechamento de rádios, dificuldades com patrocínios, ou melhores propostas comerciais (CASÉ, 2012).

Parte do conhecimento de Ademar Casé sobre comercialização de aparelhos de rádio implicou também na compreensão de dimensões técnicas do fazer radiofônico. O então vendedor de rádios Philips costumava acompanhar transmissões sonoras de outros países por meio das ondas curtas. O fenômeno das ondas curtas ressaltaria uma dimensão técnica que implicaria em conexões com atrativos radiofônicos de outros contextos dimensionando a conexão entre diferentes ambientes de emissão. Na primeira metade do século XX, as ondas curtas chegavam com muito mais facilidade em outros continentes porque havia reduzida interferência eletromagnética. Do ponto de vista técnico, as ondas curtas atingiam uma camada alta da atmosfera (ionosfera) e, durante o dia, essa camada receberia alta incidência da radiação solar, anulando a propagação das ondas e atrapalhando os sinais, num fenômeno chamado de ionização. No entanto, à noite, as ondas curtas são refletidas de volta para a Terra e aumentam o seu alcance (ROMAIS, 1994) instituindo, portanto, um princípio de alcance indiscriminado de materiais sonoros. De uso amplamente militar, há relatos que quando os nazistas assumiram o poder na Alemanha em 1933, o comando da radiodifusão do país passou a usar amplamente de ondas curtas para fazer emissões propagando suas ideias com facilidade, porque a possibilidade de controlar ou censurar essas emissões até hoje ainda é difícil.

Era no horário noturno que os entusiastas do rádio procuravam a frequência de emissoras estrangeiras - pacientemente. A tarefa frequentemente demorava, uma vez que era necessária delicadeza com o botão de sintonia para achar o ponto exato e estabelecer o contato com as transmissões internacionais. Ademar Casé "ficava muitas vezes até duas, três horas da madrugada ouvindo programas de emissoras como a BBC<sup>14</sup>, de Londres, e a norte-americana NBC" (CASÉ, 2012, p.44).

---

<sup>14</sup> Vale destacar que, ao contrário das emissoras de cunho privado e comercial citadas por Casé, a BBC é a única sem fins comerciais. A British Broadcasting Corporation (BBC) foi fundada em 1922 como emissora

Um dia peguei a NBC e eu comecei a fazer um paralelo entre o rádio que faziam nos Estados Unidos e o rádio no Brasil, uma diferença tremenda, e aquilo ficou na minha cabeça, porque essa gente num faz um negócio, um rádio mais dinâmico? e então eu disse: eu posso fazer esse troço (Depoimento de Ademar Casé ao Museu da Imagem e do Som, em 1973).

Conforme Benjamin (2009), nesse período, a programação da NBC era voltada para conteúdos educativos e informativos, principalmente dedicados ao setor agrário e de negócios dos Estados Unidos. A emissora também já contava com peças rádio teatralizadas como as comédias "Vic and Sade" e "The Wife Saver" (STERLING; KEITH; O'DELL; 2010). A partir de 1930, a música passou a contemplar a maior parte das transmissões da NBC, "em 1932, em um típico mês de setembro, 66,3% de todos os programas da rede eram música" (SOCOLOW, 2007, p.31).<sup>15</sup> Porém, apesar do espaço destinado à veiculação de canções, no início da década de 1930, não havia na emissora, programas com gêneros musicais de origem negra, "nenhuma música dançante ou *jazz*, no entanto, foi incluída na programação, já que a NBC não considerava essas formas melódicas de "alta classe." (BENJAMIN, 2009, p.104).<sup>16</sup>

O conteúdo principal da BBC, de Londres, também era de caráter educativo, informativo; mas parte de sua programação era musical, com a veiculação de óperas, músicas clássicas e apresentações de orquestras com canções românticas e dançantes inglesas (DIBBS, 2018). Na BBC, os gêneros musicais relacionados à cultura negra, como o jazz e o blues americano, eram evitados. "Ao longo da década de 1930, o jazz permaneceu problemático por causa de suas indesejáveis associações americanas e sexuais e continuou a

---

pública de rádio e televisão do Reino Unido, segue financiada por uma taxa de licença de rádio e TV paga pelos telespectadores.

<sup>15</sup> "In a typical month september 1932, 66.3 percent of all network programs were music" (SOCOLOW, 2007, p.31, tradução nossa).

<sup>16</sup> "No dance music or jazz, however, was included in the program, as NBC did not consider these melodic forms "high class"" (BENJAMIN, 2009, p. 104, tradução nossa).

ser assunto de muito debate interno dentro da BBC. Poucos na BBC tinham algum conhecimento de jazz” (DIBBS, 2018, p. 74).<sup>17</sup>

Desse modo, nas duas rádios, NBC e BBC, o uso de recursos técnicos como a sonoplastia e das peças de radioteatro eram evidentes, no entanto, assim como nas emissoras educativas brasileiras, não havia espaço para gêneros musicais populares. Embora não seja citada nos depoimentos de Casé no Museu da Imagem e do Som (MIS), ou em outras referências bibliográficas sobre o Programa Casé, a rádio WSBC<sup>18</sup>, dos Estados Unidos, com sede em Chicago, foi pioneira no país na veiculação de uma programação direcionada para os gêneros musicais populares, com semelhanças com a produção do programa brasileiro. Criado em 3 de novembro de 1929 (quase três anos antes do Programa Casé), o programa de rádio The All-Negro Hour é considerado o primeiro dedicado à música popular, negra no país, com apresentações de jazz, blues, swing e corais gospel (ELLETT, 2011). No Brasil, o Programa Casé foi responsável pela introdução no rádio de gêneros populares como o samba, o chorinho e as canções nordestinas associadas, na época, aos pobres, ex-escravos e ao contexto dos morros cariocas (CABRAL, 2016). Além disso, os dois programas tiveram os quadros de humor, de radioteatro, a proposição de locuções diferentes e destaque publicitário.

## **Programa Casé e The All-Negro Hour: Aproximações e Distanciamentos**

---

<sup>17</sup> “Throughout the 1930s jazz remained problematic because of its perceived undesirable American and sexual associations and continued to be the subject of much internal debate within the BBC. Few in the BBC had any knowledge of jazz” (DIBBS, 2018, p.74, tradução nossa).

<sup>18</sup> Criada em 1925, a WSBC era uma rádio local com programação em várias línguas, voltada para os imigrantes que moravam na cidade. A emissora, que opera atualmente na frequência AM-1240, ainda segue com esse formato. Segundo o site da empresa, mais de 40 programas são transmitidos em dez idiomas diferentes, entre eles: russo, ucraniano, espanhol, irlandês, italiano, letão e hindi. Disponível em: <<http://accessradiochicago.com/index.php>>. Acesso em: 01/11/2018.

O interesse pelo programa americano The All-Negro Hour surgiu durante a investigação para esta pesquisa, no acervo da revista Fon-Fon<sup>19</sup>, ao longo da missão discente realizada pelo PROCAD<sup>20</sup>. A partir de 1935 foram criados espaços exclusivos para os ouvintes, com informações sobre o rádio, intitulados “Cantinho dos fãs”, “PR1 Fon-Fon” e “Tribuna dos rádio-ouvintes”, na revista. Entre os resultados da pesquisa nessas seções, identificamos notas e comentários sobre a radiofonia brasileira e a admiração da prática radiofônica e musical de outros países, com destaque para os Estados Unidos, em especial à cidade de Chicago.

A estação W. L. S de Chicago, tem há anos uma transmissão de rádio muito popular, conhecida com o nome de Barn Dance. Os artistas que atuam nesse programa já o apresentaram em um teatro da rua 8, de Chicago, durante 3 anos, e agora, sempre por conta da difusora, vão levá-lo à tela, sob direção de Charles <<Chuck>> Reisner, o mesmo que acaba de auxiliar Charles Chaplin na direção de Modern Times. Entre os artistas figuram Uncle Ezra, Buzz Buzzington, Maple City four e outros. <sup>21</sup> (Fon-Fon, 10 de novembro de 1935)

A admiração textual pela rádio com sede em Chicago aciona pensar modos de comparação e de valorização de atrativos radiofônicos brasileiros a partir dos modelos estadunidenses. Com o intuito de compreender esse contexto, entende-se que os primeiros programas de rádio em Chicago (BALDWIN, 2007; BARLOW, 2009; ELLETT, 2011; GATES; HIGGINBOTHAM, 2009; MAROVICH, 2015; STERLING, 2011) são importantes sobretudo em função de sua estreita vinculação com a música popular e com a inserção de negros no mercado radiofônico. No entanto, o que se destaca no elogio feito à rádio de Chicago seria a sua aproximação com o cinema de Hollywood, a partir da citação de números musicais que se conectariam ao filme “Tempos

---

<sup>19</sup> Periódico semanal voltado para o cotidiano da sociedade carioca, que circulou de 1907 a 1958. O nome Fon-Fon é uma onomatopéia do barulho da buzina do automóvel, um ícone de modernidade na época. A revista era uma das mais famosas no período e tinha como público-alvo a classe média carioca.

<sup>20</sup> Rede PROCAD/CAPES de Pesquisa em Comunicação e Música formada pela UFF, UFPE e UNISINOS.

<sup>21</sup> A grafia da Revista Fon-Fon era originalmente escrita, em português arcaico conforme transcrição: A estação W. L. S de Chicago, tem ha annos uma transmissão de radio muito popular, conhecida com o nome de Barn Dance. Os artistas que actuam nesse programa já o apresentaram num theatro da rua 8, de Chicago, durante 3 annos, e agora, sempre por conta da diffusora, vão levál-o á tela, sob direção de Charles <<Chuck>> Reisner, o mesmo que acaba de auxiliar Charles Chaplin na direcção de Modern Times. Entre os artistas figuram Uncle Ezra, Buzz Buzzington, Maple City four e outros.

Modernos”, de Charles Chaplin. Esta vinculação entre o sistema radiofônico e o cinematográfico hollywoodiano parecem sintomáticos de uma visão “de fora” e “distante” de brasileiros olhando/ ouvindo atrativos produzidos nos Estados Unidos. Enquanto brasileiros elaboravam sobre conexões entre rádio e cinema, no contexto dos Estados Unidos, o programa The All-Negro Hour e o seu criador, Jack Leroy Cooper, primeiro locutor de rádio afro-americano, considerado o patriarca da rádio negra nos Estados Unidos (BALDWIN, 2007), pareciam indicar algo que teria sido bastante criticado no Programa Casé: a “vulgaridade” da presença do cancionista popular, de matriz negra, nas ondas do rádio.

É possível traçar uma série de disposições biográficas entre Jack Leroy Cooper e Ademar Casé. De origem pobre, Cooper nasceu em Memphis, Tennessee, no Sul dos Estados Unidos. Em 1910, iniciou a carreira como dançarino, depois foi ator, vendedor de anúncio de revistas e trabalhou para o jornal Chicago Defender. A sua primeira experiência no rádio foi na emissora WCAP,<sup>22</sup> em Washington. Com o desejo de criar um show de rádio diferente, mudou-se para Chicago. A ideia era montar um programa de entretenimento, produzido e apresentado por negros, com caráter popular e comercial (ELLETT, 2011).

Assim como Casé, Cooper também era migrante. No início do século XX, Chicago e o Rio de Janeiro foram cidades marcadas pelo crescimento populacional. Nesse período, os imigrantes representavam um quarto da população de Chicago. Atraídos pelo desenvolvimento industrial da região, estrangeiros de várias partes do mundo e afro-americanos de outras regiões foram para a cidade. “Entre 1910 e 1930, a população negra de Chicago aumentou mais de cinco vezes, de 44.000 para 234.000” (TROTTER, 1993,

---

<sup>22</sup> A WCAP foi uma rádio local de Washington que teve curta duração. Ela iniciou suas primeiras transmissões em 1923 e foi comercializada para outra emissora, a WRC, encerrando suas atividades em julho de 1926.

p.68).<sup>23</sup> Um fluxo semelhante, também, aconteceu no Rio de Janeiro. De acordo com o Censo do IBGE, o número de habitantes da cidade passou de 266 mil em 1872 para 522 mil, em 1890. Nas três décadas seguintes, a população duplicou novamente, em 1920, a cidade contava com mais de 1.157.873 habitantes.<sup>24</sup> A intensificação dos fluxos migratórios e seus consequentes deslocamentos culturais também fazem parte de um contexto cosmopolita de globalização. Uma mobilidade motivada, frequentemente, por questões econômicas, políticas e sociais. As diferentes maneiras de circulação de pessoas no mundo promovem diásporas que segundo Appadurai (1996) são fenômenos decisivos na vida social cosmopolita.

O contexto migratório de Chicago foi fundamental para a ideia de Cooper. Depois de apresentar seu projeto em várias rádios na cidade, foi recebido pelo dono da emissora WSBC, Joseph Silverstone, que já priorizava uma programação focada para os imigrantes de outros países. A proposta de Cooper foi aceita e, assim como Casé, ele alugou o horário. Ao contrário do que acontecia nas rádios brasileiras, o aluguel era uma prática comum em rádios dos Estados Unidos. A programação da emissora americana era composta de vários programas apresentados em diferentes idiomas, o que atraía anunciantes interessados nesse nicho (BARLOW, 2009).

A rádio WSBC estava localizada na região que ficou conhecida como *Black Belt* (Cinturão Negro). Uma área na qual a comunidade negra de Chicago, a partir de 1900, vivia à parte, num contexto de segregação espacial e racial que passou a delimitar a concentração residencial dos afro-americanos no sul da cidade (VAILLANT, 2003). De forma semelhante, no Rio de Janeiro, nordestinos e negros faziam parte de uma massa de trabalhadores braçais, que desde a reforma urbana<sup>25</sup> passaram a habitar geograficamente uma área

---

<sup>23</sup> "Between 1910 and 1930, Chicago's black population increased more than fivefold from 44,000 to 234,000" (TROTTER, 1993, p.68, tradução nossa).

<sup>24</sup> Censo 1872 a 1920 <https://censo2010.ibge.gov.br/sinopse/index.php?dados=6&uf=00>

<sup>25</sup> Ação política de demolição do prefeito do Rio de Janeiro, Pereira Passos, entre 1902 a 1906. Cerca de 1.700 imóveis foram destruídos e centenas de famílias ficam desabrigadas.

em comum: os morros (CHALHOUB, 2012). Migrantes pobres e ex-escravos dividiam o mesmo espaço de moradia e também de diversão, em terreiros onde o samba se misturava com as canções nordestinas (MOURA, 1995).

The All-Negro Hour também ficou conhecido pelos quadros de humor, radioteatro e comédias, entre eles, três se destacaram: “Mush and Clorinda - The Alabama Sunflowers”, contava as aventuras de um casal de atores de teatro de variedades; “Horseradish and Fertilizer”, outra comédia romântica e “Luke e Timber”, uma sátira que narrava as trapalhadas de dois migrantes do Sul, negros, na cidade grande de Chicago (BALDWIN, 2007). Assim como na atração norte-americana o humor foi marcante no Programa Casé e os imigrantes também foram temas de sátiras. Piadas relacionadas aos estrangeiros tornaram-se famosas na década de 1930, no rádio carioca, “principalmente as sobre turcos – possivelmente, por causa do sotaque mais forte e da grande diferença cultural” (SABILA, 2002, p.81). O humorista Jorge Murad<sup>26</sup> era especialista em comédias sobre imigrantes da Turquia e foi uma das principais atrações de humor do Programa Casé (CASÉ, 2012). As sátiras que localizavam o estrangeiro como o estranho, o Outro que possui hábitos diferentes, podem ser inseridas como uma tentativa de demarcação, de distinção entre brasileiros e estrangeiros na época. O preconceito com relação à origem geográfica e as diferenças entre as culturas locais e internacionais estão inseridas nas nuances e tensões do cosmopolitismo (RIEGEL, 2019).

Outra característica em comum entre os dois programas foi a mudança na narração radiofônica. Nos Estados Unidos, Cooper foi a primeira voz negra a fazer locução de um programa comercial de rádio no país. A linguagem dos negros no rádio era marcada por gírias, que Cooper mudou ao utilizar um inglês formal, padrão, semelhante a narração dos locutores brancos (GATES; HIGGINBOTHAM, 2009). Já no Programa Casé, a mudança aconteceu de

---

<sup>26</sup> Além de humorista, o carioca Jorge Murad foi compositor, escritor, dramaturgo e produtor de televisão.

forma oposta. A narração culta do rádio foi transformada por um dos locutores do programa: Armando Reis. Ele foi responsável pela criação de uma linguagem informal. “Os locutores falavam de um jeito que pareciam estar chamando o ouvinte de ‘vossa excelência’, eu não, eu o chamava de ‘amigo velho’”, afirma Reis (CABRAL, 2016, p.104).

Em Chicago, a experiência de Cooper como vendedor de anúncios de revista foi determinante para o sucesso do programa. “Não estranho às vendas, Cooper construiu uma audiência formidável e ávida, e, como produtor e apresentador do ‘All-Negro Hour’, ele acumulou uma série de anunciantes” (MAROVICH, 2015 p.59).<sup>27</sup> A trajetória de Ademar Casé não foi diferente. Ele também atuou como vendedor de anúncios de revista e conhecia pessoalmente os principais clientes do Rio de Janeiro (CABRAL, 2016).

Depois da criação do programa “The All-Negro Hour”, Cooper tornou-se um magnata do rádio americano, que montou sua própria agência de publicidade e estúdio para gravações de programas de rádio. Além de produzir seus próprios programas, ele também alugava horários para gravação de terceiros (GATES; HIGGINBOTHAM, 2009). Ademar Casé, após o fim do programa, também consolidou sua carreira na comunicação. Com a chegada da televisão, decidiu abandonar o rádio e trabalhar no novo veículo. Na TV, foi responsável pela criação de vários programas, entre eles o Noite de Gala<sup>28</sup> que teve como diretor, Geraldo Casé, um de seus filhos. (CASÉ, 2012). Nesse período, Ademar Casé também abriu uma agência de publicidade que atuou na captação de patrocinadores para as emissoras de televisão, e em especial para os seus programas.

---

<sup>27</sup> “No stranger to sales, Cooper built a formidable and avid audience, and as producer and host of the All-Colored Hour, he amassed a stable of advertisers” (MAROVICH, 2015, p.58, tradução nossa).

<sup>28</sup> O noite de Gala foi o primeiro programa televisivo de variedades do Brasil. A estreia foi na década de 1950 na TV Rio. Em seguida foi veiculado na TV Tupi e Rede Globo. Flávio Cavalcanti, Tônia Carrero, Ema D’Ávila, Rose Rondelli, estiveram entre os principais apresentadores.

No Brasil, a teatralização no rádio já acontecia antes do Casé e consistia na leitura de livros, interpretada por atores. No entanto, a radionovela em capítulos foi mais uma inovação do Programa Casé (CAYMMI, 2014, p.33). Clássicos da literatura mundial foram os primeiros a serem adaptados como: “Os Miseráveis” de Victor Hugo, “Quo Vadis” de Henryk Sienkiewicz e “Ben Hur” de Lew Wallace (CASÉ, 2012). Outro quadro conhecido foi “O Teatro Sherlock”, uma adaptação para o rádio das aventuras e investigações de Sherlock Holmes, de Arthur Conan Doyle. Uma versão brasileira do detetive inglês foi o “Teatro Policial”, trama sobre as investigações do detetive carioca Roberto Ricardo, um “Sherlock Holmes tupiniquim” (SALVADOR, 2010).

As adaptações das obras literárias estrangeiras no rádio e os quadros de humor sobre imigrantes apontam para um devir cosmopolita na produção radiofônica da época. Enfatiza-se que o Programa Casé possibilitou, por meio da oralidade, o contato entre o público não escolarizado e as obras literárias<sup>29</sup>. O rádio proporcionou ainda uma nova possibilidade de lazer coletivo e as estratégias dos sujeitos popularizam a escuta (SEVCENKO, 1998). Quem não tinha rádio em casa normalmente tornava-se um “rádio-vizinho”, “era comum que as famílias que tinham aparelhos de rádio os partilhassem com os vizinhos, permitindo que acompanhassem parte da programação”. (CALABRE, 2009, p.25).

Com o desenvolvimento das mídias, neste caso específico do rádio, o fluxo de informações, a referência das metrópoles internacionais e de sua produção cultural tornaram-se ainda mais marcantes. Neste sentido, a radiodifusão teve um papel importante pela capacidade de disseminação da palavra e dos sons sem fronteiras, em tempo real. Esse novo fluxo, como aponta Appadurai (1997), faz parte das experiências do cosmopolitismo associadas as *Mediascapes*, paisagens midiáticas, que se referem a capacidade

---

<sup>29</sup> De acordo com dados do IBGE, Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística, em 1920, 75% da população brasileira era analfabeta; em 1940, 57,9% e em 1950, 53,16%.

de produção e distribuição das imagens, conteúdos sonoros e narrativas dos veículos de comunicação de massa. Assim sendo, podemos afirmar que o rádio, a exemplo do Programa Casé, proporcionou um cenário de novas experiências de cosmopolitismo.

## **Considerações finais**

As inovações técnicas implementadas pelo Programa Casé sempre foram atribuídas como inspiradas nas emissoras estrangeiras NBC e BBC, conforme o próprio criador do programa afirmava. O programa The All-Negro-Hour da rádio WSBC surge então, como mais uma atração internacional que pode ter sido acompanhada, por ouvintes do rádio no período e que parece ser sintomático de um movimento global de popularização da programação de atrativos radiofônicos a partir da inserção do cancionário musical popular. Consideramos importante conhecer as semelhanças e diferenças entre os principais programas populares de rádio, nos dois países - o Programa Casé e The All-Negro Hour – para o entendimento dos fluxos de modelos de entretenimento em circulação na primeira metade da década de 1930, período central da formação de uma indústria do entretenimento dos Estados Unidos que se espalharia pelo mundo a partir de 1945, com o final da Segunda Guerra Mundial.

A inserção do riso na programação (com os quadros cômicos), uma nova forma de locução (no Brasil mais informal, acentuando os regionalismos e nos Estados Unidos, mais formal, num contexto de segregação racial, apagando marcas discursivas da negritude), além do destaque para a publicidade radiofônica foram marcados por experiências semelhantes. A própria identidade migrante dos dois criadores dos programas Ademar Casé e Jack L. Cooper revela as condições sociais e identitárias que permeiam o cosmopolitismo, enquanto mobilidade geográfica, política e cultural. Também de modo similar, o samba e os ritmos associados aos negros e nordestinos “desceram” o morro e ganharam destaque midiático no microfone do Casé; já

nos Estados Unidos, antes mesmo da existência da atração brasileira, o jazz, o blues e o swing saíram de aparições tímidas e lideradas por brancos no rádio para ganhar destaque no The All-Negro Hour.

É possível afirmar que assim como a programação estrangeira, ouvida pelas ondas curtas, serviram como inspiração para Ademar Casé, o programa criado por ele também foi referência para outras emissoras brasileiras. “A música popular, o samba carioca e o rádio, no Programa Casé, iniciavam um longo caminho de ajuda mútua. Modelo que logo se estenderia para os demais programas de rádio do período”. (FENERICK, 2005, p.169). Desse modo é possível identificar rastros de mobilidade na relação entre o que representa o centro e a margem, o que caracteriza o cosmopolitismo periférico.

As experiências de cosmopolitismos podem ser simultâneas ou não, interessadas ou desinteressadas, intencionais ou não intencionais. Portanto, o caminho que nos parece interessante é a percepção de que o imaginário de modernidade, desejo e identificação, pode ou não ser construído dentro de lógicas de mimese. Afinal, existem noções de cosmopolitismos, que consideram tensões, diferenças, sentimentos e aspirações como motivadores de mobilidade e deslocamentos transformando, em alguns momentos, o outro em igual, a alteridade em aliado, o periférico em centro e também o seu oposto.

## Referências

- APPADURAI, Arjun. **Modernity at Large: Cultural Dimensions of Globalization**. Minneapolis: University of Minnesota Press, 1997.
- APPADURAI, Arjun. Soberania sem territorialidade. Notas para uma geografia pós-nacional. **Novos Estudos**, n. 49, São Paulo: CEBRAP, nov 1996. Disponível em: <[https://edisciplinas.usp.br/pluginfile.php/236364/mod\\_resource/content/1/Appadurai-notas\\_para\\_uma\\_geografia.pdf](https://edisciplinas.usp.br/pluginfile.php/236364/mod_resource/content/1/Appadurai-notas_para_uma_geografia.pdf)>. Acesso em: 15 jun. 2019.
- BALDWIN, Davarian L. **Chicago's New Negroes: Modernity, the Great Migration, and Black Urban Life**. North Carolina: University of North Carolina Press, 2007.

- BARLOW, William. **Part II. "New world a-Coming?": Black Pride Radio.** In: Voice Over: The Making of Black Radio. Philadelphia: Temple University Press, 1999, p.47-67.
- BENJAMIN, M. Louise. Controversial Issues of public Importance. In: **The NBC Advisory Council and Radio Programming, 1926-1945.** Champaign: Illinois University, 2009, p. 99-113.
- DIBBS, Martin. **Some Like it hot.** In: Radio Fun and the BBC Variety Department, 1922–67: Comedy and Popular Music on Air. London: Palgrave Macmillan, 2018, p.74-78.
- CABRAL, Sérgio. **A MPB na era do rádio.** São Paulo: Moderna, 2016.
- CABRAL, Sérgio. No **Tempo de Almirante**, uma História do Rádio e da MPB. Rio de Janeiro: Francisco Alves, 1990
- CALABRE, Lia. A era do rádio. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2002.
- CASÉ, Rafael Orazem. **Programa Casé: o rádio começou aqui.** Rio de Janeiro: Mauad, 2012.
- CASÉ, Ademar — **Entrevista concedida ao MIS**, Museu da Imagem e do Som. Rio de Janeiro, em 30 setembro de 1973.
- CAYMMI, Stella. **O que é que a baiana tem?** - Dorival Caymmi na Era do Rádio. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 2014.
- CHALHOUB, Sidney. **Trabalho, Lar e botequim.** Campinas: Unicamp. 2012.
- DIDIER, Carlos; MÁXIMO, João. **Noel Rosa: uma biografia.** Brasília: Editora UNB, 1990.
- ELLETT, Ryan. **Encyclopedia of Black Radio in the United States, 1921-1955.** North Carolina: Mcfarland, 2011.
- FENERICK, José Adriano. **Nem do morro nem da cidade: as transformações do samba e a indústria cultural (1920-1945).** São Paulo: AnnaBlume, 2005.
- FON FON: Seção "PR1 Fon-Fon"**, Rio de Janeiro, Officina Typografica de J Schmidt, 10 de novembro de 1935, N.45. Disponível em: <[http://objdigital.bn.br/acervo\\_digital/div\\_periodicos/fonfon/fonfon\\_1945/fo\\_nfon\\_1945.htm](http://objdigital.bn.br/acervo_digital/div_periodicos/fonfon/fonfon_1945/fo_nfon_1945.htm)>
- GATES, Henry; HIGGINBOTHAN Evelyn. **Cooper Jack Leroy.** In: Harlem Renaissance Lives from the African American National Biography. New York: Oxford University Press, 2009, p. 126-127.
- LAGO, Mário. **Bagaço de beira-estrada.** Sequência de na rolança do tempo. Rio de Janeiro: José Olympio, 2012.
- MAROVICH, Robert. **A city called Heaven: Chicago and the birth of Gospel Music.** In: Turn your radio on: Chicago Sacred Radio Broadcast Pioneers. Champaign: University of Illinois, 2015, p.58-70.
- MOURA, Roberto. **Tia Ciata e pequena África no Rio de Janeiro.** 2a. ed., Rio de Janeiro: SMC/DGDIC/DE, 1995.
- MURCE, Renato. **Bastidores do rádio: fragmentos do rádio de ontem e de hoje.** Rio de Janeiro: Imago, 1976.

NAVA, Mica. **Visceral Cosmopolitanism**. Oxford and New York: Berg, 2007.

PICADO, Benjamin e JACOB, Maria Carmem. Dimensões da autoria e do estilo na ficção seriada televisiva. **Matrizes**, v. 12, n. 2, p. 53-77, 29 ago. 2018.

**PROGRAMA Casé, o que a gente não inventa não existe**. Rio de Janeiro: Pindorama Filmes, 2010. 1 DVD, cor, (81 min.).

PRYSTHON, Angela. **Diferença, pop e transformações cosmopolitas no Recife a partir do Movimento Mangue**. Vol. VI Nº 1 - janeiro/junho de 2004 revista Fronteiras - estudos midiáticos - Unisinos. Disponível em: <<http://revistas.unisinos.br/index.php/fronteiras/article/view/6576>>. Acesso em: 07 dez. 2018.

PRYSTHON, Angela. **Cosmopolitismos periféricos**, ensaios sobre modernidade, pós modernidade e estudos culturais na América Latina. Recife: Bagaço. 2002.

ROMAIS, Célio. **O que é o rádio em ondas curtas?** Brasília: Brasiliense, 1994.

SABILA, Elias Thomé. **Raízes do riso**: a apresentação humorística na história brasileira da Belle Époque. São Paulo: Companhia das Letras, 2002.

SALVADOR, Roberto. **A era do radioteatro** — O registro da história de um gênero que emocionou o Brasil. Rio: Gramma, 2010.

SEVCENKO, Nicolau. **O prelúdio republicano**. Astúcias da ordem e ilusões do progresso. In: História da vida privada no Brasil. São Paulo: Companhia das Letras, vol. 3, 1998.

SILVA, Júlia Lúcia de Oliveira Albano da. **Rádio, oralidade mediatizada**: o Spot e os elementos da linguagem radiofônica. 2. ed. São Paulo: Annablume, 1999.

SIMÕES, Roberto. **Do Pregão ao jingle**. In: Branco, Renato Castelo, MARTENSEN, Rodolfo L e REIS, Fernando (coord.) História da Propaganda no Brasil. (Coleção Coroa Vermelha. Estudos Brasileiros, v.21. São Paulo: T.A. Queiroz, 1990.

SOCOLOW, Michael. **Always in Friendly Competition**: NBC and CBS in the first Decade of National Broadcasting. In: HILMES, Michele (org.). Broadcasting Begins. NBC: America's Network. Los Angeles: University California Press, 2007, p. 25-43.

SOUZA, José Inácio de Melo. **O Estado contra os meios de Comunicação, 1889-1945**. São Paulo: Annablume, 2003.

STERLING, Christopher. **Cooper Jack L**. In: Biographical Encyclopedia of American Radio. New York: Routledge, 2011, p.68-69.

STERLING, Christopher; O' DELL Cary; KEITH, Michael. **The Concise Encyclopedia of American Radio**. New York:Routledge, 2010.

TINHORÃO, José Ramos. **Música popular: do gramofone ao rádio e TV**. São Paulo: Ática, 1981.

TROTTER, Joe. **Blacks in the Urban North**: The "Underclass Question" in Historical Perspective. In: KATZ, Michael (org.). The "Underclass" Debate: Views from History. Princeton: University Press, 1993, p.55-84.

VAILLANT, Derek. Sounds of whiteness Urban Musical Subcultures, Race, and the public interest on Chicago Airwaves, 1921-1935. In: **Sounds of reform, Progressivism & Music in Chicago, 1873-1935**. Chapel Hill: The University of North Carolina Press, 2003, p.234-269.

RIEGEL, Viviane. **Cosmopolitismo em Panoramas Móveis**: Comunicação, Práticas de Consumo e Cidadania de Sujeitos em Mobilidade Internacional, no Contexto das Cidades Globais São Paulo e Londres. 2019. Tese (Doutorado em Comunicação e Práticas de Consumo) – Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Práticas de Consumo, Escola Superior de Propaganda e Marketing (ESPM), São Paulo.



# RÁDIO MESMICE: O descontentamento com a programação das rádios como impulso para a prática da pirataria musical (1980-1981)

**RADIO SAMENESS: Discontent with radio programming as an impetus for the practice of musical piracy (1980-1981)**

Enio Everton A. VIEIRA<sup>1</sup>

Universidade Presbiteriana Mackenzie de São Paulo | Brasil

## Resumo

Este artigo tem como objetivo elucidar os problemas criados pelo desenvolvimento das tecnologias de fitas e reprodutores cassete nos hábitos de consumo de música no fim da década de 1970 e início de 1980, durante a crise da indústria fonográfica. Mídias especializadas da época culpabilizavam as tecnologias cassete, ignorando fatores econômicos ou a postura conservadora das gravadoras. As rádios insistiam em uma programação repetitiva para ouvintes que buscavam diversidade. Nos basearemos em escritos de Peter Burke, Marcia Tosta Dias, Paul Friedlander, Marcos Napolitano, Walter Benjamin e Renato Ortiz, em edições publicadas entre 1979 e 1981 da revista SOMTRÊS.

## Palavras-chave

História do rádio; fita cassete; pirataria musical; consumo; indústria fonográfica.

## Abstract

This article aims to elucidate the problems created by the development of tape and cassette player technologies in the habits of music consumption in the late 1970s and early 1980s, during the crisis of the music industry. Specialized media of the time blamed cassette technologies, ignoring economic factors or the conservative stance of record companies. The radio stations insisted on a repetitive program for listeners looking for diversity. We will be supported by the writings of Peter Burke, Marcia Tosta Dias, Paul Friedlander, Marcos Napolitano, Walter Benjamin and Renato Ortiz, in editions published between 1979 and 1981 of SOMTRÊS magazine.

## Keywords

History of radio; cassette tape; musical piracy; consumption; recording industry.

EIXO TEMÁTICO

RECEBIDO EM 02 DE MARÇO DE 2020  
ACEITO EM 11 DE MAIO DE 2020

<sup>1</sup> Mestre pelo programa interdisciplinar em "Educação, Arte e História da Cultura" pela Universidade Presbiteriana Mackenzie de São Paulo. Graduado em História pela Universidade Nove de Julho (2014), pós-graduação lato sensu em educação pela PUC (2017). Contato: teacherenio@gmail.com

## Introdução

**E**m carta publicada na edição de setembro de 1980, a seção de cartas da revista SOMTRÊS publicava o desabafo de José Bonifácio da Silva, um de seus leitores, que se mostrava descontente com a programação radiofônica da cidade de São Paulo. José reclamava que

Como muitos outros audiófilos gosto imensamente de efetuar minhas gravações diretamente das fontes de FM estéreo. Apesar dos moderníssimos equipamentos que as rádios usam, [...] nós somos castigados com programações de baixo nível, enfadonhas e, acima de tudo, repetitivas. Até parece que os programadores têm preguiça em renovar as seleções musicais, como se não existisse uma discoteca em cada emissora. Das 13 rádios FM estéreo daqui apenas duas ou três emissoras [...] apresentam uma programação até certo ponto agradável. De que adianta a potência de milhares de watts se a programação não corresponde ao interesse dos ouvintes?<sup>2</sup>

José sintetiza, em suas reclamações, algumas das várias mudanças que causavam desconforto nos chamados “audiófilos” – pessoas que acompanhavam as novidades em equipamento de som e lançamentos musicais – reclamações comuns nas páginas da extinta revista SOMTRÊS: uma decepção com a novidade das rádios FM, que ainda que possuíssem uma qualidade técnica superior às AMs, apostavam em uma programação com pouca diversidade musical, sobretudo para fãs de música que, como ele, efetuavam suas gravações graças à popularização das fitas e gravadores cassetes, uma novidade tecnológica cada vez mais popular no Brasil na virada da década de 1970 para 1980. Essas mudanças técnicas: os modernos equipamentos que permitiam o surgimento das primeiras rádios FM no Brasil, além dos gravadores e fitas cassete, chegavam ao país devido à gradual abertura econômica promovida pelos governos militares, um processo de abertura econômica e também política, ainda que fosse de uma maneira “lenta, gradual e segura” (NAPOLITANO, 2014, p. 103).

---

<sup>2</sup> SILVA, José Bonifácio. *Cartas*. Revista SOMTRÊS, São Paulo, n. 21, set. de 1980, p. 06. Manteremos os possíveis erros de grafias e pontuação contidos nas cartas originais.

Utilizando de reportagens e cartas dos leitores de SOMTRÊS, buscaremos neste trabalho compreender até que ponto as facilidades promovidas pela tecnologia cassete podem ser responsabilizadas pela crise da indústria musical ocorrida no início dos anos 1980. Pretendemos demonstrar como a falta de diversidade nas programações radiofônicas e nos catálogos das gravadoras acabavam por impulsionar as práticas de gravação caseira, pois os fãs de música procuravam ouvir novos artistas, cenário este pouco compreendido pelas rádios e gravadoras do período.

Iremos comparar tais cartas e reportagens citadas com a bibliografia historiográfica especializada no período, nos apoiando em autores como Renato Ortiz, Marcos Napolitano e Peter Burke. No que diz respeito à bibliografia especializada em música, utilizamos nomes como Paul Friedlander e Marcia Tosta Dias. Ao refletirmos acerca do caráter técnico da reprodução cassete, comparamos essa tecnologia aos escritos de Walter Benjamin e suas reflexões sobre a reprodutibilidade técnica da arte.

### **Revista SOMTRÊS<sup>3</sup>**

Se auto intitulando a primeira revista de som e música do Brasil, SOMTRÊS foi inicialmente publicada em janeiro de 1979, sendo extinta em janeiro de 1989, totalizando 121 edições. Seu intuito era oferecer uma alternativa de informação aos chamados “audiófilos” (fãs de música e novidades em equipamentos de som) às publicações importadas que, além de custarem preços exorbitantes, exigiam o conhecimento de uma língua estrangeira – normalmente o inglês – e chegavam às bancas brasileiras com grande defasagem no que diz respeito aos lançamentos dos equipamentos de som e sua disponibilidade no mercado. Era “uma publicação brasileira, sem sotaque, para quem gosta da melhor música e exige o melhor som”<sup>4</sup>. Todas

---

<sup>3</sup> A revista sempre escrevia seu próprio nome com letras maiúsculas. Respeitaremos tal grafia neste trabalho.

<sup>4</sup> KUBRUSLY, Maurício. *Editorial*. Revista SOMTRÊS, São Paulo, n. 01, jan. 1979, p. 05.

as edições da revista SOMTRÊS podem ser encontradas na sala Sérgio Milliet da Biblioteca Municipal Mário de Andrade, no centro da cidade de São Paulo.

Como fonte primária, a revista foi muito pouco utilizada pelos estudos na área de História da música, História Cultural brasileira e jornalismo musical, sendo uma rica fonte de informações, tanto no que diz respeito às percepções das mudanças pelas quais passava o país na virada da década de 1970 para 1980, quanto à recepção por parte do público de novas tecnologias de áudio e vídeo que chegavam ao país. Utilizamos tanto suas reportagens quanto as cartas de seus leitores, de onde podemos extrair ricas informações, tendo como metodologia a análise de conteúdo, comparando tal conteúdo aos estudos historiográficos de nosso recorte, entre 1979 e 1982.

## Entre o milagre e a crise

Um mês antes de publicar a carta de José Bonifácio da Silva, a edição número vinte da revista SOMTRÊS publicava carta de Ricardo Campos, que utilizava o espaço dos leitores como forma de desabafo sobre os constantes aumentos de preço da revista.

Sou leitor assíduo e colecionador da revista. Depois de 17 números, escrevo para deixar patente meu protesto e descontentamento. Por que os sucessivos aumentos de preço? A revista foi lançada em janeiro de 1979 por Cr\$ 40,00 e, em apenas um ano, ela simplesmente dobrou de preço. As páginas, no entanto, são mantidas em torno de 94 (só o número de dezembro teve 126 páginas). Apesar de toda a inflação, que anda galopante, com tanta publicidade quanto a SOMTRÊS traz, tantos aumentos assim não se justificam.<sup>5</sup>

A carta de Ricardo é reveladora dos problemas que assolavam o país no fim da década de 1970 e início dos anos 1980, momento no qual os trabalhadores de classes mais baixas passavam por situações de extrema pobreza e fome, vulneráveis às flutuações econômicas ocorridas no Brasil.

Uma parcela dos trabalhadores comuns estava, em 1980, mergulhada na pobreza absoluta. Nas regiões de maior dinamismo econômico, bastava a ocorrência de algum percalço ou de alguma fatalidade para que a vulnerabilidade decorrente dos baixos salários ou da baixa renda se traduzisse em insuficiência alimentar, em

<sup>5</sup> CAMPOS, Ricardo. *Cartas*. Revista SOMTRÊS, São Paulo, n. 21, set. 1980, p. 06.

## RÁDIO MESMICE: O descontentamento com a programação das rádios como impulso para a prática da pirataria musical (1980-1981)

precariedade habitacional etc. (MELLO e NOVAIS, 1998, pp. 625-626).

Entretanto, SOMTRÊS não era uma revista direcionada aos trabalhadores das classes mais baixas. Dirigida aos audiófilos, o jornalista Carlos Barradas da Silva define o público alvo da revista como pessoas que dedicam interesse “aos assuntos de som, com o objetivo de ouvir música gravada em ótimas condições”<sup>6</sup>. Outras considerações que seguem na mesma matéria falam da importância de uma sala bem preparada acusticamente, de se ouvir boas gravações, na medida do possível, a não ser no caso de gravações antigas, pois neste caso o audiófilo deve buscar obter equipamentos que amenizem a precariedade da gravação original. Em outras palavras, uma família apertada em uma habitação de um ou dois cômodos não estaria apta para fazer parte do clube dos audiófilos. SOMTRÊS fazia parte, portanto, do conjunto de jornais e revistas que tiveram sua expansão no pós 64 “ancorada no crescimento da nova classe média, que tem renda suficiente para comprá-los” (MELLO e NOVAIS, 1998, p. 639).

A crise econômica que se avizinhava é contraditória ao momento da industrialização que Ortiz (2003), Mello e Novais (1998) chamam de inserção forçada ao “Capitalismo Tardio”, promovida pelos governantes militares nos anos entre os anos de 1964 e 1985. Na década de 1970 ocorrera o “Milagre Brasileiro”, no qual o país passou por “um crescimento contínuo, ao longo do início da década de 1970, com taxas anuais em torno de 11%” (SILVA, 2013, p. 260). Ao lado de tal crescimento, Marcos Napolitano (2014) aponta que os meios de comunicação e a indústria da cultura conheceram um crescimento até então sem precedentes na história do Brasil.

Com o crescimento econômico, os bens culturais passaram a ser consumidos em escala industrial: telenovelas, noticiários, coleções de livros e fascículos sobre temas diversos, revistas [...] demonstravam a nova tendência industrial e “massiva” do consumo cultural, que se consolidaria de vez na segunda metade da década

---

<sup>6</sup> SILVA, Carlos Barradas da. *A Questão dos Princípios*. Revista SOMTRÊS, São Paulo, n. 1, jan.1979, p. 08.

de 1970. Dessa maneira, via bancas de jornal e televisão, a cultura escrita chegava aos segmentos mais pobres da população – sobretudo operários qualificados, pequenos funcionários públicos e classe média baixa, como um todo. (NAPOLITANO, 2014, p. 82).

Devemos lembrar de outros fatores que interferiram nos preços dos produtos fonográficos, como, por exemplo, a crise mundial do petróleo<sup>7</sup>, matéria prima dos discos de vinil e das fitas cassete. A crise do petróleo acabara com o “Milagre Brasileiro”, e demonstrara a fragilidade e a dependência do dinamismo econômico brasileiro em relação ao mercado externo. Veremos agora como todos os fatores até agora listados influenciaram o modo dos audiófilos consumirem sua música.

## **A falta de diversidade das rádios**

Abrimos esse trabalho com a carta de José Bonifácio, que não era o único audiófilo que reclamava da programação repetitiva das rádios. Muitos outros leitores de SOMTRÊS efetuavam suas gravações direto das transmissões radiofônicas, graças às facilidades promovidas pela popularização das tecnologias cassete, e a superioridade técnica da transmissão em FM. Eduardo de Mattos se lamenta da qualidade da programação da Transamérica de Brasília, que além de só tocar músicas de discoteca, soul e estrangeiras, “não são tocadas até o final, embora não cheguem a 4 minutos”<sup>8</sup>. José Carlos compara as rádios nacionais com as estrangeiras, atribuindo uma nota três para as nacionais, enquanto dá nota dez para emissoras, americanas, alemãs, canadenses e uruguaias, registrando que “enquanto a programação não mudar, continuarei a ouvir as fitas que recebo do Exterior”<sup>9</sup>. Thrasivoulous Courcourpoulos critica o fato de várias FMs de São Paulo fazerem “superposições acidentais de músicas e partes faladas em mesmo nível sonoro,

---

<sup>7</sup> Crise iniciada em outubro 1973, quando Arábia Saudita, Irã, Iraque, Kuwait e Venezuela, países membros da Organização dos Países Exportadores de Petróleo (a Opep), decidiram aumentar o preço do óleo em “400% em cinco meses (até março de 1974), com um novo aumento de 100% na conferência de Teerã em 23 de dezembro desse ano”. (COGGIOLA, 2008, p. 51)

<sup>8</sup> MATTOS, Eduardo de. *Cartas*. Revista SOMTRÊS, São Paulo, n. 36, dez. 1981, p. 05.

<sup>9</sup> SILVA, José Carlos da. *Cartas*. Revista SOMTRÊS, São Paulo, n. 24, dez. 1980, p. 04.

sem falar das mixagens malfeitas, comuns a todas também<sup>10</sup>, se mostrando irritado de não pode ouvir suas músicas sem interferências sonoras. J.L. Rhoden demanda maior variedade nas programações, pois “acontece até de se encontrar, ao mesmo tempo, duas emissoras tocando a mesma música, no mesmo horário. Isso não acontece só com a MPB, mas também com a música pop internacional<sup>11</sup>. Temos ainda a carta assinada pelo trio Paulo de Carvalho, Paulo Roberto e Carlos Tupinambá, que solicitam por via de SOMTRÊS um contato com a Rádio Nacional, para que voltem a passar o programa “Memória Nacional”, para que pudessem “gravar, novamente, os lançamentos de long-plays nacionais<sup>12</sup>”.

Essas são apenas algumas das cartas que apresentam reclamações semelhantes no que concerne à qualidade das rádios, seja no quesito programação ou pela má capacidade técnica das transmissões. Considerando os fatores econômicos, como o esgotamento do Milagre Brasileiro e alta inflação do período, não é de se estranhar que os audiófilos buscavam, cada vez mais, efetuar suas gravações das rádios, economizando na compra de discos. Segundo a tese de Alexandre Gouvêa Ladeira (2013), o fator econômico é, de fato, decisivo na aquisição de produtos tidos como piratas, e ao gravar as novidades musicais direto das rádios, os audiófilos faziam uma escolha consciente de sua aquisição.

É recorrente do senso comum atrelar o consumo de pirataria à questões de cunho meramente econômico, e nesse ponto não se pode dizer deste um raciocínio totalmente equivocados. De fato [...] os preços cobrados por determinados artigos tornam inviável a obtenção do bem chamado original, num indicativo de que o consumidor, antes de ser um sujeito passivo e que consome sem maiores reflexões ou sem levar em consideração as possíveis consequências de seus atos, é um ente dotado de uma racionalidade que interfere, de modo decisivo, em suas práticas aquisitivas. (LADEIRA, 2013, pp. 154-155).

<sup>10</sup> COURCOURPOULOS, Thrasivoulos. *Cartas*. Revista SOMTRÊS, São Paulo, n. 24, dez. 1980, p. 06.

<sup>11</sup> RHODEN, J.L. *Cartas*. Revista SOMTRÊS, São Paulo, n. 20, ago. 1980, p. 08.

<sup>12</sup> CARVALHO, Paulo de; TUPINAMBÁ, Carlos; VIEIRA, Paulo Roberto. *Cartas*. Revista SOMTRÊS, São Paulo, n. 19, jul. 1980, p. 06

Se as rádios eram repetitivas em seu repertório, a falta de opções e de lançamentos não era, de fato, um problema. O Brasil era, em 1979, o quinto mercado mundial de música, sendo lançados uma média de doze títulos por dia no país, totalizando “mais de 4 mil títulos novos nas prateleiras apertadas das lojas, nas vitrines insuficientes”<sup>13</sup>. Entre outras queixas, os leitores reclamavam que as rádios que tocavam mais música internacional e discoteca do que música nacional e, segundo Maurício Kubrusly (editor chefe da revista), as gravadoras trabalhavam na contramão do mercado de discos no Brasil.

O setor fonográfico, já há alguns anos, violenta a lei básica de oferta e da procura; o consumidor prefere a música nativa, mas se lança um volume maior de música importada. Por isso, em 78, foram editados 2 425 títulos importados e apenas 2002 de música produzida aqui. [...] Quanto aos outros totais – da venda de unidades – são estes os números:

Discos brasileiros: 23 716 639;

Discos internacionais: 18 311 926.<sup>14</sup>

Ademais da falta de diversidade, os ouvintes se mostravam conscientes da debilidade técnica dos discos lançados no Brasil, e da rígida imposição promovida pela indústria fonográfica, “que selecionava as músicas que comporiam o disco, geralmente incluindo somente uma ou duas faixas que cairiam no gosto do público e, conseqüentemente, fariam sucesso” (LOSSO, 2008, p. 59). Assim, o público se aproveitava das facilidades de gravação caseira para gravar as canções que lhes interessavam, pois as tecnologias cassete permitiram ao público uma relação mais interativa “com a música, ao propiciar criações pessoais de coletâneas, gravações de programas de rádios e compartilhamento de músicas entre amigos” (SANTOS, 2010, p. 85).

Em abril de 1981, em pleno auge da crise, a falta de diversidade musical é descrita por Kubrusly como uma “equação assustadora”. Havia dois mil pontos de venda de discos no Brasil, e em 95% deles, eram vendidos apenas 100 títulos dentre os 20 mil disponíveis em catálogo.

<sup>13</sup> KUBRUSLY, Maurício. *Inédito: Os números do negócio dos discos*. Revista SOMTRÊS, São Paulo, n. 03, mar. 1979, p. 97.

<sup>14</sup> KUBRUSLY, Maurício. *Inédito: Os números do negócio dos discos*. Revista SOMTRÊS, São Paulo, n. 03, mar. 1979, p. 98.

## RÁDIO MESMICE: O descontentamento com a programação das rádios como impulso para a prática da pirataria musical (1980-1981)

Dos 100 títulos postos à venda na quase totalidade dos pontos, cerca de metade é tomada por música estrangeira, imposta pela divulgação em rádio & tevê; 30 são discos promovidos pela televisão (trilhas de novelas e outras coletâneas); e 20 “são produtos dos 15 bilionários da música popular brasileira” (Roberto Carlos, Maria Bethânia, Rita Lee, etc.). E a música do Brasil – que pena... coitadinha – é muito maior do que isso que as lojas (não) oferecem, as rádios (não) tocam, as gravadoras (não) gravam e as tevês (não) mostram.<sup>15</sup>

Em um momento de alta dos preços, e conscientes que os álbuns teriam uma ou duas canções de trabalho de melhor qualidade, os ouvintes de música preferiam fazer uma escolha consciente em obter apenas as canções que lhes interessavam, gravando-as por meio das rádios. Chegou-se ao ponto de se comercializar essas fitas abertamente de duas maneiras: a pirataria em massa, que buscava se passar por um produto legítimo, e a pirataria caseira, feita em pequena escala, que se dava entre os fãs de música e era promovida, ora direta, ora indiretamente, pela revista SOMTRÊS, através de um mercado informal impulsionado pelos anúncios da seção *Free-Shop*. Esse é tópico de nosso próximo segmento.

### O mercado informal de SOMTRÊS

A pirataria musical era preocupação constante nas páginas de SOMTRÊS, sendo condenada mas, nunca, de fato, reprimida. Sem dúvida, há matérias que acusam a pirataria enquanto forma de crime organizado, caindo na definição de pirataria como falsificação de um produto para obtenção de grandes lucros, apontando o problema de se vender música “sem pagar a autores ou produtores direito algum. E nem impostos”<sup>16</sup>. Uma matéria de abril de 1981 descreve como os piratas atuavam, sobretudo, em pontos de vendas em estradas, sendo a rodovia que liga Campinas a Brasília conhecida nos anos de 1980/1981 como a “estrada da pirataria”. Os grandes centros urbanos como

<sup>15</sup> KUBRUSLY, Maurício. *A herança de um brasileiro*. Revista SOMTRÊS, São Paulo, n. 28, abr. de 1981, p. 98.

<sup>16</sup> BAHIANA, Ana Maria. *Os piratas do som são ainda mais organizados*. Revista SOMTRÊS, São Paulo, n. 28, abr. 1981, p. 57.

São Paulo, Belo Horizonte e a Baixada Fluminense estavam entre os locais campeões de vendas de fitas falsificadas, e estimativas da Associação Brasileira de Produtores de Discos eram de quatro milhões de fitas piratas por ano, o que representava metade do mercado oficial de fitas cassete<sup>17</sup>.

A matéria dá algumas dicas de como saber se a fita gravada era falsa ou não. O consumidor deveria ficar atento na qualidade da foto de capa, se as cores não estavam desbotadas e tremidas, e se o rótulo não estava com suas bordas soltando. Isso tudo, claro, “falando da pirataria mais óbvia, que não procura ocultar sua condição de cópia, e que vem com rótulos datilografados, sem seguir a capa original”<sup>18</sup>. Com razão a matéria esclarece que um consumidor que compra inadvertidamente uma fita pirata, que busca se passar por original, está sendo lesado. Contudo, um consumidor que compra uma fita com um rótulo datilografado, se sentiria ele lesado? Estaria tal consumidor esperando que uma fita claramente feita em casa fosse, de alguma maneira, um produto original?

O público consumidor muitas vezes tem pouco interesse em adquirir um disco se o que lhe interessa é apenas uma ou duas músicas. Em geral, o perfil desse tipo de comprador é o de quem tem preferência pelos sucessos, os hits do momento. Dos anos 1970 a meados dos 1990, não apenas as fábricas clandestinas atendiam a essa demanda específica. As lojas de discos gravavam fitas cassete com o repertório selecionado pelos próprios clientes: as coletâneas podiam ser de músicas do mesmo ou de diversos gêneros e de um ou vários artistas, nem sempre seguindo apenas a lógica dos grandes sucessos, uma vez que a seleção era de caráter mais pessoal. Concorrer com os piratas nesse quesito era praticamente impossível (SANTOS, 2010, p. 87).

Os anúncios de SOMTRÊS nos indicam que existiam muitos aficionados por música pouco preocupados com os detalhes técnicos, estéticos e de mídia na qual apreciavam suas canções favoritas. Na edição de setembro de 1979, o leitor Paulo anunciava que queria comprar discos em bom de estado de artistas como Tony Bennet, Paul Weston, Jackie Gleason, entre outros, mas

<sup>17</sup> BAHIANA, Ana Maria. *Os piratas do som são ainda mais organizados*. Revista SOMTRÊS, São Paulo, n. 28, abr. 1981, p. 57.

<sup>18</sup> BAHIANA, Ana Maria. *Os piratas do som são ainda mais organizados*. Revista SOMTRÊS, São Paulo, n. 28, abr. 1981, p. 58.

comunica que “podem ser cópias em fita cassete”<sup>19</sup>. Isso sugere um desapego ao formato físico da música.

Paulo não era, de modo algum, um caso isolado entre os anúncios de compra e venda de SOMTRÊS. Em números mais precisos, somente no ano de 1980, foram publicados um total de 395 anúncios de compra, venda, e/ou troca de gravações, sendo que desses anúncios, 41 buscavam gravações em fita (10,38% do total publicado). Em 1981, de 549 anúncios, 48 buscavam gravações em fita, representando 8,74% dos anúncios. O número de pessoas que buscavam gravações não é, de forma alguma, negligenciável, sugerindo que o formato da mídia musical não era uma exigência para muitos dos consumidores de música.

SOMTRÊS dizia em suas páginas que condenava a prática da cópia caseira, mas, em nenhum momento nas edições aqui consultadas, reprimiu seus leitores de praticá-la. A revista fazia “vistas grossas” para publicações como a de Paulo, e buscava se isentar da responsabilidade de publicar anúncios que abertamente falavam de pirataria e/ou gravações caseiras, sempre avisando seus leitores que eles poderiam “anunciar qualquer coisa, menos cópias em fitas de discos que ainda estejam à venda no Brasil”<sup>20</sup>. Tais dizeres aparecem em 13 das 24 edições utilizadas para levantar esses dados.

Tamanha movimentação de compra, venda e troca de discos, e outros itens, pode nos parecer estranha em época de aguçada crise econômica, ainda mais considerando uma forma de entretenimento descrita pelo editora chefe de SOMTRÊS como algo “supérfluo”<sup>21</sup>. A grande movimentação promovida no comércio paralelo dos anúncios de *Free-Shop* estava, sobretudo, na compra e venda de discos. Em 1980, momento no qual a inflação chegou aos 110,2%<sup>22</sup>,

<sup>19</sup> Paulo. *Free-Shop*. Revista SOMTRÊS, São Paulo, n. 09, set. 1979, p. 64.

<sup>20</sup> *Free-Shop*. Revista SOMTRÊS, São Paulo, n. 36, dez. 1981, p. 33. Anúncios coibindo a cópia de discos aparecem, entretanto, nas edições de 17, 20, 21, 22, 23, 25, 27, 28, 29, 30, 31, 32, 33, 34, 35 e 36. As edições de número 20, 21, 22 e 25 são as únicas que utilizam o termo fita pirata/pirataria.

<sup>21</sup> KUBRUSLY, Maurício. *Inédito: Os números do negócio dos discos*. Revista SOMTRÊS, São Paulo, n. 03, mar. 1979, p. 97.

<sup>22</sup> Segundo FAUSTO, 2012, p. 428.

36,46% dos anúncios publicados eram de compra de discos, enquanto 34,18% eram de venda. Em 1981, quando a inflação obteve uma leve queda para 95,2%<sup>23</sup>, o comércio paralelo de discos seguia com toda força, apresentando 44,44% de seus anúncios para compra, e 33,8% para a venda<sup>24</sup>. O motivo para tal movimentação era que, diferente de outros bens de consumo que perdiam seu valor, o preço do disco acompanhava a inflação, sendo visto pelos audiófilos não apenas como uma forma de apreciação musical, mas também como um investimento financeiro, devido a sua durabilidade. “Se a inflação corrói o valor do dinheiro, lançando-o no *speed* de uma queda livre, um disco era um disco em 78 e continua sendo um disco doze meses depois”<sup>25</sup>. Ademais, a possibilidade de gravação caseira desses discos abria a possibilidade de revendê-los quando seu preço estivesse alto (sem riscos de perder as músicas, que ficariam gravadas em cassete), e a venda de discos usados chegava a criar uma rede de socialização, prevendo a interação que ocorreria anos depois com os arquivos em MP3 e os downloads.

Um grupo de amigos podia comprar uma única cópia de um disco, copiá-lo em fitas virgens e passar estas cópias para outros. Frequentemente, este disco ia parar em lojas de discos usados [...]. Este processo de gravação reduziu o custo do preço do produto, aumentou o controle do consumidor sobre o material consumido e permitiu que um número cada vez maior de ouvintes [...] tivesse sua música preferida à mão (FRIEDLANDER, 2012, p. 411).

Não obstante, estamos presenciando um momento de transição, no qual a fita cassete estava se tornando cada vez mais popular, e tal qual previa Benjamin, “a reprodutibilidade técnica da obra de arte transforma o comportamento das massas com a arte”. (BENJAMIN, 2003, p. 82). Uma grande vantagem das gravações em fitas cassetes, em oposição a durabilidade dos discos de vinil, era a sua facilidade em ser gravada e regravada várias vezes, e a própria efemeridade da tecnologia assinala uma forte característica

<sup>23</sup> Idem.

<sup>24</sup> De um total de 395 anúncios publicados em 1980, 144 compravam discos e 135 vendiam (já considerando os anúncios que simultaneamente compravam e vendiam, que são computados nas duas categorias). Em 1981, dos 549 anúncios, 244 eram de compra, e 186 de venda.

<sup>25</sup> KUBRUSLY, Maurício. *Primeiro balanço de 1979*. Revista SOMTRÊS, São Paulo, n. 08, ago. 1979, p. 107.

da sociedade consumista, pois, diferentemente de um disco, no qual suas faixas não podem ser alteradas ou mudadas de ordem, uma gravação em fita poderia ser completamente alterada, uma vez que o ouvinte não quisesse mais desfrutar do conjunto de músicas da gravação. Tal facilidade de uso coincide com a ideia de que “a vida de consumo não pode ser outra coisa senão uma vida de aprendizado rápido, mas também precisa ser uma vida de esquecimento veloz” (BAUMAN, 2008, p. 124).

Outro dado importante de destacarmos nos anúncios de SOMTRÊS é que os artistas mais buscados, em sua vasta maioria, são artistas estrangeiros, e álbuns que não haviam sido lançados em território nacional, (outra falha de atendimento da demanda pelas gravadoras). Em 1980, 31,4% dos anúncios buscavam exclusivamente artistas estrangeiros, enquanto 7,09% queriam adquirir discos de artistas brasileiros. No ano seguinte, os números não sofrem grandes alterações, com o número de leitores buscando por artistas de outros países em 29,33%, contra 7,83% de audiófilos procurando por discos nacionais. Os leitores que procuravam por álbuns nacionais buscavam sempre álbuns fora de catálogo, enquanto os que queriam gravações de artistas estrangeiros procuravam álbuns que não haviam sido lançados no Brasil. Isso nos indica como as gravadoras não compreendiam seu próprio público, tirando de catálogo e/ou deixando de lançar álbuns com potencial de venda.

*Free-Shop*, o “primeiro e único mercado livre de equipamentos e discos do Brasil”<sup>26</sup> funcionava gratuitamente, com os leitores enviando suas cartas anunciando a compra, venda e/ou troca dos mais variados acessórios musicais, amplificadores, caixas acústicas, gravadores, receptores, sintonizadores, cabos, fones de ouvido, mini-estéreo, aparelhos conjugados, vídeos, bandas procurando músicos, letristas e/ou compositores oferecendo seus serviços, fãs solitários buscando conversar com outros aficionados, letras de música, partituras, revistas importadas, livros de biografias musicais, e, principalmente,

---

<sup>26</sup> Auto-descrição presente em 13 das 24 edições consultadas.

discos, fitas e memorabilia musical dos mais variados tipos (pôsteres, fotos, autógrafos, camisetas, etc.). Dentre os anúncios, encontramos gente oferecendo gravações de peças de óperas, shows gravados de ícones da MPB, e até mesmo xerox dos encartes de discos com as letras.

Com seu comércio informal promovido pela seção *Free-Shop*, a revista SOMTRÊS acabava por motivar seus leitores a promover suas próprias cópias, não apenas publicando tais anúncios, mas também através de matérias que auxiliavam os audiófilos a otimizar a experiência de se gravar em casa, chegando ao ponto de elogiar as rádios que forneciam suas programações para os ouvintes, o que possibilitava que os mesmos se organizassem para gravar suas músicas preferidas. Essas ações incomodavam as gravadoras, que buscavam uma miríade de propostas para solucionar a sua crise. Nos voltaremos para algumas dessas propostas agora.

## **As propostas para a superação da crise**

A crise na indústria fonográfica levantou uma série de questionamentos, tanto nos apreciadores de música, quanto nos empresários e até mesmo entre os artistas. E, evidentemente, os leitores de SOMTRÊS deram suas opiniões, participando, sempre de forma ativa, do verdadeiro fórum de discussões que a revista promovia em suas várias páginas dedicadas a seus compradores. Ainda no ano de 1979, quando especialistas como Maurício Kubrusly erroneamente previam que a crise já instalada nos Estados Unidos não atingiria o mercado fonográfico brasileiro, o leitor Arthur Mendes questionava o que, de fato, se pagava ao adquirir um disco, que não tinha seu preço sequer padronizado.

Eu gostaria de descobrir a verdade sobre todos os custos que envolvem a produção de um LP. Quando compramos um disco, o que estamos realmente pagando? O salário do cantor? O cachê do músico? A hora do estúdio? E, por que os discos não são tabelados, no varejo? Aqui em Campinas, por exemplo, pode-se comprar o mesmo disco de Cr\$ 180,00 a Cr\$ 260,00. Onde está a verdade? Como é que as próprias fábricas lançam séries "populares", a preços

## RÁDIO MESMICE: O descontentamento com a programação das rádios como impulso para a prática da pirataria musical (1980-1981)

mais acessíveis, se a matéria-prima utilizada na confecção do disco e da capa, basicamente, continua a mesma?<sup>27</sup>

Um dos colaboradores de SOMTRÊS responde a Arthur, dizendo que em breve a revista lançaria uma reportagem que esclarecendo essas dúvidas, o que não chega a acontecer. Pelo contrário, os próprios jornalistas não sabiam ao certo como se calculava o preço de varejo dos discos, e nem sequer artistas renomados sabiam responder essas questões. Mesmo as gravadoras caíam em um mar de contradições quando tentavam esclarecer os aumentos constantes do preço dos álbuns.

Isso não significa que não houve tentativas de se baratear o preço final dos álbuns. Uma dessas experiências consistia em baixar o custo de produção, fazendo álbuns com menos músicas, lançando discos de dez polegadas, ao invés das tradicionais doze polegadas dos discos *standard*. A lógica era simples: com duas polegadas a menos, seria utilizada uma quantidade menor de resina derivada do petróleo, e o fato de caber menos músicas em um disco menor era outro fator que levaria a seu barateamento.

Num disco menor cabem menos faixas. Menor número de faixas exige menor tempo de estúdio. Menor tempo de estúdio representa também um número menor de horas pagas aos músicos para gravar. E mais: um disco menor tem capa menor, reduzindo, portanto, o custo gráfico do produto final. Ou seja: economia por todos os lados.<sup>28</sup>

Entretanto, havia uma falha no plano das gravadoras em lançar discos de menor dimensão, pois tais álbuns ficariam perdidos nas gôndolas e estantes das lojas, passando despercebidos. E não apenas isso: o argumento de que um menor tempo de estúdio representaria um disco mais barato é desmentido pela célebre cantora Elis Regina, destacando uma falta de lógica no preço de varejo dos discos.

Meu último disco foi gravado apenas em 15 dias, enquanto o comum são dois ou três meses de trabalho, e *Falso Brillhante* foi gravado apenas em dois dias. E nem por isso as gravadoras

<sup>27</sup> MENDES, Arthur. *Cartas*. Revista SOMTRÊS, São Paulo, n. 09, set. 1979, p. 04.

<sup>28</sup> KUBRUSLY, Maurício. *A crise em 33 RPM*. Revista SOMTRÊS, São Paulo, n. 27, mar. 1981, pp. 96.

venderam esses discos a preços mais reduzidos. O certo é que o preço do disco no Brasil é absolutamente louco.<sup>29</sup>

Elis não compreende que sua música estava inserida em um contexto de produção industrial, organizada nos moldes do mais racional planejamento, submetida a uma verdadeira linha de montagem (DIAS, 2008, p. 20). Nesse sentido, o preço dos álbuns vendidos era calculado segundo a média de mercado, com discos que tiveram um custo de produção mais caros compensados pelo custo de álbuns gravados em poucos dias, não importando o tamanho das canções e/ou os arranjos feitos. Há uma padronização da música enquanto obra de arte, dando ao consumidor uma aparência de escolha, quando, em realidade, todos os ouvintes acabam por consumir apenas mais um produto industrializado da sociedade de consumo.

Na busca por culpados pela crise da indústria fonográfica, é claro que as rádios e a pirataria seriam mencionadas. Se os audiófilos elogiavam a postura de estações de FM que tocavam discos inteiros em suas programações, os homens de negócio das gravadoras se queixavam que essa postura estava simplesmente “massacrando a venda dos discos”<sup>30</sup>. As estações de rádio tocavam “discos inteiros, sem qualquer interrupção – ou até convocando os ouvintes para a gravação, dando um sinal característico antes do início e depois do fim da faixa a ser gravada”<sup>31</sup>. Se sugeriu, inclusive, a cobrança de “uma taxa na compra de equipamentos reprodutores e também de cada fita cassete virgem. Esta taxa seria revertida para a área dos direitos do autor e do produtor, como já [era] feito em diversos países da Europa”<sup>32</sup>.

E de fato, no final dos anos oitenta, os impostos sobre fitas em branco estavam em vigor em alguns países, como França, Alemanha, Holanda, Portugal e Espanha (HEYLIN, 1994, p. 241). Essa taxa era considerada uma

<sup>29</sup> Depoimento de Elis Regina dado em reportagem de LIMA, Walmir M. de. *E onde está o culpado?* Revista SOMTRÊS, São Paulo, n. 32, ago. de 1981, pp. 99-102.

<sup>30</sup> Depoimento de Hans Paul Beugger, superintendente geral da gravadora Continental, em reportagem de LIMA, Walmir M. de. *E onde está o culpado?* Revista SOMTRÊS, São Paulo, n. 32, ago. 1981, p. 100.

<sup>31</sup> LIMA, Walmir M. de. *E onde está o culpado?* Revista SOMTRÊS, São Paulo, n. 32, ago. 1981, p. 100.

<sup>32</sup> Depoimento de Hans Paul Beugger, superintendente geral da gravadora Continental, em reportagem de LIMA, Walmir M. de. *E onde está o culpado?* Revista SOMTRÊS, São Paulo, n. 32, ago. 1981, p. 100.

medida compensatória por parte das gravadoras, buscando desencorajar a compra de fitas cassetes virgens por usuários ávidos para efetuar gravações caseiras, sendo “um meio de extorquir dinheiro de todos os usuários de fitas virgens para pagar por supostas violações de direitos autorais” (HEYLIN, 1994, p. 212). Clinton Heylin acusa essas taxas de extorsivas, pelo fato de que tal taxa não funcionaria como um sistema tradicional de pagamento de direito autoral. Afinal, como pagar os direitos de algo inexistente, no caso de uma fita virgem? O dinheiro geral iria direto para as gravadoras, e não para os artistas, levando as gravadoras a lucrarem cerca de 70-80 milhões de libras (isso apenas no Reino Unido), e teve como consequência um aumento de 100% no preço das fitas cassete (HEYLIN, 1994, p. 238).

Por fim, membros da própria classe artística admitiam que viviam em um momento de crise de criatividade. Se havia no Brasil todavia existia a censura, que em sua atuação “afastou vários artistas que poderiam ter renovado a música brasileira”<sup>33</sup>, Elis Regina destaca um comodismo e uma suposta falta de diversidade por parte dos artistas nacionais do período.

A maioria dos artistas está gravando o mesmo compositor, acompanhada pelos mesmos músicos, com arranjos feitos por um único arranjador, praticamente no mesmo gênero. Em consequência, se são oferecidos cinco LPs ao consumidor, não há necessidade dele comprar os cinco, para ouvir a mesma música em todos os cinco. Basta comprar um só.<sup>34</sup>

Essa suposta falta de criatividade no mercado de música brasileira já havia sido apontada na própria revista por Kubrusly pela “inexistência de uma [nova] grande moda, como os Beatles, como o rock. É verdade, uma onda qualquer sempre empurra as vendas para cima”<sup>35</sup>. Com o fim da moda da discoteca, ainda se passariam alguns anos até a explosão do rock *made in*

<sup>33</sup> Depoimento de Hans Paul Beugger, superintendente geral da gravadora Continental, em reportagem de LIMA, Waldir M. de. *E onde está o culpado?* Revista SOMTRÊS, São Paulo, n. 32, ago. 1981, p. 101.

<sup>34</sup> Depoimento dado em reportagem de LIMA, Waldir M. de. *E onde está o culpado?* Revista SOMTRÊS, São Paulo, n. 32, ago. 1981, pp. 99-102.

<sup>35</sup> KUBRUSLY, Maurício. *A crise em 33 RPM*. Revista SOMTRÊS, São Paulo, n. 27, mar.1981, p. 96.

*Brasil*, conhecido como BRock<sup>36</sup>, que elevaria novamente a venda de discos ao longo da década de 1980.

## **Considerações finais**

A gravação caseira se aproxima da definição de pirataria, mas não funciona nas mesmas lógicas mercadológicas. Enquanto produtos piratas tentam se passar por produtos legítimos e ludibriar os compradores, a troca de gravações caseiras sempre deixou claro seu caráter de duplicação. Essas reproduções preocupavam a indústria fonográfica, que via uma perda de seus lucros na gravação caseira, e falhavam em notar que não atendiam devidamente sua demanda, deixando de lançar sucessos em potencial no país, ou tirando de catálogo álbuns que eram ainda procurados.

Na busca por incentivar os ouvintes a voltarem a comprar mais discos, houve propostas de coibir as rádios de tocar álbuns inteiros, e até mesmo de criar uma taxa sobre as fitas cassetes virgens, valor que seria repassado como compensatório pela possível infração aos direitos autorais que a fita causaria. Entretanto, isso criava um problema para os artistas, pois este valor ficaria com as gravadoras, já que não haveria formas de saber quais artistas seriam registrados em uma fita em branco.

A busca por culpados pela crise causava mais uma transferência de culpa entre as partes envolvidas (gravadoras, rádios, artistas, lojistas, etc.) do que uma efetiva proposta por soluções, e o mercado de discos só voltaria a se recuperar ao longo dos anos 1980, com o surgimento da moda do rock brasileiro, ou BRock.

O aumento dos preços dos discos, a popularização das tecnologias de reprodução caseira, a inflação constante causada pela crise econômica, aliados a uma hipotética crise de criatividade dos artistas e falta de uma nova moda

---

<sup>36</sup> De acordo com Jairo Severiano, movimento do rock brasileiro durante os anos 1980 que pode ser sintetizado no som dos grupos Blitz, Barão Vermelho, Paralamas do Sucesso, Kid Abelha, Titãs, Ultraje a Rigor, RPM, Legião Urbana e Engenheiros do Hawaii (SEVERIANO, 2008, p. 437)

musical, fizeram as vendas de discos caírem vertiginosamente. O Brasil caiu de quinto maior mercado mundial de discos para o sétimo lugar, o que foi visto como um possível fim da indústria musical, discurso exagerado que se reproduz nos dias atuais, ainda mais em tempos de música gratuita, feito possibilitado pela popularização da internet e da tecnologia *streaming*.

## Referências

- BAUMAN, Zygmunt. **Vida para consumo**: a transformação das pessoas em mercadoria. Rio de Janeiro: Zahar, 2008.
- BENJAMIN, Walter. **La obra de arte en la época de su reproductibilidad técnica**. Editorial Itaca. México, D. F., 2003.
- COGGIOLA, Osvaldo. **A Revolução Iraniana**. Editora Unesp, 2008.
- DIAS, Marcia Tosta. **Os donos da voz**: indústria fonográfica brasileira e mundialização da cultura. São Paulo: Boitempo, 2008.
- FAUSTO, Boris. **História do Brasil**. São Paulo: Editora da Universidade de São Paulo, 2012.
- FRIEDLANDER, Paul. **Rock and roll**: uma história social. Rio de Janeiro: Record, 2012.
- HEYLIN, Clinton. **Bootleg**: the secret history of the other recording industry. New York: St. Martin's Press, 1994.
- LADEIRA, Alexandre Gouvêa. **O bom gosto pelas margens**: motivações sociais no consumo de produtos piratas. Tese de Doutorado. Faculdade de Filosofia e Ciências Humanas da Universidade Federal de Minas Gerais: Belo Horizonte: 2013.
- LOSSO, Fábio Malina. **Os Direitos Autorais no Mundo da Música**. Tese de Doutorado. Faculdade de Direito da Universidade de São Paulo: São Paulo. 2008.
- MELLO, João Manuel Cardoso de, e NOVAIS, Fernando A. Capitalismo Tardio e Sociabilidade Moderna. In: **História da Vida Privada no Brasil (vol. 4)**: contrastes da intimidade contemporânea. SCHWARCZ, Lilia Moritz (Org.). São Paulo: Companhia das Letras, 1998.
- NAPOLITANO, Marcos. **1964**: História do Regime Militar Brasileiro. São Paulo: Contexto, 2014.
- ORTIZ, Renato. **Mundialização e cultura**. São Paulo: Brasiliense, 2003.
- SANTOS, Christiano Rangel dos. **Pirataria musical**: entre o ilícito e o alternativo. Dissertação de Mestrado. Universidade Federal de Uberlândia: Uberlândia, 2010.
- SEVERIANO, Jairo. **Uma história da música popular brasileira**: das origens à modernidade. São Paulo: Ed. 34, 2008.
- SILVA, Francisco Carlos Teixeira da. Crise da ditadura militar e processo de abertura política no Brasil, 1974-1985. In: **O Brasil Republicano**, vol. 4. O

tempo da ditadura: regime militar e movimentos sociais em fins do século XX. Jorge Ferreira e Lucilia de Almeida Neves (Orgs). Rio de Janeiro: Civilização Brasil, 2013.

TINHORÃO, José Ramos. **Cultura popular**: temas e questões. São Paulo: Ed. 34, 2001.

### **Fontes primárias**

- Revista SOMTRÊS, São Paulo, n. 01, jan. 1979.
- Revista SOMTRÊS, São Paulo, n. 03, mar. 1979.
- Revista SOMTRÊS, São Paulo, n. 09, set. 1979.
- Revista SOMTRÊS, São Paulo, n. 13, jan. 1980.
- Revista SOMTRÊS, São Paulo, n. 14, fev. 1980.
- Revista SOMTRÊS, São Paulo, n. 15, mar. 1980.
- Revista SOMTRÊS, São Paulo, n. 16, abr. 1980.
- Revista SOMTRÊS, São Paulo, n. 17, mai. 1980.
- Revista SOMTRÊS, São Paulo, n. 18, jun. 1980.
- Revista SOMTRÊS, São Paulo, n. 19, jul. 1980.
- Revista SOMTRÊS, São Paulo, n. 20, ago. 1980.
- Revista SOMTRÊS, São Paulo, n. 21, set. 1980.
- Revista SOMTRÊS, São Paulo, n. 22, out. 1980.
- Revista SOMTRÊS, São Paulo, n. 23, nov. 1980.
- Revista SOMTRÊS, São Paulo, n. 24, dez. 1980.
- Revista SOMTRÊS, São Paulo, n. 25, jan. 1981.
- Revista SOMTRÊS, São Paulo, n. 26, fev. 1981.
- Revista SOMTRÊS, São Paulo, n. 27, mar. 1981.
- Revista SOMTRÊS, São Paulo, n. 28, abr. 1981.
- Revista SOMTRÊS, São Paulo, n. 29, mai. 1981.
- Revista SOMTRÊS, São Paulo, n. 30, jun. 1981.
- Revista SOMTRÊS, São Paulo, n.31, jul. 1981.
- Revista SOMTRÊS, São Paulo, n. 32, ago. 1981.
- Revista SOMTRÊS, São Paulo, n. 33, set. 1981.
- Revista SOMTRÊS, São Paulo, n.34, out. 1981.
- Revista SOMTRÊS, São Paulo, n. 35, nov. 1981.
- Revista SOMTRÊS, São Paulo, n. 36, dez. 1981.

As revistas utilizadas para esta pesquisa pertencem ao acervo da Sala Sérgio Milliet. Biblioteca Mário de Andrade, São Paulo, SP.



# 47 ANOS DE FEIRA DO SOM E A RECONFIGURAÇÃO DA NARRATIVA MUSICAL: produção de sentidos na Rádio Cultura Pará

## 47 YEARS OF FEIRA DO SOM AND THE MUSICAL NARRATIVE RECONFIGURATION: production of meanings at Rádio Cultura Pará

Jússia Carvalho da Silva VENTURA<sup>1</sup>

Lídia Karolina de Sousa RODARTE<sup>2</sup>

Alda Cristina Silva da COSTA<sup>3</sup>

Universidade Federal do Pará | Brasil

### Resumo

A tessitura deste artigo parte da cenarização da linguagem radiofônica na ressignificação dos sentidos, memória e experiência social, tendo como corpus de análise o programa Feira do Som da Rádio Cultura. Indagamos sobre como um programa, configurado entre jornalismo musical e cultural, se mantém no ar por 47 anos, com o mesmo modelo e formato, construindo sentidos para o público. Partimos da "conversão semiótica" (LOUREIRO, 2017) e da síntese do heterogêneo na narrativa (RICOEUR, 2010) para concluir que o programa compartilha sentidos que possuem os mesmos referenciais simbólicos, refletidos na linguagem, que partilha com os ouvintes os mesmos signos.

### Palavras-chave

Programa Feira do Som; Conversão semiótica; História do rádio; Rádio Cultura; Narrativas.

### Abstract

The composition of this article comes from the scenarization of the radiophonic language in the reframing of the senses, memory and social experience, having as a parsing corpus the program Feira do Som from Radio Cultura do Pará. Our inquiry is on how a program, configured between musical and cultural journalism, maintains it self for 47 years, with the same model and format, and continuously creates meanings to the public. from the "semiotic conversion"(LOUREIRO, 2017) and the synthesis of the heterogeneous narrative (RICOEUR, 2010) to conclude that the program shares meanings with the same symbolic references, reflecting on the language, which shares with the listeners the same signs.

### Keywords

Feira do Som Program; Semiotic Conversion; History of radio; Amazon Radio; Narrative.

RECEBIDO EM 24 DE MARÇO DE 2020  
ACEITO EM 27 DE MAIO DE 2020

<sup>1</sup>Doutoranda do Curso de Pós-Graduação em Sociologia e Antropologia, da Universidade Federal do Pará, Mestra em Ciências da Comunicação pelo Programa de Pós-Graduação, Cultura e Amazônia (UFPA/PA). Contato: jussiac@gmail.com.

<sup>2</sup> Doutoranda do Curso de Pós-Graduação, Cultura e Amazônia da Universidade Federal do Pará (UFPA). Integrante do Grupo de Pesquisa Narrativas Contemporâneas na Amazônia Paraense (NARRAMAZÔNIA). Contato: lidiakarolina@gmail.com.

<sup>3</sup> Doutora em Ciências Sociais (UFPA/PA). Docente FACOM/PPGCOM (UFPA/PA). Coordenadora dos Projetos de Pesquisa Mídia e Violência: narrativas midiáticas na Amazônia Paraense e Narrativas Contemporâneas na Amazônia Paraense (NARRAMAZÔNIA). Contato: aldacristinacosta@gmail.

## Introdução

**A**s emissoras de rádio têm buscado se adaptar às transformações tecnológicas, seja pelos suportes em que estão abrigadas, seja pelos conteúdos que passam a redimensionar suas programações.

Suas realidades são híbridas. Por vezes, existem em espaços tecnológicos diferenciados para atender realidades e públicos diferenciados. No caso da Rádio Cultura do Pará, emissora ligada à Fundação Telecomunicações do Pará (Funtelpa), conhecida como Rede Cultura de Comunicação, sua existência ainda tem caráter FM (frequência modulada), recorrendo apenas às mídias sociais para divulgação.

A Rádio Cultura é uma emissora pública e foi criada em 1977, no auge da ditadura militar. Ainda hoje funciona como principal símbolo da política pública de comunicação do Governo do Estado, reificando, em sua programação diária, a representação da identidade cultural amazônica (CASTRO, 2012). Sua implantação foi um diferencial, pois passou a produzir formatos jornalísticos e musicais que escaparam aos ditames das emissoras comerciais, privilegiando, segundo informações do Portal Cultura<sup>4</sup>, a divulgação e circulação das manifestações artísticas e culturais da região amazônica. Desde o início, a emissora busca a construção da memória social de Belém, ou seja, dos aspectos que demarcam, esteticamente, o espaço do que seria uma cultura amazônica, a partir dos produtos de sua programação diária.

É nesse contexto que escolhemos, para este artigo, trabalhar com a *Feira do Som*, um dos programas mais antigos da rádio paraense, no ar desde 1972. O programa esteve em três emissoras, duas comerciais e uma pública: na Rádio Clube do Pará (1972-1982), uma das mais antigas emissoras do estado do Pará, com mais de 90 anos de existência; na emissora Cidade

<sup>4</sup> Disponível em: <[www.portalcultura.com.br/node/470](http://www.portalcultura.com.br/node/470)>. Acesso em: 22 jul. 2019.

Morena FM (1982-1984); e, por último, desde 1984 até os dias atuais, está abrigado na Rádio Cultura, primeiro na Onda Tropical e, a partir de 1986, na FM. Nossa intenção é compreender como o programa se organiza para continuar configurando sentidos junto aos ouvintes e como são estabelecidas as relações interativas entre *Feira do Som* e ouvintes.

Nesse contexto, observamos a dinâmica existente na construção das relações comunicativas entre o programa e os ouvintes, considerando que a comunicação não é uma prática apartada da dinâmica da sociedade, ao contrário, é uma das práticas que dá a ver essa dinâmica e as forças que a impulsionam.

É relevante destacar o papel das emissoras públicas que ainda figuram como um diferencial quando comparadas às emissoras comerciais, pois oferecem produtos com características mais específicas da realidade em que estão inseridas, informações de interesse público e com viés educativo (COSTA; MEDEIROS, 2015), podendo construir possibilidades de gerar intimidade e relação afetiva mais estreita com os ouvintes, mesmo a despeito de algumas críticas, quando identificado o caráter político dado a essas emissoras pelos sucessivos grupos de poder, no caso do Estado do Pará, denominado, segundo Castro (2012), de ethos dominante dos grupos hegemônicos, que se manifesta quando ocorre a apropriação da emissora para atender aos interesses desses grupos.

Como visada teórica e metodológica, recorreremos aos estudos de Paes Loureiro e Paul Ricoeur. De Loureiro (2007), cunhamos a discussão sobre a conversão semiótica, entendendo-a como um processo de mudança de função ou de significação dos fatos da cultura, operado a partir da cenarização da linguagem. A conversão semiótica é possibilitada pelo pensamento simbólico, em que a recepção da realidade se dá por meio de significações que se atribuem aos fatos ou eventos. Segundo Loureiro (2007, p. 16), "a conversão

semiótica resulta em um modo de compreender a realidade de forma dinâmica e concernente ao seu sistema processual de mudanças”.

Com Ricoeur (2010), refletimos sobre a narrativa construída por Edgar Augusto, idealizador e locutor da *Feira do Som*. Por exemplo, quando compomos uma narrativa, nós, na condição de sujeitos narradores, estruturamos tempo e ações subjetivamente. Nesse processo de contar, alguns acontecimentos se destacam, enquanto outros perdem destaque e até desaparecem (COIMBRA, 1993 apud CARVALHO, 2010). Esse processo, ocorre na ficção, mas também nas narrativas factuais, como a histórica e até a jornalística.

O tempo é o elemento central na tessitura da intriga, entendida por Ricoeur (2010) como uma imitação da ação, ou a transferência da ação do mundo da vida cotidiana para o mundo da narrativa. O conceito de ação em Ricoeur (2010) é relevante na análise da *Feira do Som*, porque diz respeito à coletividade. Segundo o autor, a ação vai sempre em direção ao outro, agir é agir com o outro, em um ciclo que se fecha apenas na interação.

A partir dessa compreensão, fazemos uma abordagem centrada na entrevista em profundidade, com o idealizador/locutor da *Feira do Som*<sup>5</sup>, assim como uma análise descritiva do programa. A entrevista foi realizada em dois momentos, com intervalo de dois anos: fevereiro de 2017 e julho de 2019, com o objetivo de compreender a lógica de produção e relação com o público. Além disso, ouvimos 23 (vinte e três) edições do programa durante o mês de janeiro de 2018<sup>6</sup>, para interpretar sua composição, e analisamos as expressões, os jargões, a participação do público e os quadros. É importante destacar que a escuta dos programas teve a finalidade de perceber a construção narrativa como um todo, não suas particularidades, ou seja, o que

---

<sup>5</sup> Essa reflexão faz parte do projeto de pesquisa em andamento “A construção da memória social de Belém”, que objetiva analisar, a partir do programa *Feira do Som*, como a memória social de Belém é construída, tendo em vista o público paraense.

<sup>6</sup> As edições fazem parte do acervo do projeto de pesquisa “A construção da memória social de Belém”, desenvolvido na Universidade Federal do Pará.

cada dia o programa apresenta, pois a narrativa da *Feira* é um *continuum*, sem alterações no seu roteiro. Também usamos como material de apoio, para a construção deste artigo, os vídeos de entrevistas com a produção da *Feira* disponíveis na plataforma online *Youtube*<sup>7</sup>.

## **Construção da memória social: o caso da Rádio Pública Paraense**

Cada cidade tem uma imagem e identidade próprias, que podem ser percebidas nas sonoridades e que pertencem a um espaço-tempo específicos. O som representa a vida social, podendo trazer consigo imagens simbólicas (DURAND, 2001). Assim, identificamos Belém como uma cidade sonora. Lugar cheio de paisagens que remetem ao poético e afetivo, compostas pelos múltiplos sons que constituem o cotidiano e ajudam a dimensionar a sua memória social. Vivemos essa experiência nas cenas que são comuns no dia a dia da capital paraense: o falatório da feira do Ver-o-Peso, o tecnobrega ou as aparelhagens nas periferias da cidade, os carros de som que rodam pelas ruas anunciando produtos, os festivais de música clássica, os gritos de "lá vem a chuva" e "cuidado com a manga", os incentivos, que saem das caixas de som espalhadas pela cidade, aosromeiros de Nossa Senhora de Nazaré durante o Círio, gritando "Viva Nossa Senhora!" ou entoando os cânticos nas treze procissões e romarias.

Nesse sentido, os sons são elementos que ajudam a compor o cenário da cidade, revelando características culturais das sociabilidades dos belenenses, e as emissoras de rádio têm papel decisivo nessa composição. Assim, a sonoridade constitui-se em componente cultural importante, uma vez que ela expressa as manifestações diárias das pessoas nos seus diferentes afazeres quotidianos.

---

<sup>7</sup> Os dois vídeos disponíveis no *Youtube* com entrevistas e informações sobre a *Feira do Som* foram utilizados para a construção do artigo: <<https://www.youtube.com/watch?v=SzMi-TymF3I&t=57s>> e <<https://www.youtube.com/watch?v=CFoGFZX1Kms&t=98s>>

E é por meio do rádio que Costa (2015) identifica a "mestiçagem cultural" da chamada "Cidade das Mangueiras", nome carinhoso de Belém, pois são incorporados elementos eruditos, folclóricos e massivos, sons e batidas dos mais variados matizes, que simbolizam a rica mistura da história dos seus moradores. Segundo o autor, desde a década de 1950, a rádio paraense tem representado esse rico cenário da diversidade musical na sua programação. A *Feira do Som* nasceu e apareceu com esta proposta, de ser uma feira que oportuniza uma variedade de músicas de todos os períodos, do clássico ao moderno (PROENÇA, 2019).

O programa, na atualidade, integra uma emissora pública, com viés educativo, sendo uma das maiores da capital paraense e da região amazônica: a Rádio Cultura FM. Antes disso, é importante dizer que a Cultura FM foi precedida pela Rádio Cultura Onda Tropical, que marcou o início da política pública de comunicação do Governo do Pará, num momento em que o discurso de integração da Amazônia se destacava, pois as distâncias geográficas e a falta de infraestrutura dificultavam a fiscalização da vida dos cidadãos (COSTA; MEDEIROS, 2015).

A Cultura FM entrou no ar pela primeira vez em 1985, como uma proposta alternativa às rádios comerciais. Sua grade musical priorizava composições paraenses, do popular ao erudito (COSTA; MEDEIROS, 2015), e tinha como objetivo valorizar a manifestação e produção amazônica, promovendo um jornalismo regional a fim de preservar a 'Identidade Cultural Paraense'.

Lembramos que o contexto da redemocratização do país e a Constituição de 1988<sup>8</sup> contribuíram para o aparecimento de produtos midiáticos preocupados com a participação do público. A programação tinha mais participação e a 'cara' do público local, assim como a valorização dos artistas paraenses. Somado a isso, Belém vivia uma geração que pretendia

---

<sup>8</sup> Considerada uma Constituição Cidadã por representar um marco democrático da garantia das liberdades civis, dos direitos dos brasileiros e dos deveres do Estado.

regionalizar o conteúdo cultural (CASTRO, 2011), que teve seu protagonismo usurpado, tanto nos produtos de mídia tradicional (DUTRA, 2009), quanto nos relatos que remetem ao período colonial, que representavam os sujeitos amazônidas como passivos diante do grande lugar de possibilidades que era a Amazônia (COSTA, 2011).

A proposta da *Feira* era inovadora, falar sobre produção musical local e configurar sentidos que pudessem ser compartilhados pelo público paraense, dando voz àqueles que eram invisíveis à indústria fonográfica, além de dialogar com ritmos que estavam fora da cena musical de massa. Após vários anos no ar, os jargões, o formato, os quadros e a forma de narrar foram cristalizando-se até se tornarem tradicionais. Lembremos o que diz Ricoeur (2010) quando reflete sobre a tradição e inovação, não como polos necessariamente opostos, mas complementares, no sentido de que a tradição seria a inovação sedimentada.

A inovação é fruto da imaginação criadora e produtiva, mas está assentada em modelos e paradigmas tradicionais, dentre os quais está a própria linguagem. Porém, por meio da inovação, propiciada pela imaginação e por uma fuga do padrão, surge o original, a novidade. Edgar Augusto representava, à época do surgimento do programa, um anseio pelo novo, por retratar o que acontecia no universo musical regional que o cercava e que, até então, era invisibilizado e suplantado pelos conteúdos musicais internacionais. A inserção do quadro de interação com o público também adicionou à configuração do programa um caráter inovador, tanto de reforço da narrativa, pela união de vozes diferentes e de novos componentes heterogêneos, quanto de construção de sentido temporal, visto que há uma tentativa de contribuir com a operação de configuração empreendida por Edgar.

O idealizador do programa narra a música em um contexto cultural, histórico e social. As informações são veiculadas levando em consideração as

premissas do jornalismo de apuração e noticiabilidade. Para Proença (2019), o diferencial está na informação detalhada e na relação com o público.

### ***Olá Edgar! Agora é a hora da Feira, da Feira do Som!!***

Nos moldes de um jornal musical, foi na Rádio Clube do Pará, uma rádio AM das mais antigas do país, que a *Feira do Som* fez sua primeira transmissão, em 1972. A rádio pertencia à família do jornalista Edgar Augusto (PROENÇA, 2017<sup>9</sup>). As rádios locais, naquele momento, contavam com músicas estrangeiras e especialmente com ritmos latinos (COSTA, 2015).

O objetivo era fazer jornalismo musical para dar visibilidade à produção e aos artistas paraenses (FUNTELPA, 2007). Para isso, o jornalista inspirou-se no programa *Pocket Show*, apresentado por Rosenildo Franco na Rádio Clube, entre 1968 e 1969 (FUNTELPA, 2007).

Depois da venda da Rádio Clube do Pará, a *Feira do Som* passou a ser transmitida pela Cidade Morena FM. Lá, ficou pouco tempo, pois a linha editorial era mais jovem e comercial. Com a inauguração da Rádio Cultura FM, a *Feira do Som* passou a fazer parte da programação aos sábados durante duas horas em 1986 (FUNTELPA, 2007). Em um mês, passou a ser diário e segue até hoje. Pode ser sintonizado de segunda a sexta-feira, de meio-dia a duas horas da tarde, na cidade de Belém e região metropolitana.

O programa é ao vivo e começa com o locutor apresentando uma música inédita na *Feira do Som*. Edgar Augusto mescla músicas regionais com sons que tocam pelo mundo. São vinte músicas por dia, as quais intercala com comentários sobre a produção e curiosidades gerais. Para o finalzinho, ficam os quadros fixos do programa, quando tocam “músicas antigas, dos tiosões, músicas das décadas de 1960, 1970” (PROENÇA, 2019). O quadro é acompanhado de uma vinheta chamada “horário sagrado dos titios”, com um *background* de fundo. Logo depois segue o quadro no “Cantinho dos

---

<sup>9</sup> Entrevista com Edgar Augusto Proença, idealizador e locutor da *Feira do Som*, concedida a uma das autoras deste artigo em fevereiro de 2017.

*Beatles*”, com duas músicas do quarteto, que podem ser da carreira solo de um dos integrantes ou interpretações de outros artistas de canções consagradas. Esse quadro surgiu a pedido dos ouvintes, quando o programa passou à Rádio Cultura FM (PROENÇA, 2019). Nesse momento, o locutor se aproxima dos que gostam da música dos *Beatles*, sendo que muitos dos fãs mais assíduos têm seu nome citado pelo Edgar ao final do quadro. O terceiro quadro é o elo direto com o ouvinte. É por meio das perguntas de Grisolho Couto que o ouvinte interage com a *Feira*. Depois da primeira música, um questionamento sobre a cidade de Belém é lançado pelo apresentador, oferecendo prêmio a ser sorteado entre as pessoas que acertarem a resposta. As perguntas mexem com a memória do ouvinte. Observamos que esses lugares lembrados ou demarcados pelo locutor são ressignificados entre passado e presente, na medida em que “o pensamento simbólico atribui a fatos da natureza a condição de causa de fenômenos, unifica a pluralidade, no devir de um todo intimamente relacionado com realidade e imaginação” (LOUREIRO, 2007, p. 15). Nas vinte e três edições analisadas, observamos a figura marcante do apresentador, que, por vezes, confunde narrativa e narrador, em que “a identidade do narrador, o grau e a maneira pela qual essa identidade está indicada no texto, e as escolhas que estão implicadas garantem ao texto o seu caráter específico” (BAL, 1985, p. 120).

O quadro mais antigo do programa, “No cantinho dos *Beatles*”, exemplifica como ocorre a construção de uma memória social e afetiva a partir de uma identidade coletiva, pois, para sociabilizar e criar afeto, é preciso lembrar e se sentir pertencente ao grupo, já que a memória enquanto indivíduo é condicionada a padrões coletivos e ao pertencimento em sociedade. Entendemos afetar, aqui, como comover, mexer com sentimentos ou provocar modificação no ser (RIBEIRO, 2013). Somos afetados quando passamos a sentir e a pensar diferente da forma anterior de ter sido afetado, ou, como nos

diz Paes Loureiro (2007, p. 17), “o homem simboliza onde quer que ele esteja e, com isso, atualiza e enriquece as relações com a realidade”.

A priori, aquilo que poderia não fazer sentido para os ouvintes mais jovens, quando o locutor se utiliza quase sempre de uma Belém do passado, é convertido semioticamente para o presente, por ressignificações, com uma mudança de qualidade do signo ou como

o movimento de uma passagem pela qual as funções se reordenam e se exprimem em uma outra situação cultural. A mudança de qualidade simbólica em uma relação cultural. Na cultura amazônica, a conversão semiótica para o estético, segundo a qual as funções se reordenam e se exprimem pela formação ressimbolizada e sobre a qual recai a contemplação (LOUREIRO, 1995, p. 39).

É a partir desse lugar de sociabilidade e da afetividade que é construída uma memória social de Belém, memória que a *Feira do Som* ajuda a compor. Além de rememorar a vivência de quem esteve nessa cidade de outrora, aguça a curiosidade de quem vive as mudanças e transições da Belém atual.

Essa configuração de memórias está relacionada às ações sintetizadas na narrativa. Ao pensar na ação, recorreremos às mímese ricœurianas (RICOEUR, 2010). A primeira delas, e a que nos interessa neste momento, é um componente cultural da ação, ligado aos elementos simbólicos que aprendemos socialmente enquanto vivemos. É a partir dela que concluímos se uma ação é digna de nota ou não. Para um comunicador como Edgar Augusto, essa percepção é imprescindível, pois é necessário perceber os caracteres estruturais, simbólicos e temporais de uma ação, para que ela faça sentido dentro da configuração do programa e, assim, possibilite a seleção daquilo que desperta o interesse de seus ouvintes.

## **A reconfiguração narrativa da *Feira do Som***

O programa *Feira do Som* passou a fazer parte do cotidiano dos belenenses. São quarenta e sete anos ininterruptos. Sua produção permite perceber a tessitura de laços afetivos entre os ouvintes e o programa, em razão dos próprios interesses estabelecidos entre ambos (sensoriais, ideais,

conscientes, inconscientes, momentâneos, duradouros etc.), os quais se alinham a uma rede com os mesmos interesses, o que forma a base da sociedade (SIMMEL, 2006).

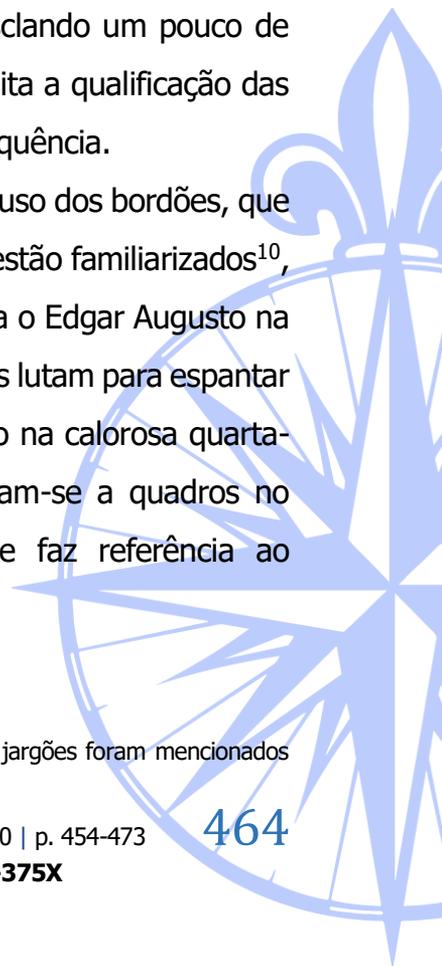
Nos primeiros anos da *Feira*, o processo de interação não tinha espaço no programa, pois, segundo Edgar Augusto (PROENÇA, 2019), ele fora pensado como um jornal musical que noticiava a produção do mercado fonográfico da época. Ao selecionar as músicas, era necessário criar uma relação de sentido de sua divulgação, programa e público. Nessa perspectiva, o papel do jornalista musical se assemelha ao de um *gatekeeper*, conforme designação de Nunes (2011), que filtra as produções da indústria musical ao fazer a seleção dos artistas e estilos musicais sobre o qual vai escrever ou falar. Assim ele se torna uma figura de referência na área e pode apresentar novos artistas, reverenciar antigos, influenciar gostos e ditar tendências para seus ouvintes.

Torres Silva (2014) afirma que um jornalista musical muitas vezes pode-se converter em um perito, possibilitando o surgimento de um discurso híbrido, que transita entre o jornalismo e a crítica musical, mesclando um pouco de gosto pessoal ao texto jornalístico. Isso também possibilita a qualificação das músicas e dos artistas, recurso que Edgar utiliza com frequência.

Além da qualificação, o programa é marcado pelo uso dos bordões, que atravessam décadas, e com os quais muitos ouvintes já estão familiarizados<sup>10</sup>, muitos deles relacionados ao dia da semana, como: "Fala o Edgar Augusto na preguiçosa e modorrenta segunda-feira. Dia em que todos lutam para espantar os 'ais' e 'uis' do fim de semana"; "Fala o Edgar Augusto na calorosa quarta-feira, dia de abrir a primeira". Outros jargões relacionam-se a quadros no programa, como "Beatlemaníacos empedernidos", que faz referência ao

---

<sup>10</sup> Em pesquisa prévia, feita pelas autoras na rede social Facebook, vários jargões foram mencionados pelos ouvintes do programa.



*Cantinho dos Beatles*, assim como o “Do tempo dos titios”, que alude às músicas antigas.

É importante destacar que o programa tem um critério de seleção subjetivo, baseado no gosto do produtor e de suas escolhas pessoais, que geralmente, excluem ritmos das periferias de Belém, assim como músicas populares ou massivas. A programação atende mais uma elite cultural.

Nas edições analisadas, observamos um forte caráter saudosista, evidenciado pelo quadro de perguntas sobre Belém de outros tempos, a familiaridade dos jargões repetidos ao longo dos anos e de uma programação estabelecida, cujos sentidos são compartilhados pelos ouvintes. Essa construção familiar evoca a memória e uma série de referenciais simbólicos. Ricoeur (2010), ao falar de construção narrativa histórica, menciona a concordância discordante, que pode aplicar-se a um programa que faz e acompanha a história, mantendo-se no ar há tantos anos.

A concordância discordante é uma tentativa de se conjugarem várias temporalidades e ações subjetivas em uma narrativa comum. Nesse caso, a temporalidade do locutor com as temporalidades dos ouvintes são configuradas de forma comum pela narrativa do programa, que seleciona ações do tempo cronológico, convertendo-as em intriga no tempo configurante, que é o próprio tempo narrativo.

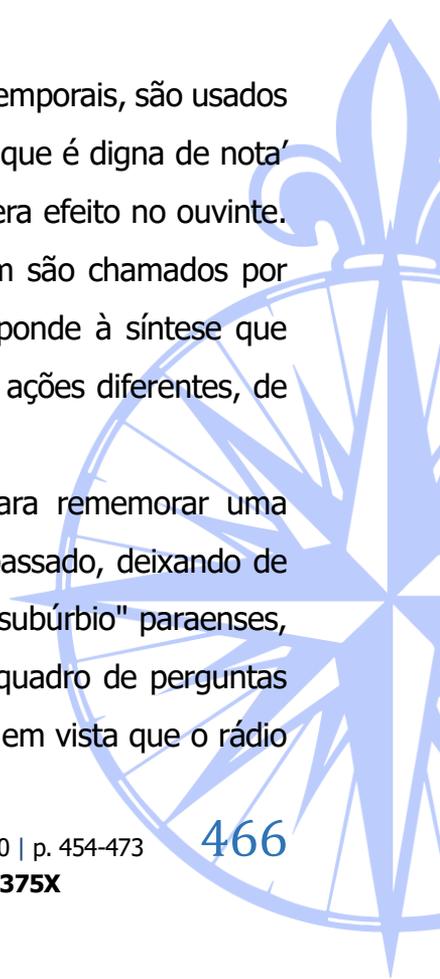
A temporalidade do programa evoca um saudosismo e uma proposta de resgate de memórias da cidade de Belém, porém, apesar disso, essa temporalidade não possui, por si mesma, uma relação de equivalência com o passado. Ela, de fato, constrói uma nova temporalidade, inscrita no tempo do narrado, no qual há uma operação de configuração da intriga (RICOEUR, 2010), com uma seleção de fatores heterogêneos, como eventos, artistas, músicas, lugares e circunstâncias, que não necessariamente possuem ligação no mundo da vida, podendo, inclusive, nunca terem se encontrado ou possuírem qualquer relação histórica, mas que, quando sintetizadas dentro da narrativa, passam a fazer sentido, de maneira lógica e verossímil.

Esses fatores heterogêneos, ao serem convocados pelo narrador para compor a intriga, conectam-se e tecem uma teia de significados compartilhados entre programa e ouvintes. Assim, a história passa a ser percebida como formando um todo e compartilhando sentidos que possuem os mesmos referenciais simbólicos, refletidos nos jargões, nas expressões, no ordenamento de quadros, repetidos, dia após dia ao longo de décadas, evocando a familiaridade de uma temporalidade narrativa concordante.

A dimensão simbólica da ação está inserida no contexto cultural, faz sentido quando articulada com as normas, os símbolos, os códigos culturais partilhados entre os ouvintes e o locutor. Ela é observada nos quadros que possuem um componente emocional mais forte, que cria vínculo entre as pessoas, pois trabalha com elementos de identificação do público-ouvinte ou que tem interesse pela questão musical. Do mesmo modo, é essa dimensão simbólica, "a mediação e o encontro através do simbólico, a utilização de uma linguagem (um campo de estruturação e de passagem do sentido) que marca a especificidade da relação comunicativa frente a outras formas de relação" (FRANÇA, 2018, p. 171).

Todos esses caracteres, estruturais, simbólicos e temporais, são usados na configuração narrativa e servem de seleção da 'ação que é digna de nota' em detrimento da que pode ser dispensada, que não gera efeito no ouvinte. Essa escolha e o ato de colocar essas ações em ordem são chamados por Ricoeur (2010) de síntese do heterogêneo, que corresponde à síntese que coloca no mesmo contexto, época e cenário, agentes e ações diferentes, de modo que façam sentido para quem ouve a narrativa.

As perguntas, no programa, são conduzidas para rememorar uma capital que viveu um tempo "grandioso" que ficou no passado, deixando de lado a memória de bairros periféricos e as músicas do "subúrbio" paraenses, como tecnobrega, melody e brega. Entretanto, é esse quadro de perguntas que faz os ouvintes interagirem com o programa, tendo em vista que o rádio



detém “o poder de transmitir uma sensação de cotidianidade através da facilidade de se transpor e recriar a realidade [e, por isso,] confere ao meio uma capacidade de engendrar vínculos com a sua audiência” (KROTH, 2010, p. 146 grifo nosso); a geração desses vínculos remete ao princípio comunicacional de tessitura de laços afetivos (BAITELLO JUNIOR, 2013; VENTURA, 2017) e a uma sociabilidade (SIMMEL, 2006). Isso porque é a oralidade e a conversação do rádio que permitem uma intimidade com o público (JOST, 2010). Ou, então, “a palavra mediada ganha referenciais simbólicos e se insere no sistema das representações entre aquilo que é veiculado e o que é escutado, contexto que envolve o conhecimento de mundo, repertório lexical e semântico, além da experiência estética do ouvinte” (GOMES, s/p).

O rádio tem público rotativo, um público que muda de frequência em busca de estilos musicais que agradem, mas a *Feira do Som* tem um fenômeno vinculativo, do qual os indivíduos sentem-se parte integrante, como um encontro, um espaço-temporal mediatizado no qual as pessoas reúnem-se. De acordo com a produtora do Programa, Alessandra Caleja, em entrevista ao Portal Cultura<sup>11</sup>, alguns dos ouvintes já interagem com tanta frequência e há tanto tempo, que ela os reconhece pela voz. Já Edgar (PROENÇA, 2019) confessa que tem ouvintes passando de geração em geração.

Por mais pessoal que a memória seja, é construída socialmente (HALBWACHS, 1990) e dividida (PORTELLI, 1997). Para viver em sociedade, o indivíduo cria laços sociais e afetos, busca memórias em comum, afinidades, constrói uma identidade pessoal com interferência coletiva, já que são os grupos sociais que determinam o que deve ser e como deve ser lembrado (HALBWACHS, 1990). Essa construção de sentidos, memórias e vivências coletivas marcam as experiências pessoais de muitos ouvintes. Segundo Ricoeur (2000), não apenas a memória coletiva está associada a uma

<sup>11</sup> Disponível em: <<https://www.youtube.com/watch?v=Cf0GFZX1Kms>>. Acesso em: 22 jul. 2019.

experiência social, devemos nos questionar se nossas memórias individuais, privadas, não seriam também elaboradas no coletivo, visto que são configuradas, em boa parte, dentro de produtos erigidos pelas estruturas sociais, como a linguagem.

[...] uma recordação diz-se na língua materna, a língua de todos, as nossas recordações mais antigas, as da nossa infância, representam-nos associados à vida dos outros, em família, na escola e na cidade; é muitas vezes juntos que evocamos um passado partilhado (RICOEUR, 2000, s/p.)<sup>12</sup>.

A linguagem como reflexão ontológica, o compartilhamento de experiências e vivências e o diálogo de consciências estão presentes no processo de encontro com um texto, seja ele lido ou ouvido, e se tornam muito mais complexos quando esse processo, normalmente solitário, torna-se coletivo e dinâmico. Podemos trazer essa experiência para o processo de interação com uma narrativa no rádio, em que há um diálogo de consciências, uma interpretação similar ao que Martino (2010) atribui ao processo de leitura, como uma atividade transformadora dos indivíduos, que modifica ambas as consciências, a que fala e a que escuta, enquanto também produz interpretação, em um processo ativo, provocado, nesse caso, pelo programa, a partir das frases e dos bordões do Edgar, das perguntas e respostas, da construção da narrativa musical.

Nesse processo de produção e troca de sentidos, nem o locutor, nem o ouvinte saem os mesmos depois de se depararem um com o outro, visto que essa troca coloca em diálogo várias singularidades e universos distintos, que ora se permeiam, ora se chocam, ora conflitam, ora convergem, em um discurso mútuo, construído na interação coletiva, inserida no contexto cotidiano da cidade de Belém.

Edgar, ao utilizar em sua narrativa esse hibridismo de gênero, que mescla o jornalista com o fã dos *Beatles* e conhecedor de música, que faz

---

<sup>12</sup> Texto apresentado em Praga, em outubro de 2000, no Congresso da Federação Internacional da Acção dos Cristãos para a Abolição da Tortura.

referência a tempos presente e passado a partir do seu próprio filtro de gosto, trabalha “um jogo de linguagem situado entre a narrativa da história (realista) e a literária (imaginativa)” (MOTTA, 2013, p.200). Esse jogo permite que ele faça desvios textuais da narrativa mais direta do jornalismo e se aproxime do ouvinte, por meio de uma linguagem que, segundo Motta (2013, p. 203) produz “efeitos estéticos de sentido” e, intencionalmente ou não, evoca no ouvinte sentidos poéticos e simbólicos.

Tal movimento investigativo nos fez perceber como a *Feira do Som* incorporou ou internalizou as mudanças ocorridas na sociedade ao longo de sua existência, levando em conta, conforme França, que os meios não obedecem a diretrizes que estão fora deles, mas “tais diretrizes se encontram dentro dessas práticas, pois o social apenas existe nas diferentes instâncias e ações que compõem a vida social” (FRANÇA, 2018, p. 170).

Ao longo desses anos, a principal transformação do programa foi a relação interativa com o público, pois o locutor passou a falar *com* e não apenas *sobre* alguém que ouve e dialoga com as produções da *Feira*. A figura do locutor, segundo Proença (2019), é importante para a construção do vínculo com o público, tendo em vista que uma intimidade foi sendo construída ao longo desses anos. Diariamente, o público escuta a mesma voz e se identifica, inclusive repete junto ao Edgar as frases já conhecidas, criando, assim, conforme escreve Bianco (2018, p. 112), “uma experiência social subjetiva de acolhimento, proximidade, intimidade e conexão com seu entorno de forma peculiar”. O programa diário atravessa quase cinco décadas unindo gerações, tanto pela temporalidade, quanto pelo compartilhamento da vivência cotidiana de Belém, sem deixar de fazer jornalismo musical.

## **Considerações finais**

A *Feira do Som* foi analisada a partir de uma visada teórica e metodológica de Paes Loureiro e Paul Ricoeur, que apresentam e discutem os conceitos de conversão semiótica e narrativa, respectivamente. Tais elementos nos levam a observar um ajustamento na re-hierarquização de seu significado

simbólico. Se antes o programa centrava sua narrativa ou produção no locutor e suas preferências de *falar para*, na atualidade, alterou sua dominância e objetiva *falar com*, na intenção de estabelecer relações interativas com os ouvintes. Sua inovação se pauta muito mais numa mudança simbólica, que altera a recepção conceitual de sua prática e sua mobilidade de seu lugar na cultura, em que o ouvinte e sua localização adquirem papéis centrais nessa produção. Houve um reforço da narrativa, pela união de vozes diferentes e de novos componentes heterogêneos, quanto da construção de sentido temporal, visto que há uma tentativa de se contribuir com a operação de configuração empreendida por Edgar, o locutor e idealizador do programa.

Por outro lado, e ao mesmo tempo, observamos uma permanência ou linearidade na narrativa da *Feira do Som*, com poucas transformações do narrador Edgar Augusto, cuja participação é explícita no texto, com comentários, opiniões, digressões, de modo que não é possível demarcar precisamente onde termina o narrador e começa a narrativa.

O programa busca ressignificar seus sentidos, usando signos que estabelecem relações contextuais e culturais com os ouvintes, pois toda mudança material, pensando nos recursos tecnológicos de transformação da realidade dos meios de comunicação e dos indivíduos, é correlata a uma mudança simbólica na sociedade. Nesse sentido, a conversão semiótica operada constitui-se de uma compreensão da realidade de forma dinâmica e concerne ao seu sistema processual de mudanças; além disso, participa da compreensão da realidade dos objetos, que mudam de significação quando são percebidos pelo indivíduo e condicionados pela complexidade das diferentes situações socioculturais que passam a ocupar. Assim explica Loureiro (2007, p. 16): "trata-se, inicialmente, de uma forma de recepção compreensiva e, só depois, transforma-se em condição explicativa". Diante disso, depreende-se que percepção e compreensão são fundamentais nesse processo de conversão, considerando a diversidade dinâmica real e simbólica de suas

relações com a realidade que exige uma compreensão também dinâmica e diversa dessas relações.

Portanto, o programa *Feira do Som*, mesmo abrigado numa emissora de rádio tradicional, de caráter educativo, conseguiu, em quase 50 anos de existência, estabelecer uma relação de inovação frente às novas modalidades de rádio e de programação. Acreditamos que essa longevidade se configura a partir de alguns elementos centrais, entre eles: a) a informação na valorização do conteúdo musical, que se constitui num diferencial, pois não é a música pela música, mas uma produção que tem história e contexto cultural e social; b) os produtos da comunicação pública têm possibilidades de construção de conteúdo e de público para consumo e modalidades específicas, sem a preocupação com o percentual de audiência; c) o programa se estabelece como importante espaço de divulgação e comunicação dos artistas locais; d) a programação inova ao mesclar jornalismo cultural e musical, assim como quando brinca com a imaginação criadora e produtiva, assentada em modelos e paradigmas tradicionais, como a própria linguagem; e) a criação da possibilidade de construção de uma memória social a partir dos quadros existentes, estabelecendo relações de identificação com o público local; e f) a conexão de uma experiência estética entre a cena musical e a cidade de Belém, resultando na criação de uma relação simbólica com a cenarização, a partir da linguagem, com o imaginário do ouvinte.

Apesar da sonoridade existente na cidade de Belém, o programa é alicerçado num critério de seleção subjetivo, baseado no gosto do produtor e de suas escolhas, que excluem ritmos latentes e que marcam a vida social das periferias belenenses, como as aparelhagens e os tecnobregas. Apesar de o programa ser vendido como *Feira*, com diversidade musical, o som do “subúrbio” ainda está ausente. A programação faz parte de uma elite cultural, mesmo que o discurso proponha a ideia de uma mestiçagem musical, com incorporação de sons populares e eruditos, mas esse popular não é periférico, tampouco massivo.

## Referências

- BAITELLO JUNIOR, Norval. **As núpcias entre o nada e a máquina**. As notas sobre a era da imagem em lugar do corpo. CISC. 2013. Disponível em: <<http://www.cisc.org.br/portal/pt/biblioteca/viewcategory/7-baitellojunior-norval.html>>. Acesso em: 30 jun. 2018.
- BAL, Mike. **Teoría de la narrativa**: una introducción a la narratología. Tradução de Javier Franco. Madrid: Cátedra, 1985.
- BIANCO, Nelia Del. Rádio e memória do cotidiano. **Revista Brasileira de História da Mídia**, v. 7, n. 1, p. 11-123, jan./jun. 2018.
- CARVALHO, Carlos Alberto de. **A tríplice mimese de Paul Ricoeur como fundamento para o processo de mediação jornalística**. Trabalho apresentado ao Grupo de Trabalho "Estudos de Jornalismo". ENCONTRO DA COMPÓS, 19., Rio de Janeiro: PUC, jun. 2010.
- CASTRO, Fábio Fonseca de. **Entre o mito e a fronteira**: estudo sobre a figuração da Amazônia na produção artística contemporânea de Belém. Belém: Labor Editorial, 2011.
- CASTRO, Fábio Fonseca de. Comunicação, identidade e TV pública no Pará. **Em Questão**, Porto Alegre, v. 18, n. 2, p. 149-167, jul./dez. 2012.
- COSTA, Alda Cristina; MEDEIROS, Rosana. Rádio Cultura FM: 30 anos de comunicação pública na Amazônia paraense. **Revista Brasileira de História da Mídia (RBHM)**, v. 4, n. 1, jan./ jun. 2015.
- COSTA, Antônio Maurício Dias da. **Cidade dos sonoros e dos cantores**: estudo sobre a Era do Rádio a partir da capital paraense. Belém: Imprensa Oficial do Estado, 2015.
- COSTA, Vânia Maria Torres. **'À sombra da floresta'**: os sujeitos amazônicos entre estereótipo, invisibilidade e colonialidade no telejornalismo da Rede Globo. 2011. 290 f. Tese (Doutorado em Comunicação Social) – Instituto de Artes e Comunicação Social, Universidade Federal Fluminense, Rio de Janeiro, 2011.
- DURAND, Gilbert. **As Estruturas Antropológicas do Imaginário**. São Paulo, Martins Fontes, 2001.
- DUTRA, Manuel Sena. **A natureza da mídia**: os discursos da TV sobre a Amazônia, a biodiversidade, os povos da floresta. São Paulo: Annablume, 2009.
- FRANÇA, Vera Veiga. Sociabilidade: implicação do conceito nos estudos da comunicação. In: **Produção de sentidos e tecnologia**: estudos contemporâneos em comunicação. Flávia de Almeida Moura et.al (orgs). São Luís: EDUFMA, 2018.
- FUNTELPA. **Fundação de Telecomunicações do Pará**: 30 anos construindo a história da comunicação pública no Pará. Belém: Funtelpa, 2007.
- GOMES, Adriano Lopes. **O rádio e a experiência estética na constituição do ouvinte**. Disponível em:

- <<http://www.bocc.ubi.pt/pag/gomes-adriano-radio-experiencia-estetica.pdf>>. Acesso em: jul. 2019.
- HALBWACHS, Maurice. **A memória coletiva**. São Paulo: Vértice, 1990.
- JOST, François. **Compreender a televisão**. Porto Alegre: Sulina, 2010.
- KROTH, Maicon E. Contratos de leitura: narrativas do cotidiano como estratégia de captura da recepção no rádio. In: FERRARETTO, Luiz Artur(Org.). **E o rádio?: novos horizontes midiáticos**. Porto Alegre: Edipucrs, 2010, p. 142-156.
- LOUREIRO, João de Jesus Paes. **A conversão semiótica: na arte e na cultura**. Belém: EDUFPA, 2007 (Edição trilingue).
- LOUREIRO, João de Jesus Paes. **Cultura Amazônica: uma poética do imaginário**. Belém: Cejup, 1995.
- MARTINO, Luís Mauro Sá. **Comunicação e identidade: quem você pensa que é?**. São Paulo: Paulus, 2010 (Coleção Comunicação).
- MOTTA, Luiz Gonzaga. **Análise crítica da narrativa**. Brasília: Editora Universidade de Brasília, 2013.
- NUNES, Pedro. Os jornalistas de música e a indústria musical: entre o gatekeeping e o "cheerleading". **Trajectos**, Lisboa, v. 18, p. 53-69, 2011.
- PORTELLI, Alessandro. **Tentando aprender um pouquinho: algumas reflexões sobre a ética na História Oral**. Projeto História 15. São Paulo, 1997.
- PROENÇA, Edgar Augusto. **Entrevista concedida a uma das pesquisadoras**. Belém, fev. 2017.
- PROENÇA, Edgar Augusto. **Entrevista concedida a uma das pesquisadoras**. Belém, fev. 2019.
- RIBEIRO, Emiliania Pomariso. Micronarrativas afetivas: o tocar pelo invisível para uma comunicação visível. In: CONGRESSO BRASILEIRO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO, 36., 2013, Manaus. **Anais...** São Paulo: Intercom, 2013. p. 1-15.
- RICOEUR, Paul. Identidade frágil: respeito pelo outro e identidade cultural. In: **Les droits la personne en question**. Europa: FIACAT, 2000.
- RICOEUR, Paul. **Tempo e narrativa 1: A intriga e a narrativa histórica**. Trad. Claudia Berliner. São Paulo: WMF Martins Fontes, 2010.
- SIMMEL, Georg. **Questões fundamentais de sociologia**. Rio de Janeiro: Zahar, 2006.
- TORRES SILVA, Marisa. Jornalismo musical: estratégias enunciativas e retóricas. Contributos para uma análise discursiva. **Revista Comunicação Midiática**, v. 9, n. 1, p. 12-35, jan./abr. 2014.
- VENTURA, Jússia Carvalho da Silva. **Cartografia sensível: televisão, interação e afetividade entre o público e o programa Sem Censura Pará**. 2017, 132p. Dissertação (Mestrado em Ciências da Comunicação) – Programa de Pós-Graduação Comunicação, Cultura e Amazônia, Universidade Federal do Pará, Belém, 2017.



# RADIOJORNALISMO E OS VÁRIOS MODOS DA EXPERIÊNCIA SONORA: identidade, diversidade e pesquisa acadêmica nos novos contextos tecnológicos

**RADIOJOURNALISM AND THE VARIOUS MODES OF THE SOUND EXPERIENCE: identity, diversity, and academic research in the new technological contexts**

## ENTREVISTA | INTERVIEW

**Madalena OLIVEIRA | Universidade do Minho | Portugal**

**E**ntrevista concedida à **Revista Latino-americana de Jornalismo Âncora** por Madalena Oliveira, professora do Instituto de Ciências Sociais da Universidade do Minho e pesquisadora do Centro de Estudos de Comunicação e Sociedade. É doutora em Ciências da Comunicação pela Universidade do Minho (2007) e ensina habitualmente nas áreas de Semiótica, Linguagens e Jornalismo (especialmente Radiojornalismo). Seus interesses de investigação se situam no campo dos estudos de rádio e som, com particular enfoque na linguagem sonora e na produção de sentido a partir da experiência acústica. Coordena o projeto "Audire: guardar memórias sonoras", financiado pela Fundação para a Ciência e a Tecnologia (agência portuguesa de



financiamento das atividades científicas). Fundou em 2013 o Grupo de Trabalho de Rádio e Meios Sonoros da Associação Portuguesa de Ciências da Comunicação (Sopcom) e foi *chair* da Radio Research Section da European Communication Research and Education Association (ECREA), entre 2014 e 2018. É vice-presidente do Instituto de Ciências Sociais da Universidade do Minho (desde 2019) e vice-presidente da Sopcom.

ENTREVISTA

**Palavras-chave** | Radiojornalismo; Linguagem sonora; Experiência acústica; Estudos de rádio e som

**Keywords** | Radiojournalism; Sound language; Acoustic experience; Radio and sound studies

**ENTREVISTA REALIZADA EM 01 DE JUNHO DE 2020**  
**APROVADA EM 30 DE JUNHO DE 2020**



**Este dossiê reflete sobre as tendências e perspectivas do rádio e do radiojornalismo nos 100 anos de radiodifusão no Brasil. Na sua avaliação, existe um jornalismo de rádio? O que o difere dos outros modos do fazer jornalismo?**

**Madalena OLIVEIRA**

Universidade do Minho | Portugal

Eu costumo dizer que, enquanto narrativa do presente, só há um jornalismo. Qualquer que seja o meio – a imprensa, o rádio, a televisão ou mesmo a internet –, o jornalismo tem sempre a mesma vocação, aquela que o escritor português Eça de Queirós definia como o “ir lá e voltar para contar aos outros”. Por outro lado, os princípios por que se define a atividade jornalística também não são nem exclusivos de um tipo de veículo nem variáveis em função da plataforma em que se exprime. Nos jornais, no rádio, na TV ou na internet, o que distingue o jornalismo de qualquer outra atividade é a procura do novo, a perseguição da verdade, o interesse pelo singular e surpreendente que há nas histórias das pessoas. Não há, portanto, duas éticas

**A principal razão por que o rádio continua sendo um meio singular é a sua orientação para o ouvido. Ainda que hoje se fale da transfiguração do rádio na internet, onde ao som se pode associar imagem, o rádio de que falo continua sendo o rádio que se ouve.**

**Madalena Oliveira**  
Universidade do Minho

jornalísticas. O rigor, a independência, o respeito pela privacidade e pela diversidade cultural, o dever de prestar informação de qualidade... todos estes valores são universais para todos os jornalistas. O que há é várias estéticas jornalísticas. E aí, sim, podemos falar de um jornalismo de rádio, na medida em que se exercita numa linguagem distinta, porque exclusivamente sonora.

Se no passado poderíamos dizer que o jornalismo de rádio também se distinguia da imprensa (e em parte da televisão) por ser mais imediato, hoje, com a internet, essa já não é mais uma característica diferenciadora da produção radiofônica. É praticamente tão rápido colocar uma informação online como dizê-la ao microfone. A principal razão por que o rádio continua sendo um meio singular é a sua orientação para o ouvido. Ainda que hoje se fale da transfiguração do rádio na internet, onde ao som se pode associar imagem, o rádio de que falo continua sendo o rádio que se ouve. É nesse sentido que o jornalismo que se faz no rádio é diferente do jornalismo escrito ou audiovisual ou multimídia.

O jornalismo do rádio, na verdadeira acepção, é o jornalismo que dispensa a imagem e que concentra todo o poder narrativo na palavra e na experiência acústica. E isso não é apenas uma diferença de forma; é uma

diferença que impacta na maneira como produzimos sentido, como construímos o nosso imaginário, como conhecemos a realidade. Numa cultura essencialmente visual como a nossa, é indiscutível que a imagem é central nos processos de comunicação. Ela é fascinante, é sedutora, é apelativa, pode ser comovente, é de leitura aparentemente fácil. Mas o som também pode produzir imagens. São as imagens que cada um de nós origina mentalmente a partir dos ambientes acústicos em que nos movimentamos.

---

**O radiojornalismo não é só palavra falada. Tem sido cada vez mais um ateliê de artesanato sonoro.**

**Madalena Oliveira**  
Universidade do Minho

---

O jornalismo de rádio é um produto da aprendizagem do poder significativo do som. Nos primeiros anos da radiodifusão, liam-se os jornais aos ouvintes. Depois, foi-se percebendo que a escuta exige um delicado exercício da palavra simples, da frase curta e da coloquialidade. Porque fazemos outras coisas enquanto ouvimos, o jornalismo radiofônico – como toda a locução

radiofônica – reclama ritmo, entoação e expressividade. No rádio, o jornalista não lê notícias; fala as notícias. Como disse recentemente o radialista português Fernando Alves, o rádio “é uma casa de onde as palavras se fazem ao vento”. E para que o vento as leve é preciso que elas sejam ligeiras, o que não quer dizer simplistas; apenas que não tenham o peso que as impediria de dançar na memória.

Preferindo a palavra quotidiana e uma estrutura mais informal, o jornalismo de rádio presta-se também a ser mais generoso ou mais popular. Ele é – ou deve ser – tanto para a pessoa mais habilitada como para a menos instruída. E por ser também relativamente modesto do ponto de vista técnico, ele é ainda muito versátil, tem agilidade para a informação em direto e plasticidade para todos os gêneros jornalísticos, da notícia à reportagem ou da entrevista à crônica. O jornalista vê e conta o que vê, mas acima de tudo o que o jornalista de rádio faz é ouvir o acontecimento. Ouve pessoas, ouve lugares, e os dá a ouvir ao público, que bem podemos designar neste meio mais do que em qualquer outro de audiência (que quer dizer, primeiramente, ato de ouvir).

**ÂNCORA**

**Quais são as principais tendências do radiojornalismo?**

**Madalena OLIVEIRA**

Universidade do Minho | Portugal

A principal tendência, do meu ponto de vista, é a da crescente estetização sonora de alguns gêneros, nomeadamente da reportagem. A

476

aprendizagem da especificidade de uma linguagem para o rádio, de que eu falava antes, também tem criado uma maior sensibilidade para o valor expressivo do som. O radiojornalismo não é só palavra falada. Tem sido cada vez mais um ateliê de artesanato sonoro. E não é só porque dispomos hoje de ferramentas mais sofisticadas para a edição do som. Claro que isso é uma condição muito importante para a qualidade do trabalho que se realiza. É sobretudo porque há hoje uma maior consciência do potencial que tem a expressão sonora para produzir sentido.

Especialmente nos formatos mais longos, da grande reportagem, vamos encontrando cada vez mais trabalhos que têm um extraordinário valor em que se conjuga o relato da realidade com a experiência estética. Para além da narração dos fatos – que é a função primeira de todo o jornalismo –, o que o radiojornalismo também faz hoje, talvez mais do que no passado, é a assunção de que a informação sobre o que acontece também pode ser conhecida através das sensações. Nada disto se deve confundir com sensacionalismo, no entanto. Aliás, ao contrário da imprensa ou da televisão, o radiojornalismo raramente

**A produção de conteúdos jornalísticos em formato podcast é também uma tendência e uma oportunidade importante, numa estratégia de extensão do rádio tradicional para os novos contextos tecnológicos.**

**Madalena Oliveira**  
Universidade do Minho

terá sido acusado de sensacionalismo. A crítica fala de imprensa sensacionalista e de TV sensacionalista, mas não me lembro de se falar de rádio sensacionalista. Também haverá, mas o sensacionalismo, no sentido pejorativo do termo, não é um defeito muito comum do rádio. A crescente sensibilização de que falo relativamente ao discurso jornalístico radiofônico é a capacidade de fazer do mais pequeno detalhe, do som mais

discreto (de uma porta que se abre ou fecha, dos passos de alguém que caminha...) uma fonte de emoções que são tão importantes para sentir a realidade que acontece como a descrição crua dos fatos.

Embora as condições de mercado sejam hoje pouco favoráveis ao desenvolvimento de trabalhos que estejam para além da urgência da atualidade imediata, também me parece que há uma tendência, ou pelo menos um anseio, para fazer mais um jornalismo sem pressa, o *slow journalism*. Ainda que o jornalismo de rádio esteja muito conotado com o imediato, a par da notícia do cotidiano – que é, de fato, sempre urgente –, o jornalista de rádio também vai procurando investir na exploração mais aprofundada de temas, que exigem tempo e que resultam em peças que podem ser autênticos registros históricos. É uma pena que não haja arquivos organizados desses trabalhos, que são importantes documentos de memória das gerações.

A produção de conteúdos jornalísticos em formato podcast é também uma tendência e uma oportunidade importante, numa estratégia de extensão do rádio tradicional para os novos contextos tecnológicos. Do ponto de vista da informação, o podcast é uma espécie de rádio por assinatura, ou de rádio

on-demand. Embora esteja menos desenvolvido em Portugal do que no Brasil, este formato tem crescido e favorece a diversidade jornalística, a diversidade de formas de contar histórias, que é uma das vocações principais do jornalista. Vemos hoje uma tendência de vários meios para adotar o podcast como suporte de informação. Vários jornais começaram a produzir e publicar matéria jornalística neste formato, o que denota bem a relevância que o som também está adquirindo para outros meios que não tinham origem propriamente sonora.

No campo das tendências, também há que referir naturalmente uma tendência para uma certa hibridização. Com o imperativo de se adaptar à internet, o radiojornalismo vai-se reconfigurando num imperativo de combinar diferentes linguagens. Embora em rigor o multimídia seja outra coisa, o jornalismo de rádio que migra para o online cede à tentação de dar visibilidade à imagem e ao texto. É uma contradição, mas a internet, de fato, trai a natureza exclusivamente sonora do rádio. E pior, esconde o áudio. Sendo uma experiência de ecrã, o ciberespaço exige ser visto. Será por isso que os sites das emissoras de rádio – mesmo daquelas que têm uma natureza essencialmente informativa – têm uma aparência menos favorável ao produto sonoro do que se desejaria.



## **Como fazer um jornalismo de rádio partindo do local até o transnacional?**

**Madalena OLIVEIRA**

Universidade do Minho | Portugal

---

**Com o estrangulamento financeiro das empresas de radiodifusão, o desenvolvimento do jornalismo radiofônico local está seriamente comprometido.**

**Madalena Oliveira**  
Universidade do Minho

---

O rádio tem uma relevância extraordinária para as pequenas comunidades. No caso de Portugal, a história do rádio local – que nasceu do fenômeno do rádio pirata do fim da década de 1970 e de praticamente toda a década de 1980 – foi muito importante para uma certa descentralização do jornalismo dos grandes centros urbanos. A imprensa

regional já fazia isso, mas o rádio contribuiu decisivamente para amplificar a notícia do local. Infelizmente o setor da radiodifusão local hoje vive uma grave crise, com muitas emissoras sendo compradas por grandes cadeias sem licença nacional que procuram expandir o seu espectro de emissão através de processos de retransmissão. No contexto português, onde em 1989 foram legalizadas mais de 300 emissoras locais, o mercado revelou-se muito estreito para garantir a viabilidade econômica de todos esses projetos. Hoje assistimos

a um fatal silenciamento do local.

Com o estrangulamento financeiro das empresas de radiodifusão, o desenvolvimento do jornalismo radiofônico local está seriamente comprometido. As emissoras portuguesas de âmbito não nacional têm muitas vezes redações muito estreitas, reduzidas em alguns casos a apenas um jornalista profissional. A escassez de investimento publicitário exigiria uma política de apoio a estas empresas que, infelizmente, ainda não existe. No quadro legal português, o rádio pode ser público ou comercial. No espectro hertziano, não há, por isso, espaço para a iniciativa comunitária, que poderia

---

**O radiojornalismo está, talvez, demasiado padronizado. Uma das grandes virtudes originais do rádio era o seu acolhimento e a sua abertura para a diversidade cultural.**

Madalena Oliveira  
Universidade do Minho

---

ser uma via alternativa para continuar a permitir a aliança entre o rádio e as populações mais deslocadas das principais cidades.

A internet é talvez o caminho de esperança para uma certa revitalização do local. Definindo-se por uma geografia sem fronteiras, o ciberespaço permite que o local se propague para o global. Os processos de globalização têm revelado mais

uma tendência para apagar as idiosincrasias mais locais, mas precisamos de inverter esse processo. Acredito mesmo que é possível ver na internet uma forma de expandir de novo a identidade local. Hoje podemos ouvir rádios de todo o mundo através do *streaming* online. Ou seja, podemos propagar o local a uma escala transnacional. É essa a minha esperança.

Há uma rádio de informação portuguesa que, durante muitos anos, projetou o *slogan* “Vamos ao fim da rua, vamos ao fim do mundo”. Precisamos que este seja um lema mais universal de todo o radiojornalismo. Precisamos que as emissoras nacionais tenham mais condições para investir na digressão pelo país. E precisamos de uma aposta em histórias novas que não estejam centradas apenas na agenda pública da política ou da economia nacional.

Como fazer para partir do local para o transnacional? Indo ao encontro das pessoas. Dando espaço àquilo que parece demasiado comum para a mídia nacional, ao que parece demasiado trivial ou demasiado secundário para estar nas primeiras páginas dos jornais nacionais ou nas portadas principais dos sites de informação nacional. A necessidade de informação estruturante para a cidadania – ao nível da política nacional e internacional, da cultura, da sociedade ou da economia – não é incompatível com o interesse pelas pequenas histórias. E são as pequenas histórias que, afinal, nos distinguem uns dos outros e nos tornam, por outro lado, tão atraídos uns pelos outros.

A programação de rádio está demasiado uniformizada. O radiojornalismo está, talvez, demasiado padronizado. Uma das grandes virtudes originais do rádio era o seu acolhimento e a sua abertura para a diversidade cultural. A minha convicção é que é nessa ideia de diversidade, tanto ao nível de conteúdos de entretenimento como ao nível da informação, que continuará a residir a força resiliente do rádio. A capacidade de inovação

está ao alcance do radiojornalismo precisamente na aposta que se pode fazer no heterogêneo, no particular, no extraordinário. Temos tido uma curiosidade muito enérgica pelas imagens dos lugares distantes. O que o jornalismo radiofônico também pode levar para a esfera transnacional é a reverberação desses lugares, uma experiência que está longe de se ter esgotado na mundialização da mídia.



## A radiodifusão no Brasil está prestes a completar 100 anos. Como o outro lado do Atlântico percebe o rádio que fazemos aqui?

**O Brasil é, por outro lado, um país de oralidade, de grande afetividade de palavra, de sonoridades musicais únicas. Não espanta que o rádio seja um meio com forte tradição e de franco sucesso.**

Madalena Oliveira  
Universidade do Minho

**Madalena OLIVEIRA**

Universidade do Minho | Portugal

Tanto quanto percebo a partir de Portugal, o rádio é um meio extremamente vivo no Brasil. Compreende-se bem porquê. O rádio tem tanto de razão como de emoção. É exteriorização de afetos. Cria laços. É um meio quente, no conceito de Marshall McLuhan, porque prolonga um dos nossos sentidos – o da escuta

– em “alta definição”. Condiz bem com a identidade brasileira, desse ponto de vista, a identidade de um povo que também vive habitualmente em alta definição. O Brasil é, por outro lado, um país de oralidade, de grande afetividade de palavra, de sonoridades musicais únicas. Não espanta que o rádio seja um meio com forte tradição e de franco sucesso.

O desenvolvimento do setor no Brasil beneficiou também do fato de, ao contrário do que aconteceu na Europa, o aparecimento do rádio ter origem na iniciativa privada e não pela mão do Estado. Até à década de 1970, a indústria radiofônica em Portugal era relativamente estreita, centrada num triângulo que dominou a oferta nacional até à explosão das emissoras piratas, um triângulo formado pelo Rádio Clube Português, a Rádio Renascença (emissora católica) e a Emissora Nacional (emissora pública, que foi durante décadas o principal meio de comunicação pública do regime de Salazar). O rádio no Brasil foi mais expansivo desde o início.

O modelo de rádio brasileiro é, por outro lado, também mais diversificado. As emissoras podem ser públicas, estatais, comerciais, educativas ou comunitárias. Em Portugal, a legislação prevê apenas uma distinção entre público ou comercial, de âmbito territorial (internacional, nacional, regional ou local) e de tipo de programação (informativa ou temática). Não temos nenhuma tradição de rádio educativa. Algumas escolas

de ensino pré-universitário têm ainda rádios escolares, uma experiência que foi muito forte nos anos 1990, muito por influência do fenômeno das piratas. As rádios universitárias, por seu lado, operam como rádios comerciais. Não há, por isso, um setor específico do rádio para fins educativos, muito embora já tenhamos alguns projetos de rádio dirigidos ao público infantil (como a Rádio Miúdos e a Rádio ZigZag). Também não temos emissoras comunitárias, que não têm enquadramento legal para a emissão hertziana. As iniciativas que conhecemos em Portugal nesse domínio são pouco numerosas e estão basicamente circunscritas ao online.

Daí que tenhamos uma ideia de que o rádio que se faz no Brasil é mais vibrante do que o nosso. Até pela extraordinária relevância que sabemos que este veículo continua a ter em regiões menos centrais, onde o rádio continua sendo um meio muito importante de contato entre as pessoas. O papel de algumas emissoras junto de grupos indígenas e de outras populações tradicionais é incrível. O “Programa de Índio” da Rádio USP de São Paulo, na segunda metade da década de 1980, é um exemplo extraordinário da função que o rádio pode ter na promoção de relações interculturais. O mesmo se pode dizer do rádio na favela, que tem uma função de socialização muito importante. Para além de dar voz à vida dessas comunidades, trata também temas específicos relacionados com os problemas desses aglomerados populacionais, como a violência, a pobreza, a discriminação e a droga. Por terem uma atenção muito particular aos modos de vida e às expressões culturais destes grupos habitacionais, estas emissoras também têm de algum modo uma função educativa. E são acima de tudo a prova de que o rádio é das pessoas, que o rádio não é apenas um veículo de transmissão, mas antes um meio que acolhe a participação. Essa, aliás, é uma marca muito forte do rádio, que desde muito cedo se abriu à participação dos ouvintes, a ouvir aqueles que o ouvem.

Competindo hoje com outros meios, eventualmente mais atraentes, como a televisão e a internet, o rádio no Brasil tem ainda muitas razões para acreditar no seu potencial. Num país que se conhece mundialmente por enormes desigualdades sociais, é ainda mais evidente o papel democrático que o rádio tem, por ser um meio de acesso praticamente universal.



## **Que reflexões sobre o rádio seriam possíveis no atual cenário tecnológico?**

**Madalena OLIVEIRA**

Universidade do Minho | Portugal

O rádio sempre foi um meio pouco exigente do ponto de vista tecnológico. O seu desenvolvimento não foi, por isso, tão dependente do desenvolvimento de tecnologias. A imprensa e a televisão transformaram-se mais por força dos avanços tecnológicos do que o rádio. Claro que a digitalização do som facilitou o trabalho dos profissionais de rádio e dos sonoplastas. A criatividade ganhou muito com o aparecimento de ferramentas

aptas para edição eletrônica do áudio. Porém, na sua traça original, o rádio sofreu poucas alterações. Já era espantoso o que se fazia, muito antes dos recursos digitais que agora existem, na época de ouro das radionovelas, com a produção de efeitos sonoros em regime totalmente analógico e de verdadeira rudimentaridade.

Atualmente há por certo um registro menos formal do que havia no passado, quando os locutores falavam em tom cerimonioso. Hoje o rádio é definitivamente mais descontraído. E isso também se deve à agilidade que os novos equipamentos permitiram do ponto de vista técnico. O estúdio é hoje um espaço de informalidade, onde as grandes bobines de fita foram substituídas por painéis de botões. É isso que mostram os vídeos de programas de animação (muito característicos da programação matinal, por exemplo), onde se vê locutores que transgridem todos os protocolos clássicos de postura. Graças a esta simplificação técnica, o rádio agora também se produz facilmente e com toda a qualidade a partir de casa. A agilidade que a produção radiofônica ganhou bem pode ser uma nova oportunidade para os programas de autor e para o enriquecimento da programação. Dispensando o *know-how* especializado dos técnicos que antes operavam as emissões, a produção tornou-se muito acessível àqueles que tinham como função única dar voz à palavra.

O desenvolvimento dos sistemas digitais de operação radiofônica também permitiu a automação das emissões, o que tem contribuído, do ponto de vista dos profissionais, para um certo desencantamento da comunicação de rádio. Com os estúdios a poder funcionar só com máquinas pré-programadas, é o fascínio e a ansiedade do direto o que se perde.

O atual cenário tecnológico é, portanto, ambíguo para o rádio. Se, por um lado, se tornaram mais amigáveis e mais rápidos os meios de produção, se se criaram condições para uma realização mais autônoma, se se diversificaram as oportunidades de transmissão e se apareceram novos canais de interação com o público, especialmente com a transição das ondas hertzianas para as ondas de navegação na internet, por outro, há uma certa magia que se arrisca a enfraquecer. É também de perda de magia que se fala quando se passa a conhecer o rosto daqueles que falam ao microfone. A visualização do rádio que os sites passaram a viabilizar compromete o encanto que havia no locutor desconhecido, que apenas se imaginava.

Em termos de recepção, é claro que o rádio beneficia muito do atual cenário tecnológico. Se bem que também aqui há riscos. Embora possamos escutar rádio enquanto trabalhamos, a internet tem um efeito muito dispersivo. E havendo todas as condições para que o rádio continuasse a ser o som de fundo de todas as nossas atividades diárias, a concorrência dos serviços de *streaming* de música é uma ameaça de que o rádio só poderá salvar-se se fizer um investimento em conteúdos alternativos, se não estiver refém da transmissão musical e se, para isso, contrariar a tendência para essa

automação das emissões de que falava antes... se, no fundo, o rádio apostar num regresso pleno das pessoas e das suas histórias.

## ÂNCORA

**Uma das conquistas da existência do rádio no Brasil, nestes últimos 100 anos, foi o processo de institucionalização de um campo de saber científico. É possível identificar, principalmente nos últimos anos, o aumento de pesquisas em rádio, pesquisadores brasileiros consolidando trajetórias de estudo e pesquisa, temas diversos, abrangentes e variados sendo objeto de teses, dissertações, trabalhos de conclusão de curso e iniciação científica, maior número de artigos com temática radiofônica aprovados em Congressos do campo da Comunicação e do Jornalismo, calendário anual com Congressos, Simpósios e outros eventos científicos na área de rádio, além de muitas revistas científicas, fora as específicas já existentes, trazerem temas relacionados ao rádio em suas edições. Como uma pesquisadora muito próxima e atenta analisa este processo de institucionalização do rádio brasileiro?**

### Madalena OLIVEIRA

Universidade do Minho | Portugal

O desenvolvimento dos estudos de rádio foi muito tardio. O fato de o campo científico da Comunicação se ter constituído só em meados do século XX explica, em parte, a progressão lenta que tiveram as pesquisas sobre este setor. É que, quando a Comunicação se funda como área de conhecimento, o meio que estava realmente a deslumbrar as audiências já era a televisão. Daí que, apesar de terem existido alguns estudos sobre a influência da mídia nos públicos focados no rádio nas décadas de 1930 e 1940, muito depressa o interesse dos pesquisadores se concentrou mais nos ecrãs do que na comunicação sonora. Por outro lado, o rádio é um meio cego, o som tem uma

**O desenvolvimento dos estudos de rádio foi muito tardio. O fato de o campo científico da Comunicação se ter constituído só em meados do século XX explica, em parte, a progressão lenta que tiveram as pesquisas sobre este setor.**

Madalena Oliveira  
Universidade do Minho

natureza aparentemente intangível, e é difícil estudar o que não se vê. Agravado pela limitação de acesso a material empírico, o estudo do rádio foi-se tornando secundário. É comum dizermos que o rádio é o parente pobre, um meio marginal ou marginalizado, na pesquisa de mídia. E é verdade. Também porque o setor do rádio tem menos impacto económico do que outros meios. O próprio investimento publicitário no

rádio é inferior ao investimento arrecadado pela televisão (e, pelo menos no passado, ao investimento direcionado para a imprensa).

Durante muito tempo, a produção científica sobre o rádio foi residual. E muitos trabalhos, de âmbito mais instrumental, como os manuais de

produção, subordinavam o rádio à televisão, quase sugerindo que a televisão era um meio que, tendo desenvolvido a técnica radiofônica, superava as suas limitações. Hoje, felizmente já não é bem assim. Os estudos de rádio e de som têm conhecido um desenvolvimento extraordinário em todo o mundo. O Brasil começou mais cedo que Portugal. O grupo de Rádio e Mídia Sonora da Intercom tem quase 30 anos! Em Portugal, pelo contrário, a nossa história é muito mais recente. Fundámos em 2013 o grupo de Rádio e Meios Sonoros da Sopcom – Associação Portuguesa de Ciências da Comunicação, copiando o nome dos nossos companheiros brasileiros. Somos ainda um grupo muito pequeno, de pouco mais de duas dezenas de pesquisadores. No entanto, é assinalável o entusiasmo e o dinamismo deste grupo. Em alguns congressos também registramos mais propostas de comunicação do que os estudos de televisão, por exemplo.

O número de dissertações de Mestrado e de teses de Doutorado está a crescer. A primeira tese de Doutorado sobre rádio em Portugal é de 1991, mas a falta de tradição nesta área não favoreceu muito a formação de novos académicos. Durante alguns anos trabalhámos de modo atomizado, sem formar coletivos. A pouca sensibilidade dos avaliadores de linhas de financiamento para o rádio, um meio considerado, por preconceito, ultrapassado, também não contribuiu para um desenvolvimento mais rápido. Sendo um país muito maior, com faculdades de Comunicação de grande dimensão, o Brasil tem tido um papel excepcional na projeção de estudos em língua portuguesa sobre a indústria, a produção, a linguagem e o impacto do rádio nas sociedades. Essa institucionalização de um campo de saber científico específico é fundamental para o futuro do rádio, não só por permitir conhecer de forma mais sistemática o papel que as emissoras têm no entretenimento como na informação, mas também por contribuir para a valorização da comunicação sonora como uma forma de expressão e de socialização tão singular.

Costumo dizer que os pesquisadores de rádio formam uma comunidade muito fundada em relações de solidariedade que estão em sintonia com o espírito do próprio rádio. Ao contrário de outras áreas científicas, onde eventualmente é mais evidente uma dinâmica competitiva, entre os pesquisadores de rádio, a nível nacional e internacional, há um vínculo afetivo que torna ainda mais profícua a experiência científica. Talvez porque muitos tiveram experiências profissionais prévias no rádio e partilham aquilo que chamamos habitualmente de “paixão do rádio”. O certo é que também no domínio da pesquisa o rádio tem uma alma resiliente.

**ÂNCORA**

**Qual a importância e papel do rádio neste momento de pandemia, com pessoas do mundo inteiro infectadas pelo novo coronavírus, em um cenário de mortes em elevado número, isolamento social,**

**484**

## comércios fechados, cidades paradas e fortes indicativos de grande descuido com a saúde pública em nível mundial?

**Madalena OLIVEIRA**

Universidade do Minho | Portugal

Ao contrário de outros momentos críticos, de catástrofes naturais, por exemplo, creio que o papel do rádio neste momento de pandemia tem sido menos saliente. O que talvez tenha uma explicação relativamente fácil. O confinamento e o dever de isolamento fecharam as pessoas em casa. E em casa a experiência midiática é mais centrada nos ecrãs, no computador, na internet e na televisão. O rádio é um meio que consumimos em movimento. O chamado *drive-time* é muito importante para as audiências de rádio, porque o tempo de viagem é um tempo muito propício à sintonia do rádio. Ora, com menos deslocamentos, o rádio terá sido facilmente preterido.

O maior aumento de consumo de mídia ter-se-á registrado para a televisão. Também os jornais terão sido muito mais consultados do que em momentos normais. Não em papel, até porque as vendas tiveram constrangimentos severos, com postos de distribuição em muitos casos encerrados; mas no online, a procura de informação aumentou extraordinariamente. Vários meios deram conta de uma subida substancial do número de visitas aos seus sites. Os primeiros estudos conhecidos sobre audiências neste primeiro semestre de 2020 também referem algum crescimento da audiência de rádio nos primeiros meses da pandemia. Sei que no Brasil isso se verificou. Dados do Kantar IBOPE Media revelam que a escuta de rádio continua crescendo desde o início da crise sanitária. É um bom sinal e corrobora outros estudos que também indicam que o grau de confiança que as pessoas têm na mídia é maior no rádio do que em outros meios.

Imagino que para as populações rurais ou com acesso limitado à internet, o rádio tem uma importância tremenda. Se já em situações normais é um veículo de informação decisivo para quem tem dificuldade de acesso à imprensa ou mesmo constrangimentos de acesso à diversidade de canais de TV, num momento como o que vivemos é ainda mais importante a transmissão regular de atualizações, inclusive, sobre as recomendações das autoridades sanitárias. O rádio pode ser uma voz de alerta e ter um papel crucial para levar os esclarecimentos de especialistas ao conhecimento das audiências. Acredito que em algumas localidades o rádio é o meio mais eficaz de veicular orientações para comportamentos preventivos e de segurança. Por outro lado, posso imaginar que, no espírito da sua missão interativa, algumas emissoras terão aberto canais de “atendimento” de interpelações dos ouvintes, que estarão ajudando a esclarecer dúvidas, a acalmar populações mais assustadas e a desmontar notícias falsas. Essa interação direta com as pessoas é um exclusivo do rádio, sem equivalente nos jornais e na televisão.

Para além da informação, a função cultural do rádio pode igualmente acentuar-se ainda mais. Com o cancelamento de espetáculos, o encerramento dos espaços culturais e de lazer e com a proibição de festas e romarias, a programação radiofônica tem uma oportunidade acrescida de se tornar numa

via alternativa aos eventos artístico-culturais. Esse papel foi bastante assumido pela TV e pela internet, que transmitiram *shows* musicais, por exemplo em direto do Facebook. Também os sistemas de cinema *on-demand* (da TV a cabo, por exemplo) e o Netflix terão beneficiado bastante deste período em que todo o tipo de consumo de distração se fez a partir de casa. Mas acredito que em alguns contextos essa função também foi procurada no rádio.



**Num exercício de prospecção sobre o futuro do rádio e do jornalismo, o que seria importante destacar deste momento que estamos vivendo que pode ser indicativo para possíveis novos modos de fazer e escutar o rádio e fazer jornalismo?**

**Madalena OLIVEIRA**

Universidade do Minho | Portugal

Olhar para diante, fazer prospecção sobre o futuro é sempre um exercício ousado. Não tenho segurança suficiente para prever o que vai acontecer. O que me atrevo a fazer é mais pensar em desafios. O maior de todos julgo que é, tanto para o rádio como para o jornalismo, o de reverter a ideia que começou a instalar-se de que serão dispensáveis.

Com a circulação global de informação, o acesso aparentemente universal a informação por outras vias que não a mídia convencional, tem começado a parecer que já não precisamos nem do jornalismo nem dos jornalistas. Grande equívoco, por, pelo menos, duas razões. Primeiro, porque o que o jornalismo faz é mais do que agregar e transmitir informação. Os jornalistas procuram, selecionam, valorizam, enfim, crivam, separam o essencial do acessório, facilitam a compreensão dos fatos. Depois, porque a quantidade de informação disponível não é necessariamente sinónimo de qualidade. Os processos de desinformação a que hoje assistimos são, em certo sentido, um efeito do enfraquecimento das condições de atuação do jornalismo e da fragilização dos jornalistas do ponto de vista profissional. O desafio dos séculos XIX e XX era o de dar acesso. O desafio do nosso tempo é mais o de validar aquilo a que se tem acesso. E isso é algo que podemos, ou precisamos mesmo, de continuar a confiar aos jornalistas.

Também com o rádio o desafio é um pouco o de provar que continua a ser relevante. Apesar da diversificação dos meios e das linguagens, e sobretudo do multimídia, seria um logro tomar o rádio como um meio desnecessário. Pela sua portabilidade e pela sua linguagem específica, o rádio não é substituível por nenhum outro meio, nem mesmo aqueles que superam as suas aparentes – e só aparentes – limitações. Por outro lado, como já referi antes, o rádio alcança populações que não estão no radar de outros veículos.

Penso que perspetivar o futuro do jornalismo passará ainda por

repensar seriamente os modelos de financiamento desta atividade. Não poderemos continuar a olhar para a informação jornalística como um produto que pode continuar sendo ou tem de ser gratuito. Ou através do apoio às audiências ou através do apoio às empresas jornalísticas, será necessário reconsiderar o valor da atividade jornalística, sob pena de retirarmos ao jornalismo qualquer hipótese de viabilidade econômica para exercer o papel que dele esperamos de contribuir para a capacitação dos públicos para uma cidadania ativa e comprometida. Creio que não podemos continuar não pagando por um trabalho que tem de ser visto como essencial.

No caso do rádio em particular, parece-me que olhar para diante significará pensar em como tirar melhor partido da internet, que não deveria ser apenas uma espécie de nova antena. O ciberespaço e os novos formatos, como o podcast, deveriam também ser um desafio de inovação levado mais a sério. Aquilo que o rádio oferece hoje na internet ou é apenas a repetição dos conteúdos emitidos em antena ou produtos de natureza multimídia, em tudo equivalentes aos dos sites de outras mídias, sobretudo os jornais. Inovar significa apostar em novos gêneros, por exemplo, na ficção. As radionovelas foram produtos muito bem-sucedidos. Talvez também uma maior especialização temática como estratégia para fixar novos públicos e para preencher lacunas que, eventualmente, estão a descoberto na mídia generalista. O rádio, de fato, não pode continuar a olhar para o público como uma massa homogênea. O tempo da chamada comunicação de massas já lá vai. Hoje é mais o tempo de uma comunicação de tribos, de comunidades, não necessariamente geográficas, mas comunidades de interesses. Isso já existe um pouco no rádio, por exemplo, ao nível da música, com rádios especializadas em música clássica ou jazz. Mas o conceito de rádio especializado pode ser aprofundado. Ainda há espaço para inventar coisas. Ou para insistir em coisas já inventadas, mas pouco difundidas (as rádios de hospital, as rádios autoestrada...).



## De que maneira é possível pensar os vínculos entre as culturas de ouvir e os modos de produzir rádio ontem e hoje?

**Madalena OLIVEIRA**

Universidade do Minho | Portugal

É possível que a diferença entre o “ontem” e o “hoje” esteja na maneira como passámos a relacionar-nos com a imagem. É impossível falar de cultura de ouvir sem falar de cultura de imagem. Com as tecnologias digitais, o visual passou a ser o modelo predominante de comunicação, mas sempre foi, de algum modo, um sentido prioritário. Até na nossa linguagem cotidiana damos sinais dessa prioridade que damos ao ver. Dizemos “deixa eu te mostrar essa música...”, quando o verbo mostrar quer dizer “expor à vista, fazer ver”; falamos de “pontos de vista”, sempre de vista, nunca de escuta; falamos “ver TV”, que também é, normalmente, escutar a TV; a expressão “à vista

desarmada”, que quer dizer “a olho nu”, não tem, que eu me lembre, qualquer equivalente para o ouvido... Estamos definitivamente muito mais orientados socialmente para ver do que para escutar. A visão será, inclusive, o nosso sentido preponderante. Se, por absurdo, tivéssemos, de repente, que escolher entre ficar cegos ou ficar surdos, imagino que a maioria de nós (se não mesmo todos nós) diria ficar surdo. Na verdade, sendo natural essa escolha, ela também tem a ver com o fato de não termos nenhuma ideia do que será a experiência de não ouvir. Sabemos o que será não ver, porque fechamos ou vendamos os olhos e percebemos a sensação de escuridão. Associamos a cegueira a essa escuridão. Não sabemos, no entanto, o que será o silêncio absoluto, porque nunca conseguimos deixar de escutar. Mesmo quando “tapamos” os ouvidos, nunca ficamos no grau zero do som. O ouvido já funciona dentro do ventre materno e é um sentido que não se desliga, não tem pálpebras. Por causa disso, julgo eu, temos menos consciência da importância que o ouvido tem para a nossa orientação no espaço, por exemplo.

Nos anos de ouro do rádio, antes do aparecimento da televisão, as famílias sentavam-se em redor da telefonia para escutar um determinado programa. Um pouco como se fez anos depois para ver a telenovela, por exemplo. Hoje ninguém se senta para escutar. Pelo contrário, escutamos sobretudo em movimento, enquanto nos deslocamos ou enquanto trabalhamos. Não creio, no entanto, que a causa disso seja o modo como se passou a produzir rádio. Até diria o contrário. É porque o ritmo das nossas vidas mudou tanto, num sentido de aceleração, que o rádio também se acelerou. A programação de rádio tem um certo frenesim. Já está longe de ser um espaço de cerimônias.

Que proximidades anoto eu entre a nossa cultura auditiva e a maneira como ouvimos rádio? Pois, em primeiro lugar essa questão do movimento. Depois, o fato de fazermos outras coisas enquanto escutamos. A escuta é um sentido de simultaneidades. E o rádio também é assim, não exige exclusividade.

Há um outro aspeto que também julgo importante salientar. As nossas sociedades são sociedades manifestamente ruidosas. Há um autor britânico, David Hendy, que diz que a modernidade é ruidosa, atribuindo à Revolução Industrial o início de uma época que começou a conviver com o barulho em permanência, sobretudo por causa do barulho próprio das máquinas (máquinas de produção, motores de veículos, etc.). Eu acho que também isso contribuiu para o modo como se faz rádio hoje. O ruído ajuda o ouvido a ser distraído, porque o requisita para outros sons que acontecem à volta para além das frequências que intencionalmente sintonizamos. Com essa percepção, os profissionais de rádio foram descobrindo que a mensagem radiofônica precisa de ter estímulos ativadores da atenção, como os jingles, por exemplo, ou os tapetes sonoros dos programas, ou os sons ambiente de um trabalho de

reportagem. A mensagem radiofônica nunca pode ser monocórdica, nem na voz nem nos outros elementos sonoros.



**Diversas vezes já ouvimos falar na “morte do rádio”; no entanto, o meio sempre se reconfigura, se (re)afirma, se “radiomorfoseia”. Na sua avaliação, qual a principal força motora do rádio e de que maneira ele pode se manter firme?**

**Madalena OLIVEIRA**

Universidade do Minho | Portugal

Não sou capaz de distinguir apenas uma força motora principal. Sendo verdade que essa capacidade para se metamorfosear é um dos principais trunfos que o rádio tem posto em evidência na resposta aos vaticínios de morte, o rádio tem várias forças. Uma delas é a simplicidade. Relativa simplicidade técnica. No limite, hoje podem produzir-se conteúdos quase usando exclusivamente o *smartphone*. Aí as aplicações de gravação e edição são limitadas, mas já permitem fazer coisas, ter a edição sonora ao alcance de um dispositivo que está mesmo ali à mão. As tecnologias de recepção também são muito simples, tão simples que as temos não apenas em aparelhos portáteis que funcionam com baterias / pilhas pouco exigentes, como as temos incorporadas no carro. Simplicidade de linguagem. Como mencionei já várias vezes durante esta entrevista, a linguagem do rádio é simples e acessível. Não exige especiais aprendizagens para quem escuta.

A instantaneidade já não é mais uma característica exclusiva do rádio. A TV também conquistou alguma instantaneidade, apenas comprometida pela preocupação adicional com a imagem, que o rádio dispensa. A internet beneficia igualmente de instantaneidade. A diferença principal é que a internet

**O rádio tem boa reputação junto das audiências, sendo mesmo um dos meios mais confiáveis em termos de informação.**

**Madalena Oliveira**  
Universidade do Minho

ainda não chega a todas as pessoas e a todos os lugares. Isso continua sendo um privilégio, um trunfo exclusivo do rádio. Aos olhos de alguns, provavelmente o rádio poderia existir apenas para cumprir essa função de chegar aonde outros não chegam, uma espécie de meio dos mais pobres ou desfavorecidos.

Não é, no entanto, crível que o rádio “morra” no mundo desenvolvido para ter apenas uma função missionária em territórios desvalidos.

Outras forças: uma presença discreta que saiu mais ou menos imune das críticas que se dirigem à mídia em geral (não se fala em sensacionalismo; não se sugere a existência de uma relação entre o rádio e a obesidade infantil ou a violência, como se chegou a sugerir relativamente à TV...); um elevado potencial de confiança dos ouvintes. O rádio tem boa reputação junto das audiências, sendo mesmo um dos meios mais confiáveis em termos de informação; um sentido de abertura à participação (que, na minha opinião,

até poderia ser ainda mais explorado); a capacidade de se misturar com outros meios, sem lhes roubar protagonismo...

**Não concebo bem a ideia de um rádio multimídia, do mesmo modo que não concebo bem a ideia de um jornal multimídia. Há a imprensa, o rádio, a TV e o multimídia. São categorias distintas.**

**Madalena Oliveira**  
Universidade do Minho

Eu não sou uma especial entusiasta de uma hibridização do rádio no sentido da mistura de linguagens. Penso mesmo que essa virada para o multimídia não é bem o rádio a reinventar-se... é mais o rádio a entregar a sua alma. A radiomorfose é a transformação do rádio sem sair do rádio, isto é, sem sair da sua natureza, que é, como disse no início desta entrevista, uma natureza exclusivamente sonora. Que o rádio

se adapte a outras plataformas, que transmita a partir da internet e não apenas do ar, que procure recriar formatos, inovar nos gêneros, que acompanhe os ritmos e estilos de vida, que explore a participação direta do ouvinte na própria produção... tudo isso me parece muito bem, altamente desejável e totalmente ao alcance da plasticidade que o rádio tem tido ao longo de diferentes gerações. Que o rádio incorpore a imagem, por exemplo, é já do domínio de uma coisa diferente. O multimídia não é um *upgrade* das mídias convencionais. O multimídia é uma realidade nova. Não concebo bem a ideia de um rádio multimídia, do mesmo modo que não concebo bem a ideia de um jornal multimídia. Há a imprensa, o rádio, a TV e o multimídia. São categorias distintas. Portanto, a mim parece-me que, se for por aí, por uma ideia de hibridização e transfiguração multimídia, o rádio perderá essa tal força por que tem sido um meio resiliente e dará lugar a um meio onde já pouco se reconhecerá desse mundo encantado da caixinha de som.

## ÂNCORA

**Qual a importância das pesquisas em rádio e radiojornalismo, bem como da formação adequada dos profissionais do rádio para que o meio cumpra sua função social?**

**Madalena OLIVEIRA**

Universidade do Minho | Portugal

Há entre os pesquisadores de rádio e radiojornalismo a ideia de que começamos tarde, somos poucos e nos levam pouco a sério. Somos encarados como pesquisadores nostálgicos, porque mesmo quando falamos do futuro do rádio, estamos, dizem, agarrados à saudade de um meio cujo tempo já passou. Esses são os preconceitos com que convivemos e penso que não nos deixamos abater por isso. No campo da formação, porém, creio que temos de pensar de

outro modo, porque esses tais preconceitos e a secundarização do meio rádio nos estudos da mídia têm impacto muito significativo na maneira como ensinamos nas nossas universidades.

Os cursos de Comunicação e Jornalismo têm planos de estudos (ementas de matérias) com inúmeras disciplinas ligadas à imagem. Semiótica Visual, Teoria e Análise da Imagem, Cultura Visual, Design e Visualidades, Fotografia, Vídeo... nada disto tem equivalente no som. Na generalidade dos cursos de graduação não temos matérias específicas de Semiótica Sonora, nem Teoria e Análise do Som ou Cultura Sonora... Mesmo quando falamos de História da Comunicação, a história do som e do rádio é geralmente um capítulo menor. Seria muito importante que repensássemos o que estamos a ensinar. Não creio que estejamos a preparar uma geração para uma maior sensibilidade ao som. Nem para produzir conteúdos sonoros nem para saber ouvir, querer ouvir. Falo genericamente, porque claro que há exceções. O que vejo, no entanto, é um fascínio pelo multimídia, pelo transmídia, pela convergência que pode comprometer muito as nossas competências nas linguagens originais.

No caso de Portugal, fazemos um ensino do rádio muito fechado exclusivamente no radiojornalismo. Tudo o que ensinamos de locução, por exemplo, está normalmente condicionado à prática jornalística. Não preparamos para a produção de outro tipo de conteúdos. E dentro do radiojornalismo, temo que ainda estejamos muito presos aos gêneros convencionais, a notícia, a entrevista, a reportagem, o noticiário (o boletim da hora cheia...). Precisaríamos que os cursos tivessem mais tempo para estas matérias, para podermos sair da esfera do ensino básico do radiojornalismo. No caso da Universidade do Minho, já demos alguns passos nos últimos anos: a disciplina de radiojornalismo passou a chamar-se Jornalismo e Som, para dar espaço a formatos de jornalismo sonoro não exclusivamente para o meio rádio; e criámos também uma disciplina de Sonoplastia.

Para além da formação específica no âmbito dos cursos de Comunicação e Jornalismo, também seria importante que tivéssemos mais espaço para cultivar uma certa literacia sonora. Não só nas universidades. O próprio ensino médio e fundamental poderia usar mais recursos sonoros para fins pedagógicos. Sinto que se utiliza muito o vídeo, por exemplo, mas que se convida pouco a ouvir durante os processos de ensino/aprendizagem. Embora esta preocupação esteja para além da formação dos profissionais de rádio, penso que, se queremos falar de uma cultura do som, precisamos de levar mais o áudio para dentro da sala de aula.

Eu gostaria que a formação que fazemos nas universidades fosse mais

**No caso da Universidade do Minho [...] a disciplina de radiojornalismo passou a chamar-se Jornalismo e Som, para dar espaço a formatos de jornalismo sonoro não exclusivamente para o meio rádio; e criámos também uma disciplina de Sonoplastia”.**

**Madalena Oliveira**  
Universidade do Minho

diversificada em matéria de criação sonora. A inovação no meio também depende disso. Felizmente vamos fazendo algumas atividades extracurriculares que compensam as lacunas dos currículos. E ao nível da pesquisa também estamos procurando servir mais os propósitos de formação, promovendo ações híbridas, que combinam a pesquisa fundamental com pesquisa aplicada, intervenção e ensino.

Sem querer ter uma posição muito normativa, diria que é por este triângulo (pesquisa, intervenção e ensino) que passa a responsabilidade da academia para com o meio rádio. Preparar os profissionais para recriar o meio e exercer um jornalismo de qualidade, a par da produção de estudos que possam inclusive justificar políticas de apoio são tarefas de que a universidade não se poderá demitir sob pena de ela própria contribuir para um certo apagamento do rádio da paisagem midiática.



# A IMPRENSA ALTERNATIVA COMO ALIADA AO MOVIMENTO FEMINISTA DURANTE A DITADURA MILITAR NO BRASIL: uma análise no jornal *Nós Mulheres*<sup>1</sup>

## THE ALTERNATIVE PRESS AS ALLIED TO THE FEMINIST MOVEMENT DURING THE MILITARY DICTATORSHIP IN BRAZIL: an analysis of the *Us Women* journal

Marina Solon Fernandes Torres MARTINS<sup>2</sup>

Márcia Vidal NUNES<sup>3</sup>

Universidade Federal do Ceará | Brasil

### Resumo

Este artigo traz um resgate histórico dos usos da imprensa alternativa brasileira enquanto espaço de construção, articulação e divulgação de ideias do movimento feminista que despontou no Brasil durante a década de 1970. Nosso objeto de análise consiste em editoriais do jornal *Nós Mulheres*, um dos mais relevantes projetos da movimentação feminista brasileira naquele período. O periódico trouxe em suas pautas temas feministas em debate ao redor do mundo à época. À luz da Análise de Conteúdo (Bardin, 1977), nos debruçamos sobre três editoriais do jornal, onde identificamos material qualitativo que reforça o uso daquele espaço para fortalecimento do movimento feminista.

### Palavras-chave

História da Mídia Alternativa; Imprensa Alternativa; Movimento Feminista; Feminismo; Análise de Conteúdo

### Abstract

This article provides a historical review of the uses of the Brazilian alternative press as a space of construction, articulation and dissemination of ideas from the feminist movement that emerged in Brazil during the 1970s. Our object of analysis are the editorial of the newspaper *Us Women*, one of the most relevant projects of the Brazilian feminist movement in that period. The journal brought into your texts feminist themes. Based on Content Analysis (Bardin, 1977), we verified three editorials, where we identify qualitative material that reinforces the use of that space to strengthen the feminist movement.

### Keywords

Alternative Media History; Alternative Press; Feminist Movement; Content Analysis

RECEBIDO 08 DE AGOSTO DE 2019  
ACEITO EM 08 DE OUTUBRO DE 2019

<sup>1</sup> Trabalho apresentado, com modificações, ao Grupo de Trabalho História da Mídia Alternativa do XII Encontro Nacional de História da Mídia, na Universidade Federal do Rio Grande do Norte, em Natal, de 19 a 21 de junho de 2019.

<sup>2</sup> Mestranda no Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Universidade Federal do Ceará (UFC). Contato: solonmarina@gmail.com.

<sup>3</sup> Professora no Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Universidade Federal do Ceará (UFC). Contato: marciavn@hotmail.com.

## Introdução

**E**m virtude de um contexto sociopolítico de muitas transformações, a década de 1940 no Brasil foi um período bastante propício para o nascimento de diversos movimentos sociais. Essas organizações populares são caracterizadas como movimento social dentro da conceituação proposta pela socióloga Maria da Glória Gohn (2014), que os define como expressão de uma ação coletiva que decorre de uma luta sociopolítica, econômica ou cultural. Esses movimentos sociais tinham as mais variadas reivindicações tais como habitação, educação, direito à terra e voto direto.

O período entre 1945 e 1964 entrou para a história como a fase do regime político populista; ele foi bastante fértil em termos de lutas e movimentos sociais. A conjuntura da redemocratização do país, aliada a um cenário internacional de desenvolvimento da sociedade de consumo, e a política da Guerra Fria entre as então potências mundiais (Estados Unidos e URSS – a ex União das Repúblicas Socialistas Soviéticas) criaram espaços favoráveis aos projetos nacionalistas de desenvolvimento nacional. (GOHN, 2000, p. 17).

No entanto, foi apenas durante a década de 1960, quando o País vivia o período da ditadura militar, que os movimentos formados por mulheres visando pautas que as beneficiassem diretamente começaram a montar uma estrutura mais sólida e organizada. Esses movimentos proclamados feministas estabeleceram as primeiras pautas com foco na inserção da mulher no mercado de trabalho formal, na organização popular feminina para reivindicar direitos civis, no aumento do número de creches públicas, no fim da violência doméstica, nos direitos reprodutivos da mulher e na sexualidade.

Mulheres que, naquela conjuntura, tinham aproximadamente, entre 20 e 30 anos, frequentavam ambientes acadêmicos, grupos políticos organizados, associações estudantis, etc, passaram a opor-se, radicalmente, àqueles códigos e orientações sociais que, tinham forte consistência nas práticas relacionais da geração de suas mães, e que, também, lhes foram transmitidos nos processos de socialização, especialmente no âmbito de suas famílias. (NASCIMENTO, 2007, p.19)

As mulheres destacam suas ações afirmativas, revelando-se conhecedoras dos problemas, contradições e conflitos que compunham a conjuntura do Brasil.

Conhecendo-os, determinam-se a participar de todo movimento que possa vir a solucioná-los. Estas mulheres desviam-se da rota traçada pelo modelo feminino em vigor. Não priorizam o casamento e a maternidade como metas exclusivas de suas vidas. Imbricam-se nos territórios considerados masculinos e é neles que assentam sua marca diferenciada. Põem-se no jogo das relações de poder, lá onde o jogo é mais acirrado e difícil. Lá, onde se pensa o Poder, no singular, como designando basicamente, a figura central do Estado, comumente associado à figura masculina. Deslocam-se de um para outro lugar, nos diversos movimentos, dos anos 60, 70, 80, colocando o seu jeito de ser, expressando-se de maneira diferenciada do jeito padrão, já bem estabelecido nas organizações. (NASCIMENTO, 2007, p.53).

A censura do regime militar à imprensa tradicional foi a razão pela qual a então incipiente movimentação social das mulheres vislumbrou na imprensa alternativa uma forma de comunicar-se, organizar e dar holofote às suas pautas, influenciar outras mulheres e também a mobilizá-las em prol de objetivos comuns.

Durante os quinze anos de ditadura militar no Brasil, entre 1964 e 1980, nasceram e morreram cerca de 150 periódicos que tinham como traço comum a oposição intransigente ao regime militar. Ficaram conhecidos como *imprensa alternativa* ou *imprensa nanica*. (KUCINSKI, 2001, p.13).

Uma vez que a comunicação naqueles anos era totalmente analógica e o compartilhamento de experiências se dava tão somente por meios impressos, a imprensa alternativa feita por meio de jornais em papel tornou possível que os debates dos grupos progressistas se difundissem tanto dentro quanto fora do País, chegando, inclusive, aos exilados políticos.

(...) É nesse momento que a imprensa feminista também ganha expressividade, se destacando entre o nicho de jornais que debatiam questões ainda sem qualquer expressividade dentro da mídia comercial. As relações de poder existentes e naturalizadas nas esferas privada e pública ganharam o caráter político que, até então, não se considerava. Afinal, se defendia que lugar de mulher

era em casa, cuidando dos filhos, lavando, passando e cozinhando – o que, nos dias atuais, continua sendo visto, de maneira estereotipada, como o papel das mulheres, retratado por discursos do senso comum, por veículos da imprensa comercial e por pronunciamentos de políticos. (FREITAS, 2018, p. 20)

Freitas (2018) pontua que o desenvolvimento e expansão dos movimentos sociais no Brasil durante a segunda metade dos anos 1970 foi o que tornou possível, organizada e efetiva a mobilização e a participação de vários setores da população brasileira na esfera pública.

A imprensa alternativa, espaço de difusão de informação de diversos movimentos sociais, buscava construir um contraponto ideológico com a mídia tradicional que, censurada, atuava em prol do regime. Freitas (2018) coloca que era na imprensa alternativa que estavam as pautas que reivindicavam liberdade, autonomia, justiça, reconhecimento, democracia e cidadania. O autor Bernardo Kucinski ainda elucida que:

Em contraste com a complacência da grande imprensa para com a ditadura militar, os jornais alternativos cobravam com veemência a restauração da democracia e do respeito aos direitos humanos e faziam a crítica do modelo econômico. (...) destoavam, assim, do discurso triunfalista do governo ecoado pela grande imprensa. (...) Opunham-se, por princípio, ao discurso oficial. (KUCINSKI, 2001, p.13)

A segunda metade dos anos 1970 marca um período onde desenvolve-se uma nova maneira de organização e expressão dos movimentos sociais, entre eles, os movimentos feministas. “É nesta época que os jornais da imprensa feminista, cada um de acordo com sua perspectiva editorial, começam as tentativas de vocalizar estes debates há tanto deslegitimados e mantidos fora da arena pública”. (FREITAS, 2018, p.23).

A militância, nos anos 70 e 80, constituiu certamente, espaço de referência, para afirmações identitárias, referência de presença na ação, para as pessoas que pensaram com muita força, na modificação da Ordem Social, no Brasil e, no mundo todo. (NASCIMENTO, 2007, p.41).

Os jornais alternativos, portanto, foram de grande importância, uma vez que revelaram novos e atuantes personagens do cenário político brasileiro, bem como suas lutas e reivindicações, além de possibilitar uma maior organização e congregar novos adeptos aos movimentos sociais.

(...) protagonizaram em suas páginas os movimentos populares de reivindicações e de protesto e discutiam os temas clássicos das esquerdas, como o caminho da revolução brasileira e as táticas e estratégias de oposição durante o longo período de abertura. (KUCINSKI, 2001, p.14).

Inserido nesse contexto de organização e reivindicação, o movimento feminista passou, então, a ocupar um notado e relevante espaço na esfera pública e a produzir, por meio da imprensa alternativa, periódicos consonantes com suas pautas e protestos.

## **Os editoriais do Nós Mulheres**

A imprensa alternativa da década de 1970, como já dissemos, foi um terreno fértil para que as mulheres traçassem uma comunicação feita diretamente por elas e com discursos voltados especificamente para elas. Neste ínterim, foi lançado, em junho de 1976, na cidade de São Paulo, a primeira edição do jornal *Nós Mulheres*, uma nova forma de expressão do movimento feminista que se pôs a serviço da organização das mulheres, reivindicando direitos, questionando as relações de poder e introduzindo-as no movimento popular contra o regime. Organizado e publicado pela Associação de Mulheres no período entre 1976 a 1978, a primeira edição do jornal *Nós Mulheres* teve o financiamento da atriz Ruth Escobar.

Dentro desse cenário analisamos o conteúdo de três dos oito editoriais produzidos pelo jornal entre os anos de 1976 a 1978. Como método, utilizamos a Análise de Conteúdo proposta por Laurence Bardin (1977), que torna possível a verificação de textos com base em um conjunto de técnicas de análise das comunicações em materiais qualitativos em busca de uma melhor

compreensão de uma comunicação. A partir dessa metodologia é possível relacionar características gramaticais às ideológicas e teóricas, por meio do qual torna-se possível extrair aspectos relevantes de pesquisa. “Na análise qualitativa é a *presença* ou a *ausência* de uma dada característica de conteúdo ou de um conjunto de características num determinado fragmento de mensagem que é tomado em consideração”. (BARDIN, 1977, p. 21). Ainda sobre a Análise de Conteúdo, Bardin (1977) esclarece que se trata de:

Um conjunto de técnicas de análise das comunicações visando obter, por procedimentos, sistemáticos e objetivos de descrição do conteúdo das mensagens, indicadores (quantitativos ou não) que permitam a inferência de conhecimentos relativos às condições de produção/recepção (variáveis inferidas) dessas mensagens. (BARDIN, 1977, p. 42)

Pertencem, pois, ao domínio da análise de conteúdo, todas as iniciativas que, a partir de um conjunto de técnicas parciais mas complementares, consistam na explicitação e sistematização do conteúdo das mensagens e da expressão deste conteúdo, com o contributo de índices passíveis ou não de quantificação, a partir de um conjunto de técnicas que, embora parciais, são complementares. Esta abordagem tem por finalidade efetuar deduções lógicas e justificadas, referente à origem das mensagens tomadas em consideração (o emissor e o seu contexto, ou, eventualmente, os efeitos dessas mensagens. (BARDIN, 1977, p. 42)

Esta metodologia, que se pretende empírica, se dedica às falas e interpretações de referido conteúdo. De acordo com Bardin (1977), a Análise de Conteúdo pode ser utilizada para fins de medir a implicação do político em determinados discursos, seguir a evolução moral da nossa época e ainda encontrar o inconsciente coletivo. Por isso, aplicamos este método para verificar três editoriais do jornal Nós Mulheres. Por meio da análise categorial de Bardin (1977) tomamos em consideração a totalidade dos textos analisados, classificando-os conforme a presença de itens de sentido que validassem as causas feministas. “O analista tira partido do tratamento das mensagens que manipula para inferir (deduzir de maneira lógica) conhecimentos sobre o emissor da mensagem ou sobre seu meio”. (BARDIN,

1977, p. 39). Utilizamos o que Bardin (1977) chama de análise documental, uma forma de verificar o conteúdo e a expressão dos editoriais do *Nós Mulheres*. Bardin (1977) explica que o método da Análise de Conteúdo trabalha a prática da língua realizada por emissores justificáveis e busca compreender os jogadores ou o ambiente do jogo num momento determinado, com o contributo das partes observáveis. Por meio dessa análise busca-se as realidades que não estão postas por meio das mensagens em observação.

Nesse contexto, a autora Amélia Teles (2017) pontua, sobre o *Nós Mulheres*, que o jornal contribuiu de forma decisiva para o avanço das ideias feministas e para o combate à discriminação de gênero. É possível que analisemos essa afirmação quando lemos o primeiro editorial do *Nós Mulheres*, que traz o seguinte texto:

Desde que nascemos, Nós Mulheres, ouvimos em casa, na escola, no trabalho, na rua, em todos os lugares, que nossa função na vida é casar e ter filhos. Que Nós Mulheres não precisamos estudar nem trabalhar, pois isto é coisa de homem. Os próprios brinquedos da nossa infância já nos preparam para cumprir essa função que dizem ser natural da mulher: mãe e esposa. Nós Meninas devemos sempre andar limpinhas e brincar (de preferência dentro de casa) de boneca, de comidinha, de casinha. E os meninos podem andar sujos e brincar na rua porque são moleques e porque devem se preparar para tomar decisões, ganhar a vida e assumir a chefia de casa. Além disso aprendemos que sexo é um pecado para Nós Mulheres, que devemos ser virgens até o casamento, e que as relações sexuais devem ser realizadas tendo como principal objetivo a procriação. Aprendemos também que devemos estar sempre preocupadas com a nossa aparência física, que devemos ser dóceis, submissas e puras para podermos conseguir marido. Ao mesmo tempo, vemos todos aplaudirem as conquistas amorosas e as farras de nossos irmãos. E muitas vezes não entendemos porque eles podem ter uma liberdade que para nós é considerada pecaminosa. Quando vamos procurar um emprego, porque o salário do marido ou pai não dá pra viver, ou porque queremos sair um pouco da solidão das quatro paredes de uma casa, sempre encontramos mais dificuldades que o homem, porque somos mulheres. Dizem-nos que não seremos boas trabalhadoras porque trazemos para o serviço o cansaço do trabalho de casa e a preocupação com nossos filhos. (...)

Achamos que Nós Mulheres devemos lutar para que possamos nos preparar, tanto quanto os homens, para enfrentar a vida. Para que

tenhamos o direito à realização. Para que ganhemos salários iguais quando fazemos trabalhos iguais. Para que a sociedade como um todo reconheça que nossos filhos são a geração de amanhã e que o cuidado deles é um dever de todos e não só das mulheres. É possível que nos perguntem; Mas se as mulheres querem tudo isto, quem vai cuidar da casa e dos filhos?. Nós responderemos: o trabalho doméstico e o cuidado dos filhos é um trabalho necessário, pois ninguém come comida crua, anda sujo ou pode deixar os filhos abandonados. Queremos, portanto, boas creches e escolas para os nossos filhos, lavanderias coletivas e restaurantes a preços populares para que possamos junto com os homens assumir as responsabilidades da sociedade. Queremos também que nossos companheiros reconheçam que a casa em que moramos e os filhos que temos são deles e que eles devem assumir conosco as responsabilidades caseiras e nossa luta é por torná-las sociais. Mas não é só. Nós mulheres queremos, junto com os homens, lutar por uma sociedade mais justa, onde todos possam comer, estudar, trabalhar em trabalhos dignos, se divertir, ter onde morar, ter o que vestir e o que calçar. E, por isto, não separamos a luta da mulher da de todos, homens e mulheres, pela sua emancipação. Nós Mulheres decidimos fazer esse jornal feminista para que possamos ter um espaço nosso, para discutir nossa situação e nossos problemas. E também, para pensarmos juntas nas soluções. (*Jornal Nós Mulheres*, 1976, p.2).

O editorial problematiza os padrões sexistas e por meio da questão da jornada de trabalho feminino, que ocorria em casa e fora dela, propõe um conjunto de reivindicações, apontando como soluções a implementação de mais políticas públicas de Estado voltadas para o benefício direto da mulher e dos filhos.

Por meio desse texto editorial, o periódico buscava ajudar as mulheres a tomar consciência da sua condição social. Colocava-se, também, a serviço das mulheres oriundas de camadas populares e trazia para o debate a necessidade de transformação econômica e social, para que as condições de vida e de trabalho das mulheres fossem adequadas. Teles (2017) chama atenção para os debates em torno da circulação do jornal:

A proposta de *Nós Mulheres* de socializar o trabalho doméstico pela criação de equipamentos sociais, como creches, lavanderias e refeitórios públicos era considerada absurda também por ativistas de esquerda pois a maioria do povo brasileiro tinha problemas mais prioritários, como a fome e a falta de liberdade. Mas as ideias do jornal propiciavam debates nas escolas e bairros de periferia. (TELES, 2017, p. 100)

Dessa forma, o jornal ainda ampliava a visão tradicional da esquerda sobre as questões de gênero e defendia a autonomia das lutas do movimento feminista.

O *Nós Mulheres* foi um jornal comercializado principalmente pela militância feminista de esquerda e buscava sempre divulgar uma nova visão sociopolítica, propondo novas reflexões em âmbitos cotidianos de opressões estruturais das mulheres. Era, em termos editoriais e textuais, inteiramente produzido por mulheres, e tinha nas jornalistas Marisa Correa, Laís Antonio do Nascimento e Anamércia Vainsencher suas principais responsáveis. A equipe de colaboradoras chegou a somar quase trinta mulheres. Elas compunham o conselho editorial, a direção do jornal e eram responsáveis pela linha editorial, pela redação das matérias e pela venda do periódico nos espaços de militância feminista. Procuravam, na prática, contrapor-se ao modelo de hierarquia social centrado na figura masculina. Era uma imprensa artesanal, de periodicidade bimestral e edição coletiva, que, durante os três anos que esteve em circulação, publicou oito edições. Foram 204 textos nos formatos de editoriais, crônicas, cartas, matérias, charges e notas.

O grupo reunido desde 1976, em torno do jornal *Nós Mulheres*, optou por uma organização de trabalho que comportasse uma democracia interna e mais ampla possível, partindo da igualdade de direitos e deveres de cada uma de suas participantes. A nossa preocupação era atingir uma flexibilidade dos papéis de responsabilidade que despertasse as potencialidades criativas de cada uma. (...) Esta forma de trabalhar fugia às regras de um jornal tradicional e permitia que todas acompanhassem o processo de realização de nosso trabalho, desde a feitura dos textos até a distribuição do jornal, o que nos dava a sensação gratificante de que o produto de nosso trabalho nos pertencia. (Grupo Nós Mulheres, 1979, p.11).

Nota-se, também, no texto do editorial, que o jornal aproximava-se das mulheres com uma linguagem íntima, pessoal, estabelecendo uma relação de confiança de forma a lhes fazer se apropriar das lutas populares em favor da causa feminista. Havia um compromisso com essa nova linguagem de forma

a melhor difundir as reivindicações e propostas que se relacionavam diretamente com a atuação das mulheres nos espaços públicos.

Ser uma feminista passou a ter um sentido novo e multifacetado, já que nele estava contido o entendimento de se ter uma política centrada em um conjunto de questões específicas das mulheres; aderir a determinadas normas de organização e agir em certos espaços públicos a fim de aprofundar a análise da opressão de gênero, além de, nos próprios movimentos de mulheres, promover a consciência dessa opressão. (ALVAREZ, 2000, p. 389).

Por meio da linguagem, o jornal *Nós Mulheres* rompeu o tratamento textual ofertado às mulheres pela imprensa feminina tradicional da época, onde um repórter impessoal e assexuado costumava protocolar regras e ditames sociais e aconselhar uma leitora que chamava de “você, mulher”. A imprensa feminina da época se limitava a temas domésticos e ditava um modo universal de comportamento feminino. Em contraponto, o *Nós Mulheres* passou a trazer temas tidos como polêmicos e pouco abordados. O “você”, tão comum na linguagem das revistas femininas, tornou-se o “nós”, e, desta forma, colocava-se como um vocativo que aproximava as mulheres e as incentivava a tomar parte naquela luta feminista que visava, principalmente, o fim da opressão de gênero. Colocava-as como parte relevante do cenário político e as tirava da condição de subalternidade e inferioridade que a sociedade, focada na figura masculina, estabelecia. Estimulava que as mulheres passassem a ver a si mesmas como protagonistas, e não coadjuvantes, do cenário social.

No papel de trabalhadoras, ao menos as mulheres gozavam de liberdade econômica, mas como esposas eram destinadas a se tornar apêndices de seus companheiros, serviçais de seus maridos. No papel de mães, eram definidas como instrumentos passivos para a reposição da vida humana. A situação da dona de casa branca era cheia de contradições. Era inevitável que houvesse resistência. (DAVIS, 2016, p. 45).

O tom de aproximação dos textos do jornal remetia a uma certa intimidade, a uma proximidade, e buscava conclamar as mulheres para que

entendessem que a luta pelos direitos dizia respeito a todas elas, sem diferenciação de condição social ou racial. A linguagem do jornal era posta de forma a fazê-las ver os contextos sociais de modo crítico e então passassem a questionar a opressão social do feminino que até então era amplamente naturalizada. O periódico politizava a vida cotidiana das leitoras.

Outro ponto interessante do *Nós Mulheres* é que ele, apesar de priorizar e focar na produção de informação e no debate tendo em vista as mulheres, não descartava a aproximação dos homens. Em um manifesto publicado em 1979 o grupo que comandava o jornal chamou atenção para o fato:

Buscamos ao lado dos homens uma forma de relacionamento entre os sexos, que desperte uma nova identidade social – feminina e masculina – não mais baseada na opressão de um sexo pelo outro, mas onde sejam respeitadas as diferenças, sem que constituam motivos para as desigualdades sociais. (Grupo Nós Mulheres, 1979, p.8)

Compreende-se então o intento de transformação social estrutural que o jornal carregava consigo. Concluímos, pois, que o fio condutor dos enunciados dos editoriais do jornal foram aspectos que dizem respeito às causas da mensagem, portanto, as causas do movimento feminista. Também é possível notar que as consequências que esses enunciados visam provocar são, além da difusão de informação, uma maior adesão de mulheres brasileiras ao movimento feminista.

Os editoriais, explica o autor José Marques de Melo (1985), são locais de expressão da opinião de quem produz o jornal, um espaço de defesa das políticas editoriais do periódico. Dentro do gênero opinativo do jornalismo, o editorial oferece a opinião do jornal e a sua posição em relação aos fatos, portando-se de forma a convencer o leitor que sua postura e abordagem sobre determinada circunstância são as mais adequadas, além de fornecer argumentos elaborados sobre seus pontos de vista.

No caso do *Nós Mulheres*, o editorial era um espaço onde havia diálogo com as leitoras, prestações de contas sobre a situação financeira do jornal,

expressão de opiniões e posições políticas e, principalmente, a defesa do discurso feminista. Era expresso que o jornal se identificava como feminista e produzia conteúdo de forma a construir uma dimensão de educação e politização das mulheres na esfera pública que militassem a favor das causas feministas. É possível identificar essas categorias no editorial da edição de número sete do periódico:

Que as coisas fiquem claras: mantemos a firme convicção de que existe um espaço para a imprensa feminista, que denuncia a opressão da mulher brasileira e luta por uma sociedade livre e democrática. Acreditamos que a liderança da luta feminista cabe às mulheres das classes trabalhadoras que não são só oprimidas enquanto sexo, mas também exploradas enquanto classe. No Brasil, dada a incipiência da organização de todos que lutam por uma sociedade democrática e, em particular, da organização de mulheres, essa liderança ainda não foi assumida. E esse é o grande desafio que enfrentamos. Será somente quando movimentos amplos de mulheres das classes trabalhadoras e os atuais grupos feministas – em geral, mulheres pertencentes à classe média que tiveram acesso mais fácil ao conhecimento – integrarem-se como um todo orgânico, que o feminismo se tornará uma força concreta de transformação social. Por isso, o NM continuará defendendo a perspectiva das mulheres trabalhadoras, registrando suas lutas e, ao mesmo tempo, tentando avançar na discussão de todos os aspectos que envolvem a opressão da mulher – e que vão desde o lugar ocupado por ela na estrutura produtiva até a própria repressão sexual. O jornal pretende, com isso, atingir a todas as mulheres democratas de diferentes camadas sociais interessadas na questão feminina. (Editorial, *Nós Mulheres*, n. 7, p. 2)

O jornal também usava o espaço de editorial para, dentro da defesa do movimento feminista, conclamar outras mulheres a fazer parte dele. Era comum que elas usassem uma linguagem onde a mulher pudesse se ver reproduzida, de forma a desejar fazer parte do movimento. As produtoras do jornal o colocavam como um espaço amplo de ideias, de luta conjunta e de amadurecimento social coletivo.

Em 1975, com o Ano Internacional da Mulher, o debate em torno da opressão da mulher começou a crescer. E foi nesse clima de nascente entusiasmo que em maio de 1976, faz um ano, preparávamos o primeiro número de *Nós Mulheres*. Era a primeira vez que fazíamos um jornal, daí o clima de confusão e insegurança. Mas mesmo em meio à confusão nosso objetivo se manteve claro:

## A IMPRENSA ALTERNATIVA COMO ALIADA AO MOVIMENTO FEMINISTA DURANTE A DITADURA MILITAR NO BRASIL: uma análise no jornal *Nós Mulheres*

fazer um jornal para a mulher trabalhadora, a mãe e dona-de-casa, da periferia de São Paulo; para a estudante, a profissional, a intelectual. Um jornal de frente onde coubessem todos os interessados em discutir abertamente a opressão da mulher. Um jornal que debatesse a situação da mulher brasileira estava destinado ao fracasso, segundo alguns, e ao ridículo, segundo outros. Mesmo entre nós havia reservas ao nos afirmar feministas, palavra tão desgastada. (...). O grupo de *Nós Mulheres* formou-se em torno da idéia de criar um jornal feminista. Muitas de nós sequer nos conhecíamos, como não conhecíamos o que significava feminismo para o resto do grupo. Aos poucos, porém, num processo muitas vezes doloroso, fomos nos conhecendo. (...) Estamos aprendendo a caminhar. (Editorial, *Nós Mulheres*, n. 5, p. 2)

O editorial era também um espaço por vezes didático de difusão do que defendia o movimento feminista. Com isso, o jornal abria um horizonte de maior reflexão crítica do pensamento das mulheres que se aproximavam da publicação.

Se fazer política significa deixar que o "individual" se mantenha fragmentado, separado do "social" e esquecer que somos homens, mulheres, velhos, crianças, negros, brancos ou índios, com os problemas específicos dessa diversidade de condições, então, certamente resultará daí apenas uma mudança parcial, nunca uma verdadeira revolução. O feminismo aparece dentro dessa nova concepção de política. Se as idéias feministas ainda não conseguiram uma organicidade que permita às mulheres atuar como um movimento social organizado, alguns passos importantes já foram dados. Pela primeira vez em nosso país, as forças democráticas incluem em seu programa político as reivindicações das mulheres e preocupam-se com sua participação efetiva. Nos sindicatos, o mesmo acontece. A questão principal é, então, como manter a autonomia da organização das mulheres democratas, enquanto um movimento social específico, garantindo que ela seja incorporada à luta pela democracia, não de forma isolada, mas como parte implícita dessa luta. É com essa problemática que nos defrontamos. Sabemos que levar adiante essa briga depende de nós. (Editorial, *Nós Mulheres*, n. 8, p. 2)

Nota-se, pois, que os editoriais do jornal *Nós Mulheres* ganharam dimensões não apenas de informação e opinião, mas, também, e principalmente, de informação e chamamento para adesão às causas do movimento feminista.

### Imprensa Feminista

Buitoni (1981) divide a “imprensa feminina” do século XIX em dois grupos: o primeiro a autora chama de imprensa tradicional, uma vez que as pautas que essa imprensa traz não permite às mulheres liberdade de ação fora do lar e ainda engrandece as virtudes domésticas e as qualidades estipuladas como “femininas”. O segundo a autora chama de imprensa progressista, que se caracteriza por apresentar e defender os direitos das mulheres. A autora registra, ainda, que os periódicos progressistas traziam ideias feministas e, dessa forma, começaram a levar as mulheres a compartilhar experiências e organizar suas reivindicações.

Foi o trato dado pela imprensa feminista de temas tidos como “tabus” pela ordem social que aproximou as mulheres entre si em prol das causas políticas, rompeu com a hegemonia da mídia tradicional e auxiliou a movimentação delas contra o regime militar imposto. Colling (1997) pontua:

1975 é um divisor de águas na luta das mulheres. (...) A “rainha do lar” começa a ceder espaço para a militante também engajada na luta pela redemocratização do país. Os jornais feministas aparecem – *Brasil Mulher, Nós Mulheres e Mulherio* tiveram grande aceitação. O debate feminista ia se impondo, questionando o relacionamento entre homem e mulher, as discriminações e violências sofridas pelas mulheres. (COLLING, 1997, p. 43)

Dentro do mesmo tema e recorte temporal, Freitas (2018) recorda que:

O ano de 1975 foi marcante e decisivo para as reivindicações dos movimentos feministas estarem na agenda da discussão pública. A Organização das Nações Unidas (ONU) instituiu 1975 como o Ano Internacional da Mulher e o período de 1975 a 1985 como a Década da Mulher. O objetivo dessas ações era possibilitar uma discussão, em nível mundial, das questões que tinham as mulheres como protagonistas, por exemplo, saúde, direitos sexuais e reprodutivos, cidadania, emancipação e violência. (FREITAS, 2018, p. 78)

Nota-se o País estava em uma época especialmente propícia ao debate do pensamento feminista e também a uma organização do movimento. A imprensa alternativa passou a ser deveras importante para o fortalecimento e difusão do movimento feminista.

Registra-se que, dentro do cenário desta imprensa feminina, feminista e progressista que foi publicado o primeiro jornal dirigido às mulheres e produzido por mulheres, o *Brasil Mulher*. Este periódico foi publicado pela Sociedade Brasil Mulher entre os anos de 1975 e 1980. Após o *Brasil Mulher*, no ano de 1980, nasceu o *Mulherio*, também consonante com causas e a organização popular feminista. O *Nós Mulheres*, portanto, é posterior ao *Brasil Mulher* e antecede o *Mulherio*.

Esses periódicos eram uma forma material de organização popular das mulheres em torno do movimento feminista. Por meio deles as mulheres tinham oportunidade de compreender a si mesmas enquanto sujeitos de direitos e também como parte ativa do cenário político nacional. As reflexões dos jornais abriam espaço para que as mulheres questionassem a opressão de gênero sofrida e a partir daí buscassem organizar meios de construção e atuação cidadã.

Em muitas das frentes das lutas feministas, a exigência foi a cidadania igual para mulheres e homens. Mas o deciframento do sentido dessa igualdade implicava ir além da isonomia legal e inquirir as condições reais de existência delas e deles, questionando premissas básicas das hierarquias sociais e do funcionamento das instituições. (MIGUEL, Luis Felipe; BIROLI, Flávia, 2014, p. 9)

Caparelli (1986) aponta que, não apenas no Brasil, mas em períodos de exceção em todo o mundo, quando houve forte controle dos meios de comunicação de massa, a imprensa alternativa surgiu com intensidade e organização bem peculiares.

Assim sendo, o jornal *Nós Mulheres*, bem como outros periódicos feministas aqui mencionados, demonstra que havia uma notada absorção do pensamento insurgente do mundo afora também na imprensa alternativa brasileira, e que havia, no periódico, uma dimensão de formação cidadã das mulheres. Sobre o tema, Barsted (1983) pontua que os veículos da imprensa alternativa feminista estavam inseridos em uma estratégia de formação e

amadurecimento dos movimentos feministas e tinham como objetivos recriar a identidade social das mulheres e resgatar suas histórias.

Neste contexto histórico, nota-se que a imprensa alternativa feminista foi essencial para a desconstrução do estereótipo da mulher na mídia tradicional e a formação do protagonismo feminino nas pautas e debates públicos.

As feministas brasileiras da década de 1970 buscavam, através de sua imprensa, construir uma posição política que desse conta da especificidade da condição feminina, de uma visão alternativa de política (calcada na subjetividade, na valorização do cotidiano, na transformação de relações pessoais, afetivas e sexuais) e, ainda, da luta contra a ditadura e o socialismo. Ou seja, para a maioria das feministas brasileiras, oriundas da esquerda organizada, a questão central era unir feminismo, luta democrática e socialismo. (ARAÚJO, 2000, p. 164)

Meios alternativos de imprensa foram essenciais, naquele momento, para que os movimentos sociais divulgassem suas reivindicações e combatessem a manipulação dos discursos da mídia abatida pela censura do regime.

## **Considerações Finais**

A imprensa alternativa no Brasil foi de suma importância para que movimentos sociais pudessem se organizar e dar visibilidade às suas pautas. Produzir e colocar em circulação esses periódicos era uma forma de organização e ampliação desses movimentos. Trouxemos, aqui, um recorte da organização do movimento feminista no Brasil por meio de uma Análise de Conteúdo de alguns dos editoriais do jornal *Nós Mulheres*, que se posicionou na esfera midiática de forma a romper hegemonias e questionar organizações e tradições sociais.

Em pleno período do regime militar, o jornal *Nós Mulheres* se propôs a romper os grilhões da censura e se aproximar das mulheres. Numa dimensão educativa e informativa, o jornal trazia as visões do movimento feminista a

propunha uma nova ordem social, estimulando o pensamento crítico, a reflexão e a luta por direitos.

O *Nós Mulheres* posiciona-se, portanto, como um importante modelo de atuação do movimento feminista no Brasil dentro da mídia alternativa do país num período específico da vida política brasileira.

## Referências

ALVAREZ, Sonia. A “globalização” dos feminismos latino-americanos: tendências dos anos 90 e desafios para o novo milênio. In: ALVAREZ, Sonia; DAGNINO, Evelina; ESCOBAR, Arturo (org.). **Cultura e política nos movimentos sociais latino-americanos: novas leituras**. Minas Gerais: Editora UFMG, 2000.

ARAÚJO, Maria Paula Nascimento. **A utopia fragmentada: as novas esquerdas no Brasil e no mundo na década de 1970**. Rio de Janeiro: Editora FGV, 2000.

BARDIN, Laurence. **Análise de Conteúdo**. Lisboa: Editora 70, 1977.

BARSTED, Leila Linhares. Comunicação: é falando que a gente se entende. In: **PROJETO MULHER**. Mulheres em Movimento. Rio de Janeiro: Marco Zero; Instituição de Ação Cultural, 1983.

BUITONI, Dulcília. **Imprensa Feminina**. São Paulo: Editora Ática, 1986.

CAPARELLI, Sérgio. **Comunicação de massa sem massa**. São Paulo: Editora Summus, 1986.

COLLING, Ana Maria. **A Resistência da Mulher à Ditadura Militar no Brasil**. Rio de Janeiro: Editora Rosa dos Tempos, 1997.

DAVIS, Angela. **Mulheres, Raça e Classe**. São Paulo: Editora Boitempo, 2016.

EDITORIAL. **Nós Mulheres**. São Paulo, n.5, p.2, 1977.

EDITORIAL. **Nós Mulheres**. São Paulo, n.7, p.2, 1978.

EDITORIAL. **Nós Mulheres**. São Paulo, n.8, p. 2, 1978.

FREITAS, Viviane Gonçalves. **Feminismos na Imprensa Alternativa Brasileira: Quatro décadas de lutas por direitos**. São Paulo: Páco Editorial, 2018.

GOHN, Maria da Glória. **Novas Teorias dos Movimentos Sociais**. 5ª ed. São Paulo: Edições Loyola, 2014.

GRUPO NÓS MULHERES. **O Grupo Nós Mulheres**, 1979, mimeo.

KUCINSKI, Bernardo. **Jornalistas e Revolucionários: Nos Tempos da Imprensa Alternativa**. 3ª Ed., São Paulo: EDUSP, 2001.

MELO, José Marques de. **A Opinião no Jornalismo Brasileiro**. Rio de Janeiro: Editora Vozes, 1985.

MIGUEL, Luis Felipe; BIROLI, Flávia. **Feminismo e Política: Uma Introdução**. São Paulo: Editora Boitempo, 2014.

NASCIMENTO, Sandra. **Mulheres em Movimento – Memória da Participação das Mulheres nos Movimentos pelas Transformações das Relações de Gênero nos anos 1970 A 1980**, São Luís: EDUFMA, 2007.

TELES, Maria Amélia de Almeida. **Breve História do Feminismo no Brasil e Outros Ensaios**. São Paulo: Editora Alameda, 2017.



# LE JOURNALISME LITTÉRAIRE ET LE PERSONNAGE: un nouveau rapport d'altérité entre l'auteur et la source journalistique

## JORNALISMO LITERÁRIO E PERSONAGEM: uma nova relação de alteridade entre o autor e a fonte jornalística

Ailton SOBRINHO<sup>1</sup>

Universidade Clermont Auvergne | França

### Résumé

Le journalisme littéraire, par le biais du reportage narratif, a promu une nouvelle approche relationnelle entre le journaliste et sa source. L'utilisation de nouveaux procédés pour l'élaboration du texte journalistique a contribué au retour du journaliste sur le terrain – là où s'opère toute démarche d'altérité –, tout en lui apportant de nouvelles expériences dans l'exercice de son activité. En concevant la pratique du journalisme comme terrain d'échange avec autrui, cet article vise à discuter de la place du personnage dans les textes qui s'inscrivent dans le journalisme littéraire, à l'exemple du reportage Hiroshima, de John Hersey.

### Mots-clés

Altérité, journalisme, personnage, immersion, experientialité

### Resumo

O jornalismo literário instaurou uma nova dinâmica no relacionamento entre o repórter e a sua fonte. Procedimentos acrescidos à elaboração da reportagem narrativa levaram o jornalista a privilegiar o trabalho de campo, onde a alteridade se evidencia, proporcionando-lhe novas experiências no exercício de sua função. Concebendo o jornalismo como um terreno propício a trocas com outrem, este artigo visa a discutir o lugar do personagem nos textos pertencentes à modalidade jornalístico-literária, a exemplo da reportagem Hiroshima, de John Hersey.

### Palavras-chave

Alteridade, jornalismo, personagem, imersão, experientialidade

RECEBIDO EM 21 DE MARÇO DE 2020  
ACEITO EM 16 DE ABRIL DE 2020

<sup>1</sup> JORNALISTA. Doutorando em estudos lusófonos na Universidade Clermont Auvergne (França) e membro do laboratório CELIS. Sua pesquisa se concentra fundamentalmente nas relações entre jornalismo e literatura. JOURNALISTE. Doctorant en études lusophones à l'Université Clermont Auvergne (France) et rattaché au laboratoire du CELIS. Sa recherche porte fondamentalement sur les relations entre journalisme et littérature. Contato: ailton.pereira\_rezende\_sobrinho@uca.fr



L'importance conférée au personnage dans le journalisme littéraire est l'une des marques distinctives de ce journalisme. En côtoyant les faits et les sources journalistiques de tout près, le journaliste-écrivain éprouve au quotidien une nouvelle expérience humaine, narrative et professionnelle. Cette nouvelle pratique journalistique, qui s'appuie sur l'immersion pour mieux appréhender la réalité et ainsi donner un nouveau sens à l'expérience d'écriture et de lecture<sup>2</sup>, s'est elle aussi fondée sur un socle éthique visant à mieux encadrer l'action du journaliste sur le terrain (y compris ses relations avec les sources-sujets)<sup>3</sup>. Kramer (1995) et Lima (2009)<sup>4</sup> ont, par ailleurs, abordé le principe éthique du journalisme littéraire – sans pour autant négliger la complexité du rapport entre journaliste et source – lorsqu'ils ont défini respectivement les huit caractéristiques et les dix piliers de cette branche journalistique.

Censée adopter, comme dans tout autre travail journalistique, une posture de respect et d'acceptation de l'autre dans sa différence (que celle-ci soit sociale, ethnique et culturelle)<sup>5</sup>, la pratique du journalisme littéraire relève d'une importante démarche d'altérité<sup>6</sup>. Bien que cela paraisse évident, cette démarche exige une certaine habilité de la part du journaliste. L'habilité,

---

<sup>2</sup>Selon Lima (2014), le texte du journalisme littéraire propose au lecteur des histoires qui ont de la saveur et de la couleur. Nous pouvons ainsi parler d'une expérience sensorielle lorsque le lecteur pose les yeux sur un texte appartenant à cette modalité journalistique.

<sup>3</sup>Pour Lallemand (2011, p. 198), les sources-sujets sont les protagonistes du reportage narratif, « ceux dont l'existence même est au cœur de l'article ». Selon lui, leur traitement soulève d'importants enjeux éthiques, compte tenu de la proximité (voire de la familiarité, comme souligné par Martinez, 2016) cultivée entre auteur et sujet dans le journalisme littéraire. En raison des spécificités de la relation entre journaliste et source dans le journalisme narratif, l'auteur affirme que la déontologie de ce journalisme « se doit d'être plus exigeante que la déontologie générale » (p. 209).

<sup>4</sup>Cités par Martinez, 2016, p. 40-49.

<sup>5</sup>C'est cela même qui définit l'altérité.

<sup>6</sup>De Descartes à Levinas en passant par Rimbaud avec sa célèbre citation « Je est un autre », l'altérité est un sujet sur lequel plusieurs auteurs et penseurs se sont penchés. L'acte de se reconnaître dans l'autre – ou tout simplement d'accepter l'autre dans son étrangeté – est partie intégrante de nos relations sociales. Dans le journalisme, où le contact avec autrui est au cœur même du métier, le journaliste est assujéti quotidiennement à la complexité des rapports avec l'autre. Et c'est justement dans ce rapport que s'inscrit l'altérité. En attribuant au personnage, cette personne étrangère au journaliste, un rôle central dans le texte, le journalisme littéraire promeut l'altérité dans toute sa splendeur. À ce sujet, Grevisse (2016, p. 84) affirme que « la conception d'une action journalistique juste ne peut se concevoir sans prise en compte de l'altérité ».

notamment, de savoir comment approcher la source sans envahir sa vie privée, tout en respectant les différences et les contraintes culturelles et sociales existantes, sa volonté de témoigner ainsi que les distances proxémiques.

Visant ainsi à s'interroger fondamentalement sur le rapport du journaliste à l'autre, en prenant en compte la notion d'altérité et la dimension éthique<sup>7</sup> inscrites dans ce rapport, cet article propose une réflexion sur l'utilisation des sources-sujets dans la presse narrative. Tantôt sources tantôt personnages dans le journalisme, leur présence, mise en évidence par le travail d'immersion du journaliste sur le terrain, servirait à rendre le texte journalistique plus humain et réel à la fois et à éveiller les sens du lecteur en lui proposant une toute nouvelle expérience de lecture.

## Le goût pour la source-personnage

Sous l'étiquette du journalisme littéraire, le journaliste s'est vu doter d'une autre manière d'observer, son récit est devenu le résultat d'un travail d'immersion et les rapports étroits entretenus avec les sources, aussi appelées personnages, sont devenus une marque caractéristique du genre. Le mot personnage, par ailleurs, consacré dans le domaine littéraire<sup>8</sup>, n'est pas une exclusivité de la littérature. Le journalisme, qu'il soit traditionnel ou littéraire, fait lui aussi usage de ce terme pour parler de celui ou celle à qui le journaliste s'adresse pour récolter un témoignage ou enquêter<sup>9</sup>.

En quête d'une expérience journalistique intense, tant pour le journaliste que pour le lecteur, le journalisme littéraire<sup>10</sup> se fait habituellement

---

<sup>7</sup>Lallemand (2011) dédie un chapitre à ce sujet dans le livre *Journalisme narratif en pratique*. La même thématique est évoquée par Grevisse (2016) dans *Déontologie du journalisme*.

<sup>8</sup>Bien qu'il soit consacré dans la littérature, sa notion, selon Valette (1994, p. 1864), reste encore « floue et multiforme ».

<sup>9</sup>La notion de personnage dans le journalisme, conçue comme personnage médiatique, a été largement travaillée par Lits (2008).

<sup>10</sup>Selon Tom Wolfe, le père du Nouveau Journalisme, l'une des branches les plus récentes du journalisme littéraire, les journalistes adeptes de ce mouvement devraient rédiger leurs textes pour qu'ils soient lus comme un roman. L'une des façons d'y arriver, selon Neveu (2004, p. 79), serait d'adopter « des procédés d'écriture qui produisent le sentiment d'être dans la scène décrite ».

*in loco* (voire en immersion) et sur base des échanges entre le journaliste et sa source. Cependant, la réussite de cet échange dépend de la capacité du journaliste à « laisse[r] de côté toute sorte de préjugé », comme le précise Lima (2014, p. 69). Ce n'est qu'en rentrant dans l'intimité de ses sources, et en laissant de côté ses *a priori*, que le reporter peut « appréhender les valeurs, le comportement, les habitudes » de ses personnages et donc devenir une personne légitime pour raconter leur histoire, puis la publier dans la presse. Sans ce type d'interaction<sup>11</sup>, le journalisme littéraire – et toutes les manifestations qui en découlent – n'aurait pas vu le jour.

Dans ce contexte de production journalistique, le personnage, dont dépend le journaliste pour composer son texte, occupe une place d'honneur. Élément indispensable du journalisme littéraire, ce protagoniste du texte, dont les actions et le portrait sont méticuleusement décrits par le journaliste-écrivain, est placé au même rang d'importance que celui des faits. En le mettant au premier plan, le journaliste propose une vision amplifiée de la réalité, dans la mesure où il donne une voix à ceux qui sont souvent ignorés par la presse traditionnelle, et établit « la relation entre les faits objectifs et la réalité subjective » (Lima, 2014, p. 62).

### **(Conce)voir la source comme personnage**

Selon Wolf (1999, p. 222), les sources journalistiques sont « un facteur déterminant pour la qualité de l'information produite par les médias de masse » et l'exercice du journalisme dépend inexorablement du rapport entretenu entre celui qui rapporte et celui qui témoigne. Cette dynamique d'interaction s'est, toutefois, fortement dégradée au fil des années<sup>12</sup>. En

---

<sup>11</sup>Cette démarche interactive est le fruit de l'observation participante, revendiquée par l'anthropologie et par la littérature naturaliste. Dans le champ de l'information, elle tend à humaniser la pratique journalistique.

<sup>12</sup>L'industrialisation de la presse, alliée à la professionnalisation du métier, a fortement contribué à la mise à distance du journaliste par rapport aux sources et au refroidissement de leur relation.

privilégiant les *définisseurs primaires*<sup>13</sup>, le journalisme a restreint le nombre de voix présentes dans les articles, tout en assumant un discours de plus en plus officiel (voire unique)<sup>14</sup>.

Contraire au processus d'alignement du discours et au clientélisme opérés au sein des rédactions, le journalisme littéraire a, cependant, dicté de nouvelles règles de proxémie entre le journaliste et la source. L'autre, dans son étrangeté, a été mis en avant dans le texte. Conscient que son travail se fait en contact étroit avec cette personne étrangère, dans un rapport qui ne se résume plus à une simple séance de questions-réponses, le journaliste-écrivain réalise un travail d'observation minutieuse et d'écoute qui tend au partage. Dans cette nouvelle pratique, la source, désormais personnage<sup>15</sup>, acquiert une place primordiale<sup>16</sup> dans le texte.

En donnant à voir la source comme personnage, le texte journalistique s'est mis à la recherche de plus de profondeur – le but étant de mieux peindre les faits et de mieux appréhender les craintes, le récit et le témoignage des personnes. Pour Franklin (2007), plus le journaliste réfléchit et investit dans le personnage, plus son texte sera développé et enrichi. Doté d'une identité, d'une voix et d'un sentiment qui s'expriment dans le récit<sup>17</sup>, le personnage a un rôle prépondérant dans le récit journalistique – qu'il soit littéraire ou non<sup>18</sup>. Lits (2008, p. 139), en parlant du journalisme de manière générale, affirme que les actions du personnage permettent « d'ancrer le texte [journalistique]

---

<sup>13</sup>Ce concept fut créé en 1978 par Stuart Hall. Cette notion, comme nous l'explique Érik Neveu (2004, p. 57), « suggère que, dans tout domaine de la vie sociale, existent des sources particulièrement accréditées, à cause de leur représentativité, de leur statut institutionnel ».

<sup>14</sup>Pour Wolf (1999), le journalisme traditionnel privilégie les sources dites primaires pour une question de productivité, de crédibilité, d'accessibilité et de proximité.

<sup>15</sup>Il ne s'agit pas que d'un changement de lexique ; celui-ci marque aussi un changement au niveau des approches relationnelles entre journaliste et source, selon la modalité journalistique.

<sup>16</sup>Contrairement à ce qu'il se passe dans le journalisme conventionnel, où le personnage a un rôle purement illustratif.

<sup>17</sup>Le récit est compris ici comme le reportage lui-même.

<sup>18</sup>La différence repose sur la façon dont cet élément essentiel au texte sera exploité par le journaliste de la presse traditionnelle et par celui adepte du journalisme littéraire.

dans le réel » et d'impliquer le lecteur<sup>19</sup>. Pour Lima (2014, p. 46), au sein du journalisme littéraire, ce sont les personnages « qui font vivre l'histoire » racontée.

L'importance alors donnée au personnage dans le journalisme littéraire fait que le journaliste-écrivain devient dépendant de ce premier, une dépendance qui serait même devenue un prérequis nécessaire au développement du récit. En constituant un *élément* dont « on ne peut se passer »<sup>20</sup>, le personnage, ce participant<sup>21</sup> de la narration à part entière, ne peut se contenter d'exister « il doit agir et s'exprimer » dans le texte.

## **Le (con)tact en immersion avec l'Autre**

Pour mettre en évidence la vie émotionnelle et la subjectivité des personnages tout comme pour atteindre une meilleure compréhension de l'autre, le journaliste-écrivain s'adonne à l'immersion. Cette pratique, dont journaliste et lecteur tirent profit, proposerait à ce dernier, lors de la lecture, une expérience sensorielle et symbolique<sup>22</sup> unique. D'après Lima (2014, p. 15), le journaliste-écrivain chercherait ainsi à « faire en sorte que le lecteur ait l'expérience de vivre un peu, au moins, ce dont le reporter a témoigné »<sup>23</sup>.

Signe de l'implication du journaliste<sup>24</sup>, l'écriture en immersion accroît inévitablement les responsabilités de celui-ci envers ses personnages. Pour Dos Santos (2005), le journaliste, une fois sur le terrain, doit transpirer des yeux à force d'observer ses sources-sujets pour pouvoir ainsi s'imbiber d'elles et

---

<sup>19</sup>Pour Lits (2008, p. 143), le personnage est « le pilier de l'illusion réaliste, ce qui va favoriser l'investissement du lecteur ».

<sup>20</sup>Pour Lits (2008, p. 113), « sans personnage, il n'y a pas de récit ».

<sup>21</sup>Barthes, 1977.

<sup>22</sup>Pour Lima (2014, p. 15-17), la mission du journalisme littéraire va bien plus loin que celle d'informer. Selon l'auteur, le journaliste-écrivain est avant tout un « prisonnier de la réalité ». Par conséquent, il ne cherche pas à raconter, mais à montrer les faits, en plaçant le lecteur – via ce qu'il appelle l'éveil des sens – à l'intérieur de l'événement, en le faisant « rentrer dans l'univers décrit dans le reportage ».

<sup>23</sup>Selon Fenestrier (1908), en parlant de la création du reportage subjectif, et cité par Thérenty (2007, p. 290-291), « entendre, voir, écrire sont peu de choses en journalisme ». Le journalisme, pour lui, en tant que pratique, doit « sentir et faire sentir » de façon à ce que le lecteur puisse « vivre et frémir » avec ce qu'on lui sert. Dans ce sens, le journaliste doit transporter le lecteur sur les lieux des faits, et non se contenter de lui faire un compte-rendu des événements.

<sup>24</sup>Selon Grevisse (2016, p. 261), « rapporter le monde oblige à l'implication du journaliste ».

trouver les bons mots pour tout décrire dans le texte<sup>25</sup>. Cette volonté de se mêler à l'autre<sup>26</sup> – avec tous les risques et enjeux éthiques que cela peut comporter – revendiquée par les pratiquants d'un journalisme d'immersion, inscrit le journalisme littéraire dans une perspective sociale et humaine à la fois ainsi que dans une nouvelle démarche d'altérité. Toutefois, l'exercice de l'altérité, si recherché par les adeptes d'un journalisme littéraire d'immersion, n'est pas une tâche facilement accomplie qu'il n'y paraît. Lorsque le journaliste renonce aux sources dites primaires – auxquelles il est beaucoup plus aisé d'avoir accès – pour réaliser un reportage, il choisit de s'aventurer dans l'inconnu et s'invite à la découverte de la complexité des rapports humains.

## **L'odeur de l'Autre**

Pratique empruntée aux sciences sociales, l'immersion permet au journaliste, entre autres, de s'interroger « sur la relation entre soi-même et l'Autre » et de donner « à voir l'expérience vécue » (Leroux & Neveu, 2017, p. 12). Pour faire émerger dans le texte une réalité crue, tout en fournissant au public une autre expérience de lecture<sup>27</sup>, il est fondamental que le journaliste en immersion s'imprègne<sup>28</sup> du lieu dans lequel il se trouve. Lima (2014, p. 17) parle d'une volonté d'amener le lecteur à sentir l'odeur des endroits, les sons ambiants, la forme et la couleur des objets, en cherchant à « réveiller la vue,

---

<sup>25</sup>Émile Zola (cité par Lumbroso, 2017, p. 84), le père du naturalisme, disait que l'immersion permet à l'écrivain d'imprégner le texte de « l'odeur du peuple ». En paraphrasant la citation de Zola, nous pouvons affirmer que le journalisme littéraire cherche à imprégner le texte de l'odeur du personnage.

<sup>26</sup>Étape obligatoire du processus de construction du reportage, aller à la rencontre d'un autre que soi exprime, selon Levinas (1995), un appel à l'altérité. Pour le philosophe, l'autre étant altérité, toute relation avec autrui doit, elle aussi, être envisagée comme telle.

<sup>27</sup>Vanoost (2013, p. 151), en faisant référence au terme « expérientialité » forgé par Monika Fludernik (1996), affirme que cette sorte d'expérience est atteinte lorsque l'on accorde une importance « aux détails et à la vie intérieure des personnages ». Pour y arriver, la pratique de l'immersion reste une étape essentielle à franchir.

<sup>28</sup>Thérenty (2017, p. 24) parle d'une démarche de mobilisation des sens, tels que « la vue, l'ouïe, voire l'odorat, le toucher, le goût ». Vanoost (2013, p. 152), en évoquant des études déjà réalisées sur le journalisme narratif, parle d'une « démarche de reportage en profondeur », dont la pratique ferait « intervenir tous les sens du journaliste, creusant jusque dans les émotions et les pensées des personnages, permettant de faire vivre au lecteur des expériences ». Dans le même ordre d'idées, pour récolter les fruits de l'immersion, Tom Wolfe (1975, p. 35) défend que le journaliste-écrivain doit « prendre l'habitude de rester avec les gens sur lesquels [il] écrit pendant des jours de suite, des semaines parfois ».

l'ouïe, l'odorat, le toucher et le goût [du lecteur] ». Bien que cette démarche donne une autre dimension au travail journalistique ainsi qu'aux rapports entre journaliste et personnage, le journaliste, selon Proteau (2017, p. 111), ne « devient jamais l'autre » – d'où l'importance de ne pas seulement donner à voir une réalité, mais aussi de donner une voix aux personnages qui la vivent, en prenant en compte leur ressenti ainsi que leur témoignage<sup>29</sup>.

En se prêtant à l'exercice de l'immersion, le journaliste-écrivain peut devenir obsédé par l'autre. Levinas (1995) parle d'un « otage de l'autre » pour décrire la nature de certaines relations. Être otage désignerait, selon Marcel Neusch (2017, p. 385), « la situation de celui qui, sans l'avoir choisi, vit dans la dépendance d'autrui ». Dans le cas du journalisme littéraire, cette dépendance, comprise comme l'importance non négligeable conférée aux personnages sans pourtant enlever l'indépendance du journaliste, est volontaire, et, plus encore, elle est recherchée. Pour dépeindre le personnage, cette personne étrangère au journaliste, dans le texte, le journaliste n'a d'autre choix que d'entretenir avec autrui une relation à la fois de dépendance et de coopération. Sans ce rapprochement vécu sur le terrain – en immersion –, il ne peut y avoir ni altérité ni reportage, car le texte journalistique lui-même se nourrit de ces échanges, de ce rapport d'altérité si crucial pour l'activité journalistique.

## **L'expérience de l'altérité sur le terrain**

Le reportage *Hiroshima* est un chef-d'œuvre et une référence dans le domaine du journalisme littéraire. Publié en 1946 dans le magazine *The New Yorker*, un an après les bombardements atomiques d'Hiroshima et Nagasaki qui ont fait plus de deux cent mille morts, Hersey y raconte comment six survivants de la bombe atomique ont vécu les heures qui ont précédé et

---

<sup>29</sup>Dans le journalisme littéraire, cela se traduit par la volonté d'insérer des dialogues et/ou de conserver les marques de la situation d'énonciation, tout en privilégiant le discours direct. Pour Ricœur (1990), le témoignage représente, dans le texte, un phénomène « d'attestation » et « d'appropriation d'autrui ». C'est un indice d'altérité par excellence.

succédé au lâchage de la bombe. Ce produit journalistique<sup>30</sup>, rempli d'informations que seul un journaliste témoin et en immersion<sup>31</sup> aurait pu posséder, a joué un rôle social important, malgré la réception mitigée du reportage auprès du public américain<sup>32</sup>.

Pour parler de ce grand fait journalistique, Hersey a choisi de fonder son récit sur les témoignages de M<sup>lle</sup> Toshiko Sasaki (secrétaire au service du personnel de l'East Asia Tin Works), du docteur Masakazu Fujii (le propriétaire d'une clinique privée), de M<sup>me</sup> Hatsuyo Nakamura (la veuve d'un tailleur), du père Wilhelm Kleinsorge (Allemand et prêtre de la Société de Jésus), du docteur Terufumi Sasaki (jeune médecin à l'hôpital de la Croix-Rouge) et du révérend Kiyoshi Tanimoto (pasteur de l'Église méthodiste d'Hiroshima)<sup>33</sup>. Malgré leurs différences et rôles sociaux divers, leur destin fatidique s'est croisé au matin du lundi 6 août 1945, au moment où ils ont tous frôlé la mort, comme le rapporte le journaliste américain (2011, p. 12) dans son reportage : « La

---

<sup>30</sup>Ce qui ressort du reportage narratif délivré par Hersey, outre sa façon singulière de traiter les sources, est son mélange harmonieux de littérarité (mais sans excès d'enjolivement) et de caractère informatif (la rigueur rédactionnelle et l'objectivité), le tout concentré sur le vécu des personnages, qui sont la clé pour le développement du récit.

<sup>31</sup>Même en ne se rendant sur place qu'après le déroulement du drame (neuf mois après le largage de la bombe), nous pouvons associer le reportage *Hiroshima* à une pratique d'immersion, car, une fois sur les lieux, Hersey a entrepris de reconstruire temporellement (voire chronologiquement) la suite des événements qui ont précédé et ont suivi l'explosion de la bombe comme dans un roman. Pour raconter l'horreur (du lâchage de la bombe, de la destruction engendrée par son explosion et des effets nocifs de la radiation ayant touché les survivants) et reconstruire les événements, le journaliste s'est immergé pendant des semaines dans le chaos qui régnait à Hiroshima. *Hiroshima* témoigne ainsi du déplacement et de la présence du journaliste sur le lieu des faits.

<sup>32</sup>*Hiroshima* a fait connaître aux Américains les horreurs de la bombe atomique. Selon Yavenditti (1974), le reportage a changé le regard stéréotypé des Américains envers les Japonais et leur a permis de visualiser, grâce à ce qu'il a appelé une « literary bombshell », la terrible expérience vécue par les habitants de la ville japonaise. Malgré les qualités à la fois littéraires et journalistiques du texte, *Hiroshima* fut la cible de nombreuses critiques et sa publication n'a pas fait l'unanimité auprès du public. Des sources citées par Yavenditti dans son article ont critiqué la « moral deficiency » de l'œuvre et le manque de condamnation explicite du journaliste face à l'utilisation de la « Little Boy ». D'autres critiques, aussi répertoriées dans l'article, ont reproché à *Hiroshima* de minimiser les effets de la bombe atomique en la rendant familière au public, comme si celle-ci pouvait être assimilée à une catastrophe naturelle de plus. Certains disent même que le reportage n'a servi qu'à instaurer un sentiment de culpabilité chez les lecteurs qui soutenaient le projet américain d'utilisation d'une arme nucléaire. Quelle qu'ait été la réception du reportage auprès du public, une chose est claire : il a eu le pouvoir d'éveiller les consciences en faveur de ou opposées à l'utilisation de la bombe atomique.

<sup>33</sup>Pour Sims (1995, p. 3) « literary journalism pays respect to ordinary life [...] the genre's classics deal with the feelings and experiences of commoners ».

bombe atomique devait faire cent mille victimes et les six personnes en question furent parmi les survivants. Elles en sont encore à se demander, non sans stupeur, pourquoi elles furent épargnées, quand tant d'autres périrent ».

Les six personnages représentés dans le texte<sup>34</sup> ne sont certes qu'une infime partie de la population survivante, mais leur choix s'inscrit dans une démarche courante dans la pratique journalistique – celle de la sélection des sources en fonction, entre autres, de la pertinence et de l'intérêt de leur témoignage. Les raisons qui ont poussé le journaliste à se pencher sur le témoignage de ces six personnes et à restreindre le nombre de personnages<sup>35</sup> pour raconter le drame furent avancées par Yavenditti (1974) et Yagoda (2000). Selon le premier, Hersey les a choisis parce qu' « il pouvait surmonter la barrière de la langue plus facilement avec eux qu'avec beaucoup d'autres survivants interrogés »<sup>36</sup> (p. 35). En corroborant cela, le deuxième auteur affirme que le choix s'est porté surtout sur le fait qu'ils étaient de bons sujets d'interview – même si, socio-économiquement, les six n'étaient pas très représentatifs de la population d'Hiroshima –, en raison de « leur éducation, articulation ou leur connaissance de l'anglais »<sup>37</sup> (p. 187).

En cherchant à capturer l'humanité des six personnages (Yavenditti, 1974) afin d'offrir un aperçu général de la tragédie à partir de leur vécu<sup>38</sup>,

---

<sup>34</sup>Dans la ville d'Hiroshima, cent vingt mille personnes ont péri lors de l'explosion de la bombe atomique et trois cent soixante mille autres ont été blessées.

<sup>35</sup>Hersey a réalisé quarante interviews au total.

<sup>36</sup>« Because he could bridge the language barrier more easily with them than he could with many other survivors whom he interviewed ».

<sup>37</sup>« Their education, articulateness, or knowledge of English lowered the inevitable language barrier and made them the best available subjects ». On notera que le fait d'avoir choisi des individus pour la plupart capables de s'exprimer en anglais – ce qui caractériserait un point de ressemblance entre journaliste et source –, sans doute pour rendre son travail plus facile, n'enlève rien à la présence de l'altérité dans son reportage. Dans ce sens, Ricœur (1990) affirme que « l'autre n'est pas condamné à rester un étranger, mais peut devenir mon semblable ». À condition, d'après Courtine-Denamy (2000, p. 67), « de voir en lui une personne vis-à-vis de laquelle je m'oblige au respect ».

<sup>38</sup>Cette volonté montre également la dépendance du journaliste vis-à-vis des personnages dans la mesure où le lecteur connaît les coulisses de la tragédie exclusivement à partir de leur témoignage. Ce choix narratif, selon Yagoda (2000), fut inspiré du roman *The Bridge of San Luis Rey* de Thornton Wilder, publié en 1927. Dans cette œuvre, l'auteur adopta le même procédé pour raconter l'histoire d'un cataclysme survenu au Pérou au XVIII<sup>e</sup> siècle. Hersey a eu accès à ce livre dans la bibliothèque du navire qui l'a amené à Hiroshima.

Hersey voulait en quelque sorte mener les lecteurs à se reconnaître dans les victimes<sup>39</sup> et à changer leur regard vis-à-vis de l'autre (en l'occurrence, les victimes japonaises). Il viserait ainsi à attirer leur attention, de façon à susciter leur empathie vis-à-vis des personnages et, plus globalement, de l'histoire<sup>40</sup>.

Ce travail de sensibilisation, si on peut le qualifier ainsi, fut accompli avec un style d'écriture où l'utilisation de métaphores et autres figures de style a été éludée. Lors d'une interview accordée quarante ans après la tragédie, Hersey a expliqué le pourquoi de ce choix stylistique. Selon lui, cité par Dupont (2017), « un style très littéraire, ou un excès de passion, m'aurait placé dans l'histoire en tant que médiateur ; je voulais éviter une telle médiation pour que l'expérience du lecteur soit aussi directe que possible ». En tant qu'observateur privilégié, et soucieux de veiller à ce que le lecteur voie l'horreur de tout près en lui faisant connaître les coulisses de la tragédie et en l'amenant à se solidariser avec les victimes, Hersey s'efface (y compris littérairement, comme le prouve sa citation) pour donner un visage, autre que le sien, au drame entourant le lâchage de la bombe atomique. Dans Hiroshima, l'expérience de lecture est guidée par l'expérience vécue par les six survivants de la bombe, dans une sorte d'hypotypose qui transporte le lecteur dans l'univers des faits racontés par les personnages et décrits par le journaliste.

## Les indices du rapport d'altérité dans Hiroshima

Dans *Hiroshima*, le respect du journaliste vis-à-vis de ses personnages, signe d'altérité décrit par Courtine-Denamy (2000, p. 63) – en citant le philosophe Kant – comme étant la « notion au sein de laquelle émerge l'expérience d'autrui », est l'un des indices majeurs du rapport d'altérité entre journaliste et source<sup>41</sup>. Il représente d'ailleurs, après la vérité, l'une des valeurs

<sup>39</sup>Selon Yavenditti (1974, p. 36), « *Hiroshima* described individuals with whom readers could identify ».

<sup>40</sup>Pour Yavenditti (1974, p. 47), « by building his story around six survivors whose experiences he sketched compassionately in vivid detail, Hersey encouraged readers to empathize with the Japanese victims rather than to view them with detachment, indifference, or hatred ».

<sup>41</sup>Tout comme le « témoignage » évoqué précédemment.

fondamentales du journalisme<sup>42</sup>. Dans le reportage *Hiroshima*, le respect de Hersey envers ses personnages se traduit aussi dans la façon dont ils sont cités dans le texte. Le mot « survivant » est ainsi remplacé à maintes reprises par « compagnon de souffrance » et par « personne affectée par l'explosion ». Et ce, parce que les Japonais, comme l'écrit Hersey dans le reportage (p. 130), « répugnent à employer le terme de survivants, parce qu'en insistant sur le fait d'être en vie, cela pourrait passer pour un affront à l'égard des défunts, considérés comme sacrés ». En parlant des victimes selon la façon dont le souhaitent les Japonais, Hersey manifeste, dans un signe d'altérité, de l'empathie et de la déférence vis-à-vis des victimes et des personnages.

L'altérité, aussi définie comme étant caractéristique de ce qui est extérieur à un « soi », a, selon Ricœur (1990), un caractère polysémique. Dans *Hiroshima*, elle s'inscrit dans le reportage d'au moins deux façons. En premier lieu, par le rapport du journaliste à la source, sans oublier les conflits et les représentations au niveau culturel qui, dans certains cas, pourraient freiner le rapprochement entre les concernés<sup>43</sup>.

L'esprit d'ordre et de méthode commençait à prendre relativement le dessus, à l'hôpital de la Croix-Rouge (...) Le soin que l'on apporte aux corps des défunts – honorable incinération et conservation non moins honorable des cendres – constitue pour les Japonais une responsabilité morale plus grande qu'un traitement approprié des vivants. (Hersey, 2011, p. 91)

Dans cet extrait, parmi d'autres dans le reportage, nous pouvons apercevoir des traits de la culture japonaise, parfois des stéréotypes<sup>44</sup> attribués aux Japonais, liés à leur esprit de l'ordre et au respect accordé aux morts et aux rites funéraires. Pas même une tragédie qui a fait plusieurs milliers de victimes et blessés ne fut capable de leur enlever cela, et c'est justement cette

<sup>42</sup>Cornu (2009), cité par Vanoost, 2013, p. 155.

<sup>43</sup>La prise en compte de l'altérité par Hersey, lors de son déplacement au Japon, a été fondamentale pour adoucir la hiérarchie existant entre lui et les victimes de la tragédie.

<sup>44</sup>Pour Perrefort (1996, p. 11), le « stéréotype fonctionne également comme marqueur d'identité et, corrélativement, d'altérité ».

résilience face aux événements tragiques que Hersey laisse paraître dans son reportage.

L'altérité s'y exprime, en deuxième lieu, par le rapport des victimes aux autres victimes – genre de relation largement mis en évidence par Hersey. Que ce soit le jeune docteur Terufumi Sasaki qui sacrifiait ses nuits de sommeil pour essayer tant que mal de traiter les blessés qui arrivaient en grand nombre à l'hôpital, le père allemand Wilhelm Kleinsorge, victime de la bombe et de la xénophobie, qui essayait de trouver des victimes dans les décombres, ou monsieur Tanimoto, qui « transféra l'enfant du dos de la femme sur le sien, puis, la prenant par la main, la conduisit jusqu'au bas de la rue [...] L'attention pleine de sollicitude qu'il avait portée à la vieille femme aida M. Tanimoto à se débarrasser sur-le-champ de sa terreur » (Hersey, 2011, p. 31), l'humanité ne fait pas défaut au récit. Ce côté humanisant du texte est nourri par des procédés utilisés dans le processus de rédaction du reportage, et représenté par la solidarité des personnages les uns avec les autres, comme si la seule chose qu'il leur restait – pour les aider à surmonter leur trauma –, c'était de s'entraider.

Intéressé et habité par l'autre, dans une démarche volontaire et consciente d'altérité, le reportage *Hiroshima* montre aussi les difficultés, les risques et les limites de la démarche d'altérité dans le journalisme. Immergé dans le chaos qui régnait encore dans la ville nipponne lors de son arrivée au Japon, le travail d'Hersey n'a pas été des plus faciles – compte tenu du contexte et des difficultés suscitées par les différences d'ordre linguistique et culturel. Mais malgré des obstacles, liés à sa nationalité<sup>45</sup> et à la barrière linguistique, qui auraient pu gêner le complexe travail journalistique d'immersion fondé sur la « mise en altérité », le journaliste a fourni un reportage qui s'est pérennisé

---

<sup>45</sup>John Hersey, le journaliste sino-américain, était avant tout un « ennemi » qui essayait de gagner la confiance des victimes pour ainsi obtenir leur témoignage.

comme référence dans le domaine du reportage narratif – surtout par la façon dont les personnages sont impliqués dans le récit.

## **Conclusion**

Le journalisme littéraire – et toutes ses déclinaisons – est la forme la plus accomplie de l'altérité dans le journalisme. *Hiroshima* en est la preuve. Le reportage, qui atteste également de l'investissement – voire de l'immersion – du journaliste, s'est vu imprégné de l'autre et teinté de multiples altérités. Le choix des personnages, la façon dont la tragédie est racontée et décrite – selon le point de vue des six survivants – sans pour autant tomber dans le piège d'un sensationnalisme digne d'un fait divers font partie des empreintes laissées par Hersey dans son texte et constituent une nouvelle approche relationnelle entre le journaliste-écrivain et sa source-sujet.

Ce rapprochement entre journaliste et source n'est cependant pas anodin puisqu'il met en évidence, outre que la notion d'altérité, des questions éthiques dans l'exercice du journalisme, lesquelles mériteraient d'être encore approfondies. La place d'importance du personnage dans le journalisme littéraire et son impact sur la construction du texte journalistique sont également des pistes à creuser encore davantage pour mieux comprendre, entre autres, la notion même d'altérité dans la pratique journalistique et le rôle du personnage dans le texte.

## **Referências**

- BARTHES, Roland. (1977). Poétique du récit. In : Didier, B. (dir.). Dictionnaire Universel des littératures. Paris : Presses Universitaires de France (1994).
- COURTINE-DENAMY, Sylvie. (2000). Altérité. In: Dictionnaire de la philosophie (p. 60-68). Paris, Albin Michel.
- CORNU, Daniel. (2009). Journalism et vérité: l'éthique de l'information au défi du changement médiatique. In: Vanoost, M. Journalism narrative: proposition de définition, entre narratologie et éthique. Les Cahiers du journalisme, no. 25, p. 140-161 (2013).

- DUPONT, Jocelyn. « The Violence of Hiroshima: Hersey, Bataille and Caruth », *Sillages critiques* [En ligne], 22 | 2017, mis en ligne le 30 mars 2017, consulté le 11 décembre 2018. URL: <http://journals.openedition.org/sillagescritiques/4906>
- FENESTRIER, Charles. (1908). La vie des frelons. In: Thérenty, M. La littérature au quotidien. Paris: Seuil (2007).
- DOS SANTOS, Joaquim Ferreira. (2005). In: Wolfe, T. Radical Chique e o Novo Jornalismo. São Paulo: Companhia das Letras.
- FRANKLIN, Jon. (2007). Character. In: Kramer & Call. Telling true stories: A nonfiction writers' guide from the Nieman foundation. New York : A Plume Book.
- GREVISSE, Benoît. (2016). Déontologie du journalisme: enjeux éthiques et identités professionnelles. Bruxelles: De Boeck.
- HERSEY, John. (2011). Hiroshima: lundi 6 août 1945, 8h15. Trad. par Georges Belmont et Pascale Haas. Paris: Tallandier. [1946]
- LALLEMAND, Alain. (2011). Journalism narratif en pratique. Bruxelles: De Boeck.
- LEVINAS, Emmanuel. (1995). Altérité et transcendance. Cognac: Fata Morgana.
- LIMA, Edvaldo Pereira. (2014). Jornalismo literário para iniciantes. São Paulo: Editora da Universidade de São Paulo.
- LITS, Marc. (2008). Du récit au récit médiatique. Bruxelles: De Boeck.
- LUMBROSO, Olivier. (2017). La sociologie pratique d'Émile Zola: immersion et enquêtes de terrain en régime naturaliste. In: Leroux & Neveu (dir.). En immersion: Pratiques intensives du terrain en journalisme, littérature et sciences sociales (p. 79-92). Rennes: Presses Universitaires de Rennes.
- MARTINEZ, Monica. (2016). Jornalismo Literário: Tradição e inovação. Florianópolis: Insular.
- NEUSCH, Marcel. (2017). Aux frontières de la théologie et de la philosophie. Paris: Les Éditions du Cerf.
- Neveu, Érik. (2004). Sociologie du journalisme. Paris: La Découverte.
- PERREFORT, Marion. (1996). Formes et fonctions du stéréotype dans des interactions en situations de contact, Acquisition et interaction en langue étrangère [En ligne], mis en ligne le 27 juin 2012, consulté le 11 mai 2019. URL: <http://journals.openedition.org/aile/4917>
- PROTEAU, Laurence. (2017). Penser l'intimité avec son terrain. In : Leroux & Neveu (dir.). En immersion: Pratiques intensives du terrain en journalisme, littérature et sciences sociales (p. 109-124). Rennes: Presses Universitaires de Rennes.
- RICŒUR, Paul. (1990). Soi-même comme un autre. Paris: Seuil.

Ailton **SOBRINHO**

- SIMS, Norman. & Kramer, Mark. (1995). Literary Journalism: A new collection of the best American nonfiction. New York: Ballantine Books.
- THÉRENTY, Marie-Ève. (2017). Dans la peau d'un autre. In: Leroux & Neveu (dir.). En immersion: Pratiques intensives du terrain en journalisme, littérature et sciences sociales (p. 23-36). Rennes: Presses Universitaires de Rennes.
- VALETTE, Bernard. (1994). Personnage. In: Beaumarchais (et al.). Dictionnaire des littératures de langue française (p. 1864-1866). Paris : Bordas.
- VANOOST, Marie. (2013). Journalisme narrative: proposition de définition, entre narratologie et éthique. In: Les Cahiers du journalisme, no. 25, p. 140-161.
- WOLF, Mauro. (1999). Teorias da comunicação. Trad. par Maria Jorge de Figueiredo. Lisboa: Editorial Presença.
- WOLFE, Tom. (1975). The New Journalism. Londres: Picador.
- YAGODA, Ben. (2000). About Town: The New Yorker and the World it made. New York, Scribner.
- YAVENDITTI, Michael. (1974). John Hersey and the American Conscience: The reception of "Hiroshima". In: Pacific Historical Review, 43(1), 24-49. doi: 10.2307/3637589.

