

FACULDADE CÁSPER LÍBERO
Mestrado em Comunicação

MARIA FILOMENA SALEMME

**Transformações na escuta radiofônica:
o protagonismo dos ouvintes na geração de conteúdo**

SÃO PAULO
2016

MARIA FILOMENA SALEMME

**Transformações na escuta radiofônica:
o protagonismo dos ouvintes na geração de conteúdo**

Dissertação apresentada ao Programa de Pós-Graduação *Stricto Sensu*, na linha “Processos Midiáticos: Tecnologia e Mercado”, da Faculdade Cásper Líbero, para obtenção do título de Mestre em Comunicação.
Orientador: Prof. Dr. José Eugenio de Oliveira Menezes

**SÃO PAULO
2016**

Salemme, M. Filomena

As transformações na escuta radiofônica: o protagonismo do ouvinte na geração de conteúdo / Maria Filomena Salemme. -- São Paulo, 2016.

123 f. : il. ; 30 cm.

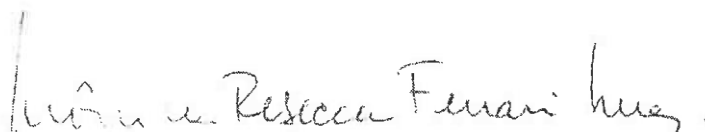
Orientador: Prof. Dr. José Eugenio de Oliveira Menezes
Dissertação (mestrado) – Faculdade Cásper Líbero, Programa de Mestrado em Comunicação

1. O poder da audição. 2. O rádio e o ouvinte. 3. A evolução da Interatividade
Análise de programação radiofônica..II. Faculdade Cásper Líbero, Programa de Mestrado em Comunicação. III. Título. 4. de

ATA DE DEFESA DE DISSERTAÇÃO DE MESTRADO

Autora: MARIA FILOMENA SALEMME

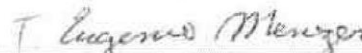
**“TRANSFORMAÇÕES NA ESCUTA RADIOFÔNICA: O PROTAGONISMO
DOS OUVINTES NA GERAÇÃO DE CONTEÚDO”**



**Profa. Dra. Mônica Rebecca Ferrari Nunes
Escola Superior de Propaganda e Marketing - ESPM**



**Prof. Dr. Irineu Guerrini Júnior
Faculdade Cásper Líbero - FCL**



**Prof. Dr. José Eugenio de Oliveira Menezes
Faculdade Cásper Líbero - FCL**

Data da Defesa: 18 de abril de 2016

Para minha Mãe, Maria Tereza, minha eterna inspiradora.

AGRADECIMENTOS

Agradeço em primeiro lugar a Deus por me proporcionar transformações na vida que me fizeram sair da zona de conforto e enxergar novos caminhos. Sou grata pela oportunidade de voltar a estudar e pelo aprendizado na convivência dentro do ambiente do Mestrado da Cásper Líbero.

Agradeço imensamente minha família que sempre está presente em minha vida e aposta em mim em qualquer nova etapa que eu inicie. Meus filhos, meus presentes de Deus, Fernando e Erika que me fazem ser cada dia melhor. Minha irmã gêmea Maria do Carmo, minha amiga e confidente para todas as horas. Meu pai Valdir dos Santos que sabe estar sempre presente quando preciso. Minha sobrinha Danielle que me faz sentir orgulho de ser sua tia a cada dia e meu sobrinho Natan que com seu jeito de ser revela seu carinho.

Sou grata aos amigos que me acompanharam nesta jornada e a Tatiana Ferraz que mais que uma amiga é uma ouvinte e conselheira nas horas boas e também nas horas não tão boas.

E um agradecimento mais que especial ao meu orientador professor José Eugênio de Oliveira Menezes pela amizade, carinho e aprendizado e que com sua paciência e sabedoria transformou esta minha trajetória em um caminho leve e prazeroso. E agradeço também a todos os professores do Mestrado da Faculdade Cásper Líbero que me proporcionaram momentos que ficarão marcados na memória. As aulas do professor Cláudio Novaes Pinto Coelho que enriqueceram meu conhecimento, as excelentes discussões nas aulas do professor Luiz Mauro Sá Martino, a sabedoria e compreensão compartilhadas nas aulas do professor Dimas Kunsch e ao professor Roberto Chiachiri que agregou conteúdo e direcionamento a esta dissertação. E por fim agradeço a cada um dos colegas de mestrado que tive a oportunidade e o prazer de conviver durante esta trajetória.

*Um homem que tem algo a dizer
e não encontra ouvintes está em má situação.
Mas pior ainda estão os ouvintes que não
encontram quem tenha algo a dizer-lhes.*

Bertold Brecht

SALEMME, Maria Filomena. **Transformações na escuta radiofônica: o protagonismo dos ouvintes na geração de conteúdo**. 2016. Dissertação (Mestrado em Comunicação), Faculdade Cásper Líbero, São Paulo, 2016.

RESUMO

A dissertação aborda as transformações na escuta radiofônica desde o tempo em que o rádio era um móvel de madeira na sala das residências até quando ele se transformou em um aparelho portátil. Analisa, no contexto dos estudos de Baitello e Menezes a respeito da cultura do ouvir, como as ondas sonoras são percebidas pelos envolvidos na escuta radiofônica, bem como a forma como permitem o cultivo de vínculos sonoros. Descreve como os sons resgatam a memória afetiva na medida em que geram sensações de medo, angústia ou mesmo alegria e tranquilidade. E ainda relata, a partir destes estímulos sonoros, a relação do ouvinte com o rádio em termos de vinculação e fidelização. Concentra-se no período entre o contexto contemporâneo e a *Era de Ouro* do rádio, que compreende entre os anos 30 até final dos anos 50 no Brasil e nos Estados Unidos já a partir do início dos anos 20, épocas em que o rádio passou a se popularizar e se tornou a principal fonte de informação e de entretenimento das famílias. A partir de pesquisa bibliográfica e do diálogo com estudiosos dos processos de comunicação por meio do rádio, como Meditsch, Ferraretto, Prata, Klockner, Quadros e Bufarah, constata a progressiva intervenção do ouvinte na programação das emissoras radiofônicas na medida em que, entre outros fatores, se modificaram os meios de interação desde a carta, passando pelo telefone, e-mail, mensagens de texto até as mídias sociais digitais e, atualmente, o *Whatsapp*, um aplicativo que passou a ser utilizado pelas emissoras a partir de 2014. Por meio de gravação e audição de programação das emissoras *Bandnews* e *CBN* e utilizando cinco noções previamente estabelecidas –sincronização social, vínculo, fidelidade e geração de conteúdo – a presente dissertação mostra a influência do ouvinte na programação atual e na geração de conteúdo nas duas emissoras acima citadas.

Palavras chave: Processos midiáticos. Rádio. Escuta radiofônica. *Whatsapp*. Vínculo. Cultura do Ouvir. Ecologia da Comunicação.

SALEMME, M. Filomena. **Transformations in radio listening: the listener's role in the generating content** . 125 p. Dissertation (Master of Communication), Faculdade Cásper Líbero, São Paulo, 2015.

ABSTRACT

The dissertation approaches the transformations in the radiophonic listening, from the time when the radio was only a big wooden piece of furniture in the living room, until now when it became a hand-held electronic machine. Analysis in the context of studies of Baitello and Menezes about the hearing culture, as the sound waves are perceived by those involved in radio listening, as well as how allow the cultivation of sound links. It describes how the sounds rescue the affective memory to the extent that generate feelings of fear, anguish or joy and tranquility. And yet reports from these sound stimuli, the listener's relationship with the radio in terms of attachment and loyalty. It focuses on the period between the contemporary context and the *Era de Ouro do rádio*, between 1930s until the end of 1950s in Brazil and in the US from the early 1920s. In this period, the radio was very popular and became the main information source and family's. Based on the bibliographical research and the ideas exchange between the radio h process researchers, such as Meditsch, Ferraretto, Prata, Klockner, Quadros e Bufarah, notes the progressive intervention of the listener in the programming of radio stations interaction from the letter, through the phone, email, text messages to digital social media and currently the Whatsapp, an application which is now used by stations from 2014. Throughout radio programmes recording and listening of the Bandnews and CBN issuings, and using 5 concepts previously, established-social, synchronization, nexus, fidelity and content production – this dissertation shows the influence of the listener influence in the radio programmes and the programmes contents of the radiophonic issuing previously named.

Keys-words:Media process. Radio. radio listening. *Whatsapp*. Bond. Linstening Culture. Ecology of Communication.

SUMÁRIO

Introdução	10	
1. O poder da audição	14	1.1.
O som como sentido	14	
1.2. Ouvir é o mesmo que escutar?	17	
2. O rádio é o ouvinte	18	
2.1. Rádio: Um breve histórico	18	
2.2. Ouvinte: sons e sensações	22	
2.3. Ouvinte: sons e vínculos	26	
2.4. Ouvinte: vínculo e fidelidade	27	
2.5. Ouvinte: hábito e mobilidade	30	
3. A evolução da interatividade no rádio	34	
3.1. O rádio nasceu interativo	34	
3.2. O ouvinte interage ou participa?	35	
3.3. O ouvinte consome e gera conteúdo	37	
4. Análise de programação radiofônica.....	43	
4.1. Análise 1	44	
4.2. Análise 2	45	
4.3. Análise 3	46	
4.4. Análise 4.....	47	
4.5. Análise 5	48	
4.6. Análise 6	49	
4.7. Análise 7	50	
4.8. Análise 8	51	
4.9. Análise 9	52	
4.10.Análise 10		53
Considerações finais	54	
Anexos	55	

Introdução

O rádio está presente em minha vida desde sempre. Tenho lembranças do som do rádio, em casa, na casa de minha avó, cresci com a “caixinha falante” sempre ligada. Nomes como Omar Cardoso, Barros de Alencar, Silvio Santos e tantos outros compunham o meu cotidiano familiar. A magia do rádio foi me encantando, e quando me vi no momento de responder a pergunta: o que vou ser quando crescer? Não tive dúvidas, jornalista para trabalhar em rádio.

Depois de formada em jornalismo direcionei, por opção, minha carreira para o rádio. Meu primeiro trabalho foi no final da década de 80 em Santo André, minha cidade natal, na rádio Diário do Grande ABC, que pertencia ao grupo do jornal de mesmo nome. Depois disto trabalhei na rádio Excelsior e CBN e por fim nos últimos 20 anos na rádio Eldorado (atual Rádio Estadão), que pertence ao Grupo Estado. Nesta emissora exerci a função de repórter e neste período as reportagens que produzi foram vencedoras de cinco prêmios em jornalismo, três nacionais, Prêmio Ayrton Senna de jornalismo em 2002, Prêmio Embratel de Jornalismo em 2004, Caixa Econômica de

Jornalismo Social em 2005 e dois internacionais, Prêmio *Nuevo Periodismo* da *Fundacion Gabriel Garcia Marquez para um nuevo periodismo Iberoamericano* (FNPI) nominada em 2003 e 2005. E por duas vezes fui uma das finalistas do Troféu Mulher Imprensa, concedido pela Revista Imprensa, na categoria rádio. Nos últimos cinco anos, ainda na rádio do Grupo Estado comandeí uma equipe de mais de 40 jornalistas na função de Editora-chefe.

Nesta minha trajetória no rádio acompanhei as mudanças deste veículo que já teve a morte decretada por inúmeras vezes, mas que sempre dá a volta por cima e se reinventa. Eu costumo definir o rádio como “um senhorzinho de mais 90 anos muito moderno, pois se conecta a todo o tipo de mídia nova que surge”.

Sempre fui apaixonada por rádio e posso enumerar um conjunto de razões para esta minha paixão, uma delas é justamente por não ter imagem. Na minha concepção muitas vezes uma imagem é tão impactante que não necessita sequer de legenda. E justamente por não ter imagem, o rádio possibilita ao jornalista aguçar a imaginação do ouvinte. Uma boa reportagem conta a história com sons ambientes, transporta o ouvinte para dentro da cena e o faz criar a imagem por meio da audição. É preciso deixar claro que estou me referindo exclusivamente às rádios jornalísticas.

A celeridade também é uma característica que me levou a escolher este veículo para exercitar o jornalismo. Mesmo lá na década de 80 quando nem se falava em “tempo real”, o rádio já era e, sempre foi, rápido e veloz na divulgação da informação. Esta velocidade aliada à tecnologia foi se transformando em instantaneidade.

O caráter de prestador de serviço, que em minha opinião, é a essência do rádio, também me cativou. Desde o alto falante do poste que informava a comunidade sobre os eventos e acontecimentos importantes até hoje como um aliado no trânsito caótico das grandes cidades. E neste quesito prestação de serviço, posso citar um exemplo pessoal. Minha mãe, ouvinte assídua de rádio, encontrou um irmão que não via há mais de 20 anos, por meio de um programa de rádio. O programa veiculava recados de pessoas que estavam à procura de alguém e em uma noite minha mãe ouvindo, como de costume o programa do Moraes Sarmiento, um sucesso de audiência na década de 70, percebeu que os dados daquela pessoa que o locutor estava detalhando iam ao encontro da descrição do meu tio desaparecido. Ela então telefonou para a emissora que forneceu os dados para contato com a pessoa citada no programa e realmente era o irmão que ela procurava. Este reencontro, e imagino que tantos outros, só são possíveis graças à intermediação do rádio. Os ouvintes se servem do rádio como um parceiro, um amigo, um mediador ou até mesmo uma válvula de escape para as angústias, medos ou ainda como um instrumento político para pleitearem benefícios e reivindicarem soluções para as mazelas da comunidade e da sociedade em que vivem.

A rádio Diário do Grande ABC proporcionou o meu primeiro contato com o ouvinte. Era final da década de 80 e, portanto, a participação do ouvinte ainda era por carta ou por telefone, mas muitos iam até a rádio fazer uma visita, conhecer aquele espaço mágico que emitia o som, que fazia companhia e muitas vezes aplacava a solidão.

De lá pra cá, venho observando o comportamento do ouvinte e acho intrigante que mesmo em um grande centro e em uma emissora jornalística de grande porte, o ouvinte seja tão próximo e tenha o rádio como um companheiro.

Esta relação do ouvinte com o rádio sempre me intrigou e me motivou a pesquisar sobre o tema. Entendo que o grande diferencial do rádio contemporâneo é a postura do ouvinte. O rádio é um dos meios de comunicação que mais estimula a participação do ouvinte. Se compararmos com outras mídias como a televisão ou o jornal, por exemplo, o

rádio é o veículo que mais tem espaço para a manifestação do receptor. Neste espaço o ouvinte é muito mais que um receptor pelo fato que pode exercer cidadania, reclamar, denunciar ou simplesmente ser ouvido.

Escolhi pesquisar o tema para averiguar o que mudou no comportamento do ouvinte da Era de Ouro do rádio até os dias de hoje.

Entre as hipóteses investigadas está a transformação originada pela tecnologia. As mudanças ocorridas a partir da invenção do transistor quando o rádio deixa de ser um aparelho imóvel e ganhou mobilidade. Esta mudança somada aos ganhos trazidos pela tecnologia provocaram transformações no ouvinte que, além de poder ouvir o rádio onde estiver também foi estimulado até pela maior facilidade a interagir ainda mais com o rádio. E entender o que motiva o ouvinte a doar seu tempo para interagir com uma emissora de rádio. O que leva uma pessoa a gastar tempo e dinheiro (no início a interação era feita por carta, telefone e mais tarde SMS, modalidades que têm custo) para interagir com alguém que conhece apenas pela voz, pelo som? A afinidade entre os protagonistas do processo de comunicação, também chamados, na linguagem do mercado, de emissores e receptores, não tem semelhança com nenhum outro veículo de comunicação. O relacionamento do leitor, internauta e mesmo o telespectador com os veículos correspondentes apresentam certo distanciamento e até mesmo uma hierarquia.

Neste contexto escolhi utilizar os autores Baitello Jr. e Menezes para compreender os efeitos dos sons no corpo que levam a criação de um vínculo entre ouvintes e falantes (locutores). Prado e Meditsch para fundamentar a história do rádio e Ferraretto, Prata e Bufarah, que são membros do Grupo de Pesquisa Rádio e Mídia Sonora da Intercom, para abranger a evolução na escuta radiofônica proporcionada pela tecnologia e a relação de fidelidade com o meio rádio.

A metodologia desta pesquisa constitui-se de análises bibliográfica, a consulta de sites especializados e, ainda, a gravação, escuta e análise de programação de duas emissoras de rádio jornalísticas.

O primeiro capítulo aborda o poder da audição, porque não há como falar em rádio sem explanar a respeito do som no corpo, ou seja, abordar o ouvir como um sentido. As diferenças entre ouvir e escutar, o uso da imaginação aguçada pelo som.

“Os sons provocam a criação de cenários mentais” (MENEZES, 2007 p.98). E, para contextualizar o papel do rádio, é preciso entrar na história deste veículo de comunicação.

O segundo capítulo aborda o surgimento deste meio de comunicação, a controvérsia a respeito da paternidade da criação da transmissão de ondas sonoras sem fio, chegando à demonstração de poder do rádio, quando passou de coadjuvante a protagonista da história no episódio da transmissão radiofônica de Orson Wells (1938). Este capítulo também trata do resgate da memória afetiva por meio do som e ainda da vinculação. “Assim, o rádio, que como mídia sonora envolve todo o corpo, tem a capacidade de vincular os corpos e, em conjunto com outras mídias, possibilitar a sincronização da vida em sociedade” (MENEZES, 2007, p.22). Esta vinculação gera a interatividade, a necessidade de participar da programação, de estar inserido.

O terceiro capítulo trata da interatividade, desde a invenção do rádio até os dias de hoje. “O ouvinte é uma presença constante na programação radiofônica no Brasil desde o início das transmissões, na década de 1920” (QUADROS, LOPEZ, 2015). O conceito de participação ou interatividade (KLOCKNER, 2011) que diferencia a intervenção do ouvinte na programação e a evolução nos meios de interação desde a carta, passando pelo telefone, e-mail, mensagens de texto até as mídias sociais e atualmente o *Whatsapp*.

O quarto e último capítulo retrata de que forma esta intervenção do ouvinte aparece na programação. Por meio de gravação e audição, em dias e horários alternados, de 10 horas de programação das emissoras Bandnews e CBN e utilizando cinco conceitos previamente estabelecidos – sincronização social, vínculo, fidelidade e geração de conteúdo – traçaremos uma análise da influência do ouvinte na programação das duas emissoras citadas acima.

Neste sentido esta dissertação pretende contribuir para o Estado da Arte a respeito do rádio, uma vez que o objeto desta pesquisa é compreender a influência da intervenção do ouvinte na programação jornalística de uma emissora e principalmente com o uso do *Whatsapp*, aplicativo que passou a ser utilizada somente em 2014 pelas rádios. Trata-se de uma primeira abordagem, considerando que, por ser uma prática tão recente, não existem estudos que revelem qual impacto que este aplicativo tem ou terá na relação do ouvinte com o rádio.

Capítulo 1 – O poder da audição

1.1.O som como sentido

Não há como falar em rádio sem antes explicar a respeito do poder da audição ou o poder do som, o ouvir como um dos cinco sentidos. A capacidade do alcance do som em nosso corpo vai além do aparelho auditivo e contempla toda massa corpórea. “O sentido do ouvido desenvolve um papel particular na constituição da subjetividade e da sociabilidade” (Wulf, 2007).

Em seu artigo *O ouvido*, Christoph Wulf explica que o sentido do ouvir é um dos primeiros a ser desenvolvido. Um feto começa a reagir a estímulos sonoros a partir do quarto mês de gestação. “O feto ouve a voz de sua mãe, sua respiração, os barulhos da circulação do sangue e da digestão”. O autor acrescenta que a audição é o primeiro sentido a funcionar e o feto percebe, além da mãe, também as vozes ao redor, como do pai e irmãos.

Somos interpelados pelo sentido do ouvido antes de nosso nascimento. Ouvimos os outros antes de vê-los, senti-los ou tocá-los. Com ele, ouvimos a fala antes de falar e de entender. Ouvir, desse modo, é a condição para entender e falar. Sentimentos de segurança e pertença se formam pela percepção da interpelação. O sentido do ouvido é o sentido social. Nenhuma comunidade social se forma sem que os membros aprendam a se escutar. Crescemos em uma cultura com a ajuda da percepção dos barulhos, das sonoridades, das tonalidades e das palavras. Esses processos começam antes do nascimento, e se intensificam depois do nascimento e na primeira infância (WULF, 2007).

O ato de ouvir é inerente à vontade ou a disposição do indivíduo. Ouvir não exige que o indivíduo interrompa o que está fazendo, bloqueie outro sentido para que a audição aconteça ou mesmo fique estagnado ou paralisado.

Ao contrário de outros órgãos dos sentidos, os ouvidos são expostos e vulneráveis. Os olhos podem ser fechados, se quisermos; os ouvidos não estão sempre abertos. Os olhos podem focalizar e apontar nossa vontade, enquanto os ouvidos captam todos os sons do horizonte, em todas as direções (SCHAFER, 1992, p.55).

O som não tem limites nem quanto à sua origem, nem quanto à sua difusão; se expande naturalmente ao que ocorre e pode ser percebido tanto voluntária como involuntariamente em contraposição ao que ocorre com a visão, completamente sujeita a vontade (GIL *apud* FERRARETO, 2000, p.28).

Ainda neste contexto em que a audição é sentida por todo o corpo, o som pode ser descrito como uma vibração. “Para fins didáticos, a onda sonora tem sido comparada com

a perturbação que se observa, na superfície da água, quando tocada por um objeto,...” (MEDITSCH, 2001, p.152).

O ouvido, além de captar sons, isto é, perceber ondas de compressão e rarefação propagadas através de um meio, também é responsável pelo sentido do equilíbrio. O ouvido também é de fundamental importância para o homem perceber a distância entre as coisas ou os indivíduos (MENEZES, 2007, p.34). O processo de ouvir, a entrada do som em nosso corpo pode ser sintetizada na frase de Norval Baitello Jr. “O som é vibração. E vibração opera sobre a pele”. Para o autor o ouvir e o ver estão ligados a atitudes passivas e ativas, enquanto para ouvir há necessidade somente de estarmos receptivos, para ver é preciso direcionar o olhar.

Temos que considerar ainda outra coisa deste par ativo/passivo. *Passivo* vem de *passion, passione*, que significa paixão e que está associado à sensação e sentimento. Está associado a sentir. Ativo vem de ação e está associado a agir, a fazer (BAITELLO Jr. 2005 p.106).

Baitello Jr. acrescenta que o som pode ser entendido como uma forma de massagem, um estímulo tátil, um toque sutil.

Se considerarmos as características físicas do som, constataremos que a recepção de todo som se dá não apenas por um pedaço pequeno da pele chamado tímpano, mas por toda a pele, e que, portanto a audição é uma operação corporal e não apenas uma operação pontual (BAITELLO Jr., 2005, p.105).

Harry Pross anunciou, no final da década de 1960, que “toda comunicação começa no corpo e nele termina” (apud BAITELLO Jr. 2008, p.95). Sobre o tema, Baitello Jr. acrescenta que os meios primordiais de comunicação, como os gestos, as fisionomias, as posturas e os odores partem do corpo:

Se pensarmos nos meios imagéticos visuais ou sonoros (fotografia, cinema, rádio, televisão), todos eles se ancoram na utilização da corporeidade como base e matéria-prima, além de serem operados duplamente, em sua emissão e em sua recepção, por seres humanos em sua viva e pulsante corporeidade (BAITELLO Jr., 2008, p. 97).

Neste universo é necessário ampliar as sensações e inserir os outros corpos, como lembra Menezes:

Ir além da racionalidade que tudo quer e precisa ver, para adentrar numa situação onde todo o corpo possa ser tocado pelas ondas de outros corpos, pelas palavras que reverberam, pela canção que excita, pelas vozes que vão além dos lugares comuns e tautologias midiáticas (MENEZES, 2007 p.82)

O ato de escutar também pode incitar quem ouve a utilizar a imaginação, para que, por meio dela, a imagem derivada sonora mobilize seu repertório de imagens sonoras, visuais, etc.

O rádio é um excelente exemplo deste ato de exercitar a imaginação. Pelo som da fala do locutor (a) o ouvinte projeta como seria aquela a pessoa, o dono (a) daquela voz. No filme *A Era do Rádio (Radio Days, 1987)*, o autor e diretor Woody Allen, que era um apaixonado por rádio, traz em uma das cenas esta faceta do rádio. A cena revela o garoto Joe (que seria o próprio Woody Allen na infância) que aguçado pelas ondas sonoras é instigado a inventar, criar e imaginar como seria o seu personagem favorito no programa de rádio. No filme ouvimos a narração de Woody Allen: “... meu programa favorito se chamava *O Vingador Mascarado* e eu achava que ele era uma mistura de Superman com Cary Grant... e eu nem imaginava...”. Neste momento na tela somos transportados para dentro dos bastidores de uma rádio, com os atores encenando um episódio de *O Vingador Mascarado*. E o que nos é revelado é o oposto da imaginação do garoto. O ator Wallace Shawn que interpreta o super herói, é baixo e careca sem nenhuma semelhança com o galã de cinema Cary Grant da criação mental do personagem Joe.

Certa vez na rádio Eldorado para comemorar o dia das mães, montamos um estúdio externo¹ no terraço do Espaço Haroldo de Campos de Poesia e Literatura (Casa das Rosas – Avenida Paulista- São Paulo-SP) e convidamos os ouvintes a acompanharem a transmissão da programação da rádio ao vivo. Eu como Editora-chefe da rádio na época (2012) estava presente recebendo os convidados e os ouvintes. Em um momento do dia, duas senhoras chegaram e disseram ser ouvintes assíduas da rádio há muitos anos e queriam conhecer os donos das vozes que há tempos faziam companhia a elas e quando me apresentei uma delas fez cara de espanto e disse; "Você é a Filomena Saleme... nossa pensei que você fosse velha. (risos)." (RELATO DA AUTORA.).

Na cultura do ouvir, que experimentamos também sob a forma radiofônica, os cenários não estão prontos, as imagens não estão definidas. Os sons provocam a criação de cenários mentais, geram imagens endógenas. (MENEZES, 2007 p. 98).

O autor sugere acrescentar ao *eu penso, logo existo* proposto por Descartes, “*eu ouço, logo sou*”, para indicar que na cultura do ouvir o rádio provoca a ação criativa de imagens endógenas” (MENEZES, 2007).

As imagens podem ser visuais, auditivas, olfativas, gustativas ou táteis, resultantes de impressões sensoriais diversas. E a imaginação também tem um caráter complementar à própria decodificação de mensagens, o que confere ao processo de percepção um caráter criativo, envolvendo cognição, sensorialidade e emotividade (HAYE, 2003 apud KASEKER 2012 p.38).

¹ As emissoras de rádio realizam a montagem de estúdio em locais externos como estratégia de marketing para ampliar a “marca” da rádio no mercado e com isto aumentar a audiência e por consequência o faturamento da emissora. A estratégia é também utilizada para aproximar a rádio do ouvinte que aprecia conhecer os bastidores por trás dos microfones.

Para KASEKER, a humanidade está dotada de um imaginário sonoro, "os sons, como as imagens, devem ser considerados como documento, obras de arte e discurso" (2012). O som possibilita a construção de um conhecimento e até o sentimento de uma determinada época:

Isto explicaria, por exemplo, por que temos familiaridade com o grito da independência do Brasil sem jamais tê-lo ouvido. O processo de construção do conhecimento desse evento histórico construiu um imaginário sonoro, a partir de discursos e de imagens também construídos, tornando-o "real" (KASEKER, 2012 p.38).

A imaginação transporta o ouvinte para a cena da história, ou seja, transforma o áudio em imagem. "A linguagem radiofônica engloba o uso da voz humana, da música, dos efeitos sonoros e do silêncio que atuam isoladamente ou combinados entre si de diversas formas"(FERRARETTO,2000, p.26). Estes sons unidos, combinados entre si, formam o som/ruído que chegará ao ouvinte e o transportará imgeticamente para a história que está sendo contada.

1.2. Ouvir é o mesmo que escutar?

Neste cenário, em se tratando das ondas radiofônicas, é essencial evidenciar a diferença entre os atos de ouvir e escutar. O educador Celso Antunes em seu livro *A linguagem do afeto*, exemplifica de forma prática a sutileza dessas diferenças:

A tarefa de escutar envolve necessariamente a atenção e, dessa forma, significa bem mais que ouvir. Se estivermos sentados em uma sala, em um ônibus ou em um banco de uma praça, entretidos na leitura de um texto que nos encanta e empolga certamente nossos ouvidos não estão desligados e, dessa forma, ouvimos os sons que nos rodeiam, mas, atentos à leitura, sentimos que esses sons parecem não existir, não representando importância alguma para nossa atenção. Se, entretanto, ouvirmos nosso nome ou um ruído – próximo ou distante – que nos apavora e, "assaltados" por essas emoções, deixamos por um instante a leitura de lado, passamos a escutar (ANTUNES, 2005, p.114)

A propósito dessa dessemelhança, Roland Barthes salienta que ouvir é um fenômeno fisiológico e escutar é um ato psicológico. Os mecanismos físicos da audição podem ser descritos empregando-se os recursos da acústica ou da fisiologia, já a ação de escutar implica em predisposição, escolher, desejar e intencionar. Barthes propõe três tipos de escuta: o primeiro seria uma escuta fisiológica, semelhante ao animal irracional em que se escuta num estado de alerta; a segunda é uma escuta dos signos, de decifração, em que se escuta segundo certos códigos; e a terceira é uma escuta que não visa signos determinados, nem aquilo que é dito ou emitido, mas "aquele que fala, que emite", uma

escuta que se desenvolve num espaço intersubjetivo e que é ativa, uma escuta que fala, circula, desagrega e que inclui o inconsciente (BARTHES, 1980, p.217).

A escuta é a atenção prévia que permite captar tudo o que pode parecer para ameaçar o sistema territorial, é um modo de defesa contra a surpresa; seu objeto (aquele ao que está atenta) é a ameaça ou, pelo contrário, a necessidade; o material de escuta é o índice, ou porque revela perigo, ou porque a satisfação de uma necessidade (BARTHES, 1995 *apud* KASEKER 2012, p.34)

Esta distinção entre o ouvir e escutar é também enfatizada pelo músico Pierre Henri Marie Schaeffer, que acrescenta mais dois outros níveis na assimilação da audição, além de ouvir e escutar: o reconhecer e o compreender. Na visão de Schaeffer, enquanto o ouvir se refere à percepção espontânea do som, o escutar tem mais a ver com a pessoa e a percepção dela. Já quando o indivíduo que relaciona o som com experiências vividas faz uma escolha, uma triagem do que está sendo ouvido, está na fase do reconhecimento. Somente no estágio da compreensão é que o entendimento capacitado é conduzido para uma configuração própria de conhecimento e interpretação, o que admite certa linguagem de sons (SCHAEFFER *apud* KASEKER, 2012, p.28).

Dentro dos conceitos explanados acima podemos exemplificar que o som que emana do rádio pode, em alguns momentos, ser ouvido e em outro escutado. Utilizando o conceito de Schaeffer, quando o ouvir é a percepção espontânea do som, o rádio é ouvido quando o aparelho está ligado em casa, no trabalho, mas estamos alheios ao som executando tarefas ou em outra situação, ouvindo uma música enquanto lemos por exemplo. E o rádio é escutado, como ressaltou o educador Celso Antunes, quando envolve necessariamente a atenção e, dessa forma, significa bem mais que ouvir. Como exemplo, poderíamos imaginar a seguinte situação: o rádio está ligado e o ouvinte está no carro, em casa, ou no trabalho ouvindo o som que vem aparelho, porém concentrado em suas tarefas e quando ouve uma informação que lhe interessa ou uma musica de seu agrado, volta sua atenção para o rádio e passa então neste momento a escutar o som.

Capítulo 2: O Rádio e o ouvinte

2.1. Rádio: um breve histórico

Um sistema de comunicação por meio de ondas eletromagnéticas propagadas em diversas frequências no espaço. Espaço onde convivem um aparelho transmissor e um aparelho receptor. Assim poderíamos explanar singelamente o que é o rádio; no entanto, a descrição técnica fica muito aquém do que representa na sociedade este veículo que conserva, na sua essência, a possibilidade de difundir informação e entretenimento desde seu invento. Milanesi em seu livro *O paraíso via Embratel* descreve o rádio como "o primeiro meio de transmissão e recepção imediata de mensagens sonoras a longa distância".

Enquanto o jornal, restrito a pouco alfabetizados, trazia a notícia que posteriormente, seria divulgada pela transmissão oral, o rádio já atingia, diretamente, um número de pessoas que crescia independente da escolaridade. Para ouvir a programação radiofônica, diariamente a qualquer hora, bastava apenas adquirir um receptor (MILANESI, 1978 p.75 e 76).

No contexto da história é importante uma observação para abordar a questão da paternidade da criação da transmissão de ondas sonoras sem fio. Não há uma unanimidade mundial a propósito do protagonista desta descoberta que, após o invento do telégrafo e da radiocomunicação, revolucionou a comunicação. No Brasil, há uma corrente que considera o padre Landell de Moura como o *pai do rádio*. O livro *Padre Landell de Moura: um herói sem glória* (2006), escrito pelo jornalista Hamilton Almeida, narra a trajetória do padre cientista que realizava experimentos de recepção e transmissão e credita a ele a invenção do rádio.

Marconi ficou conhecido como o inventor do rádio, mas a verdade é que ele se dedicou à radiotelegrafia, que não é a mesma coisa. O seu invento foi um dos precursores nas radiocomunicações. Com o passar do tempo, seria atribuído, erroneamente, à telegrafia sem fio do cientista italiano o mérito da descoberta do rádio (ALMEIDA, 2006 p.44 e 45).

No entanto, o nome mais conhecido no exterior quando se trata da invenção do rádio é do inventor e cientista italiano Guglielmo Marconi.

As experiências sobre radiodifusão tinham começado muitos anos antes, desde 1896, quando Guglielmo Marconi conseguiu transmitir a voz através de ondas elétricas na histórica experiência em Pontecchio, próximo de Bolonha, criando, na prática, a primeira antena irradiadora (LOMBARDI, 1987, p.183).

Em seu livro *História do Rádio no Brasil*, a pesquisadora Magaly Prado, relata que a invenção do rádio é atribuída ao cientista italiano Guglielmo Marconi desde a existência deste veículo. A autora, no entanto, acrescenta: “Embora a maior parte da literatura apresente Marconi como o inventor, há também livros, bem como pesquisas acadêmicas, que apresentam informações sobre as experiências pioneiras de Landell, e parte desses autores o consagra como o criador do rádio” (PRADO, 2012, p.26).

Há diferenças nas invenções dos dois cientistas. Marconi conseguiu a transmissão de sinais telegráficos, sem fios, em código Morse, denominado radiotelegrafia. No início do século XX, conseguiu a transmissão com voz humana. Já Landell foi o pioneiro na transmissão à distância, sem fios, da voz humana, por meio de ondas eletromagnéticas. De toda forma, os dois cientistas contribuíram, cada um naquilo que lhe coube, para o mundo da comunicação de massa (PRADO, 2012 p.27).

Em 1896, o cientista Italiano Guglielmo Marconi registra a patente pela invenção do rádio. Enquanto que, no Brasil, só em 1901 o Padre Landell de Moura consegue a patente para o aparelho destinado à transmissão fonética a distância, com fio e sem fio, através do espaço, da terra e do elemento aquoso. “O pedido de privilégio foi matriculado sob o número 2.274, e a patente recebeu o número 3.279. Jules

Geraud&Cia. assinaram o documento como seus procuradores” (ALMEIDA, 2006 p. 69).

Se a escrita revolucionou a comunicação, permitindo ao homem o registro das ideias, memórias e a perpetuação das informações, a invenção do rádio (no final do século XIX ou início do século XX), massificou a comunicação, facilitando a disseminação de informações.

"O rádio propiciou a primeira experiência maciça de implosão eletrônica, a reversão da direção e do sentido da civilização ocidental letrada" (McLUHAN, 2007,p.337). Esta afirmação de McLuhan demonstra o poder deste veículo de comunicação na persuasão e no modo como influenciou e influencia a sociedade:

O rádio afeta as pessoas, digamos, como que pessoalmente, oferecendo um mundo de comunicação não expressa entre o escritor-locutor e o ouvinte. Este é o aspecto mais imediato do rádio. Uma experiência particular. As profundidades do rádio estão carregadas daqueles ecos ressonantes das trombetas tribais e dos tambores antigos. Isto é inerente a própria natureza deste meio, com o seu poder de transformar a psique e a sociedade numa única câmara de eco (McLUHAN, 2007, p. 336 e 337).

Esta influência do meio rádio fica explícita quando citamos a transmissão do programa *Radioteatro Mercury*, no dia 30 de outubro de 1938, produziu um especial

chamado *Mercury's Halloween Show*, dirigido e apresentado por Orson Wells, em linguagem jornalística, que simulou uma invasão de marcianos na terra.

A CBS calculou na época que o programa foi ouvido por cerca de seis milhões de pessoas, das quais metade passou a sintonizá-lo quando já havia começado, perdendo a introdução que informava tratar-se do radioteatro semanal. Pelo menos 1,2 milhão tomaram a dramatização como fato verídico, acreditando que estavam mesmo acompanhando uma reportagem extraordinária. E, desses, meio milhão tiveram certeza de que o perigo era iminente, entrando em pânico e agindo de forma a confirmar os fatos que estavam sendo narrados: sobrecarga de linhas telefônicas interrompendo realmente as comunicações, aglomeração nas ruas, congestionamentos etc. (ORTRIWANO, 1998, p. 134).

Na opinião desta autora, esta transmissão ao vivo inspirada na obra de ficção *The War of the Worlds (A Guerra dos Mundos)*, de Herbert George Wells (1898), convertida em formato jornalístico, colocou o rádio como protagonista de uma época e foi o divisor de águas para evidenciar o poder e a credibilidade deste meio de comunicação. Meditsch enfatiza no artigo *O pecado original da mídia* que, a partir deste evento, passou-se a existir mais precaução nas produções radiofônicas: “Desde então, os limites entre os diversos gêneros têm sido mais fortemente patrulhados, pelos códigos de ética e pelas legislações de radiodifusão de todos os países” (MEDITSCH, 2008).

O desenvolvimento da radiodifusão sonora acontece na Europa e no restante do mundo com mais lentidão do que nos Estados Unidos (MEDITSCH, 2001). Em terras estadunidenses, o sucesso do rádio foi muito rápido. "Ao final de 1924, os Estados Unidos já contavam com 530 emissoras de rádio em funcionamento!" (CALABRE, 2002, p.9).

As rádios estadunidenses neste período desempenhavam o papel de levar informação para as comunidades rurais. Sem acesso aos jornais, às revistas e aos cinemas, a população das cidades do interior dos Estados Unidos conectava-se com o mundo exterior e ficava informada sobre novidades e notícias pelas ondas sonoras. Em 1920, entra em cena a face comercial do rádio com a chegada do patrocínio em programas e o veículo de comunicação assume também a função de propiciar a venda de produtos (STRAUBHAAR e LAROSE, 2004, p.34).

No Brasil, a primeira demonstração pública do rádio aconteceu em sete de setembro de 1922, época em que o país buscava a modernização e estava atento às tecnologias que estavam sendo desenvolvidas em todo o mundo. A estreia em 1922, com

a transmissão do discurso do presidente Epitácio Pessoa, ocorreu durante a Exposição Internacional do Rio de Janeiro, que comemorava o centenário da independência.

O público presente à inauguração do evento escutou as transmissões por meio de alto-falantes. Além disso, a Westinghouse distribuiu 80 receptores às autoridades civis e militares. Assim, o som das emissões foi captado em diversos pontos da então capital federal, como o Palácio do Catete e alguns prédios públicos (FERRARETTO, 2000, p. 94).

Após o discurso, os convidados puderam ouvir a ópera *O Guarani* de Carlos Gomes que estava sendo transmitida diretamente do Teatro Municipal do Rio de Janeiro (PRADO, 2012). A primeira rádio oficial surge um ano após:

No ano seguinte, o médico, antropólogo e membro da Academia Brasileira de Letras, Edgard Roquette Pinto, com a colaboração do cientista Henrique Morize criou a primeira emissora radiofônica do Brasil, a Rádio Sociedade do Rio de Janeiro, instalada na Academia de Ciências (ANTONIOLI, 2012 *apud* PRADO, 2012 p.51).

O rádio tornou-se então em um instrumento para cultivo de valores e costumes ditos civilizados. À medida que se popularizava, passava como meio organizador do ritmo e das atividades cotidianas das famílias no que diz respeito à variedade de sua programação e capacidade de criar mitos com os quais o público encontraria identificação (SILVA, 2014, p.39).

2.2. Ouvinte: sons e sensações

O som provoca sensações no corpo e na mente. Essas percepções são capazes de produzir em um indivíduo sensações de medo, angústia ou mesmo alegria e tranquilidade.

Os sons são produzidos pela ação conjunta dos corpos sólidos em vibração, que por sua vez fazem vibrar o ar que os rodeia. Todas as partes vibráteis de um instrumento (os ressoadores, dos quais também fazem parte à laringe do ser humano e os espaços de ressonância do aparelho vocal) possuem um ou mais sons próprios; podemos ouvi-los quando batemos nas partes de madeira de um violino ou no metal de um trompete. Todos estes sons estão indissolúvelmente ligados ao som principal produzido pelo instrumento (SPERBER, 1980 p.49).

Estes sons e todo o conjunto de sensações e movimentos corporais são peças que irão compor a história que ficará gravada como memória. “Traduzir certo setor da realidade em uma das línguas da cultura, transformá-la numa informação codificada, isto é, num texto, é o que introduz a informação na memória coletiva” (MACHADO *apud* NUNES, 2012, p.182)

Tanto os aspectos neurobiológicos ou aqueles simbólicos e imaginários que a memória assume, na dimensão cultural, apontam para a movência dos sistemas mnêmicos. Arquivos, monumentos, documentos ou coleções instauram as primeiras configurações sociais da memória e revelam não apenas uma fixação no espaço e no tempo, codificados pela cultura, mas, sobretudo, a capacidade de deslocamento, de travessia e de ressemantização que palavras, imagens, sons, movimentos, gestualidades, ritmos ou qualquer outro material sígnico realizaram ao longo da história do homem (NUNES, 2012 p.182).

No livro *Técnicas de comunicação pelo rádio*, os autores Ortiz e Marchamalo, falam sobre o som como criador de sensações e justificam que o som de um riacho com pássaros criará um estado de serenidade, enquanto que o som de uma sirene de ambulância despertará uma sensação de alarme.

Desde a mais remota antiguidade, conhecem-se os efeitos meméticos do som, utilizado como elemento ritual em cerimônias religiosas ou ações militares. As tribos celtas, por exemplo, já se estimulavam no combate com sons de trombetas. (...) Durante a Segunda Guerra Mundial, o bombardeiro alemão de ataque em mergulho Stuka emitia em sua queda um som chiado e ríspido, capaz -dizia-se- de enlouquecer os soldados inimigos (ORTIZ; MARCHAMALO 2005, p. 59).

Esta habilidade dos sons de provocar as sensações no corpo, como descrito acima, remete-nos ao poder que a sonoridade tem para associar os sons aos registros de situações que estão em nosso repertório. "O som se transforma em uma linguagem de caráter universal capaz de provocar determinadas sensações anímicas, à margem do reconhecimento ou interpretação racional dele" (ORTIZ; MARCHAMALO 2005, p.59).

Uma das peculiaridades do rádio é exercer o papel de resgate da memória afetiva.

O pouco que se sabe sobre a memória revela, sobretudo, que lembrar é um processo ativo e se baseia em processos cognitivos e emocionais. Recuperar um evento, como a paisagem sonora dos espaços deixados, não é recuperar o aprendizado original, mas refazer a própria memória da última vez que foi invocada (ROSE, *apud* NUNES, 2001, p.171).

Esta autora, que trabalhou por 20 anos na Rádio Eldorado de São Paulo (hoje Rádio Estadão), uma emissora do Grupo Estado, pôde observar durante este período as diversas manifestações de ouvintes que relatavam, por meio de emails ou por telefone, as lembranças reavivadas pelas vozes, músicas ou sons ouvidos no rádio. Um dos exemplos que podemos citar é a o canto orfeônico *Brasil–Marcha de Guerra*. O hino, um dobrado, de autoria de Thiers Cardoso era a música tema de abertura do Jornal Eldorado, nas décadas de 80 e 90, até início dos anos 2000. Muitos ouvintes relatavam que o som desta canção ficou gravado na memória e sempre que a ouviam eram transportados para

lembranças antigas. “A mesma canção, com idêntico som, desperta sensações ou lembranças diferentes – e até mesmo, contrapostas – em cada um dos receptores, estimulando impressões do que Constantin Stanislavski denominava memória das emoções” (ORTIZ; MARCHAMALO, 2005):

Tal como sua memória visual pode reconstruir a imagem interna de uma coisa esquecida, um lugar ou uma pessoa, sua memória emocional pode fazer voltarem sentimentos que você já experimentou. Pode parecer que estes estejam mais além de toda recordação, quando subitamente, uma sugestão, um pensamento, um objeto familiar torna a trazê-los, a fazê-los sentir vigorosamente (STANISLAVSKI, apud ORTIZ; MARCHAMALO, 2005 p.62).

Os autores Ortiz e Marchamalo acrescentam que a linguagem sonora não tem universalidade, uma vez que cada ouvinte terá uma percepção diferente do som e isto vai depender das imagens ou situações que cada um tem previamente registradas.

Há uma curiosa anedota de Quino, o criador de Mafalda, referente à aparição dos primeiros filmes da popular personagem. Conta que um menino, amigo da família, comentou com ele depois da estreia que no cinema os personagens não tinham a mesma voz que nas tirinhas. Quando não existe arquivo de determinado som, este pode chegar até mesmo a ser imaginado, alcançando idêntica certeza como se fosse o real (ORTIZ; MARCHAMALO, 2005 p.61).

Uma das principais características do meio rádio é o aguçamento dos sentidos, que vai além do ouvir. Sobre este aspecto, Eduardo Meditsch (1999) afirma que os limites do rádio não se resumem na criatividade e no arbítrio dos artistas. De acordo com Meditsch, as formas de expressão foram se ampliando a partir de ideias utilizadas pelas vanguardas das artes acústicas, como a sinestesia, que propõe um cruzamento de sensações na relação entre sons, cores e sentimentos, ou ainda, o conceito do animismo, através do qual os sons podem ter vida própria:

Os efeitos hipnóticos da música testados tanto para incrementar a produtividade do trabalho quanto no adestramento de serpentes; o arquétipo de um inconsciente coletivo inerente à natureza humana - explorados de diferentes maneiras por estes artistas comprovariam a existência de uma realidade transcendental que supriria o rádio da imagem que lhe faria falta (STRAUSS; MANDL *apud* MEDITSCH 1999 p.159 e 160).

O som entra no corpo como uma vibração e se instala como um arquivo de lembranças e este arquivo de memórias são ativados pelo som. Monica Rebecca Nunes em seu livro *Memória na mídia*, lembra que "Recordar não é reproduzir mecanicamente um fato, mas reconstruí-lo ou mesmo construí-lo. A cada recordação, as lembranças assumem novas codificações e se contaminam pela atualização do presente” (Nunes,

2001). Neste mesmo contexto, e evocando o rádio como emissor de sons, Arnheim diz que "O rádio não deveria se limitar à simples transmissão do locutor, deveria permitir que o ouvinte vivesse intensamente o acontecimento (ARNHEIM *apud* MENEZES, 2007, 1984)".

Uma reportagem radiofônica utiliza deste mecanismo de reconstrução do fato por meio de sons ambientes e vozes que compõem o retrato sonoro da história que está sendo contada.

Em novembro de 2002, época em que eu era repórter na Rádio Eldorado, produzi uma matéria sobre a fome no país. Meu objetivo com a reportagem, chamada "*Um retrato da fome*" era revelar por meio de uma paisagem sonora a situação de brasileiros que viviam na miséria. Tive o cuidado de chamar de "*retrato*" e não *raios-X*, porque os recursos de uma emissora de rádio não permitiriam muitas viagens e um longo tempo de apuração para fazer realmente um raio-X daquele problema social e sim um retrato, uma amostra da situação naquele momento. Para a produção viajei para os estados da Bahia e do Piauí. Na Bahia além do sertão baiano, fiz também entrevistas com pessoas que moravam nos casarões do Pelourinho (cartão postal baiano-maior conjunto arquitetônico barroco da América latina) que saciavam a fome com o sopão oferecido pela igreja. E no Piauí fui ao sertão na cidade de Esperantina. A reportagem completa com cinco capítulos (que recebeu os prêmios da *Fundación Gabriel Garcia Marquez para el Nuevo Periodismo Iberoamericano* e Embratel de Jornalismo) apresentou por meio de sons ambiente, voz e descrição sonora, um panorama do problema social naquele momento no país. Em um dos capítulos entrevistei uma moradora de um bairro muito pobre do sertão piauiense. A narrativa descritiva da moradia da personagem contribuiu para formar a imagem sonora: "Na cidade de Esperantina chegamos ao bairro Mão Santa, um local abandonado onde simplesmente não existe nenhuma infraestrutura: água, esgoto ou luz elétrica. Lá encontramos dona Maria de Lourdes da Conceição que ganha algum dinheiro quebrando coco...". Para fazer a entrevista com dona Maria de Lourdes foi preciso entrar no universo dela. Ela só falou comigo quando ficou de cócoras quebrando coco e eu me coloquei na mesma posição que ela e comecei a conversa. Na reportagem além das palavras de Maria de Lourdes "... como arroz com feijão, mas todo o dia não tem não. Quando não tem, espero a hora de arrumar", é possível ouvir também o som do coco sendo quebrado e das crianças brincando ao redor. O conjunto destes sons forma um retrato sonoro que transporta o ouvinte para dentro da cena que está sendo contada (RELATO DA AUTORA).

As ondas sonoras do rádio podem fazer companhia, aplacar a solidão "O rádio possui tudo o que é preciso para falar na solidão. Não necessita de rosto" (BACHELARD, 1994, p.181).

O ouvinte encontra-se diante de um aparelho. Está numa solidão que não foi ainda constituída. O rádio vem constituí-la, ao redor de uma imagem que não é apenas para ele, que é para todos, imagem que é humana, que está em todos os psiquismos humanos. Nada de pitoresco nenhum passatempo. Ela chega por trás dos sons, sons bem feitos (BACHELARD, 1994 p. 181).

O rádio redimensionou o ouvir. As apropriações de um programa de rádio no cotidiano do ouvinte revelam a relação deste veículo com os sentimentos (KASEKER, 2012, p.33)

Uma característica bastante comum é a associação da escuta à condição de solidão. O rádio é companheiro e conecta os ouvintes a vozes familiares que sempre estarão “por perto” (KASEKER, 2012 p. 33).

2.3. Ouvinte: sons e vínculos

O som transpassa o corpo e transforma a audição em um sentido que envolve a estrutura física e psíquica ao mesmo tempo. “O rádio, como mídia sonora que envolve todo o corpo, tem a capacidade de vincular os corpos e, em conjunto com outras mídias, possibilitar a sincronização da vida em sociedade” (MENEZES, 2007, p.19).

Tanto na evolução filogenética, ou o estudo da evolução das espécies, como na evolução ontogenética, ou história da evolução do indivíduo desde a fecundação até a maturidade para reprodução, observamos que os animais utilizam códigos que permitem a vida em sociedade. Assim, entendemos que os processos comunicativos são construções de vínculos que agregam ou segregam indivíduos. *Agregar* no sentido da interação entre os indivíduos vinculados sob o termo “nós” e *segregar* no sentido de que a constituição do “eu” implica na observação de outros grupos denominados “outros”, os que “estão fora” (MENEZES, 2007 p. 23 e 24).

Os vínculos entre o emissor e receptor se reforçam por meio dos sons. E podemos dizer que existe um vínculo na medida em que a palavra vincular que, no sentido literal, significa aquilo que liga ou estabelece relação, é utilizada neste texto (que discorre sobre a ligação entre o ouvinte e o rádio), como um vocábulo que expressa a relação destes dois campos. “E vincular significa aqui” ter ou criar um elo simbólico ou material”, constituir um espaço (ou um território) comum, a base primeira para a comunicação” (BAITELLO Jr., 1997, p.89).

A relação entre o homem e a mídia, foi descrita por Menezes em seu livro *Rádio Cidade: vínculos sonoros* como uma teia de vínculos. Menezes utilizando o conceito de Teoria da Mídia desenvolvido por HaryPross (classificação das mídias em primária, secundária e terciária), enfatiza que “a inserção em uma teia de vínculos construída pelas mídias (primária, secundária e terciária), nos permite compreender que cada indivíduo

participa da comunicação, mais do que é sua origem ou ponto de chegada” (MENEZES, 2007, p.42).

Neste Sentido, o indivíduo fica envolvido em uma rede de símbolos que faz com que a simples expressão “um bom dia para nossos ouvintes” não indique apenas que o sol nasceu, mas especialmente uma rede de símbolos que envolvem os homens. Mais uma vez, mesmo utilizando limitadas denominações técnicas, como “emissora de rádio” ou “aparelho receptor” estamos diante de um processo de interação (MENEZES, 2007 p.41).

Este elo simbólico (vínculo), no entanto, pode ser frágil e exigir sempre atenção dos dois lados, como mostra Meditsch (1999): “se o ouvinte desvia a atenção ou interrompe a emissão, para escapar de uma proximidade às vezes perturbadora, suspende junto à comunicação”.

Num debate radiofônico, uma voz que fala tem que ser seguidamente identificada, para não se tornar apenas uma voz. E a outra, que cala, tem que ter sua presença realçada com a mesma insistência, para que o silêncio possa ser notado e não se transforme em esquecimento (MEDITSCH, 1999, p.152).

2.4. Ouvinte: vínculo e fidelidade

E a partir desta ligação ou vínculo, podemos destacar uma das características que diferencia o rádio de outros meios de comunicação: a fidelidade. E o ouvinte fiel é assim descrito pela pesquisadora Nair Prata:

Do ângulo da observação, o ouvinte fiel pode ser definido como sendo um seguidor da emissora, aquela pessoa que acompanha parte ou toda a programação, sabe os nomes dos comunicadores, conhece os horários dos programas, participa com sugestões e até com críticas e sente-se, de alguma forma, parte da vida da rádio. Além disso, recusa-se a ouvir qualquer emissora que não seja aquela de sua preferência absoluta (PRATA, 2003 p. 139)

O ouvinte, diferente de outros receptores (leitores, telespectadores, internautas) tem uma relação que vai muito além de simples emissor e receptor.

Há uma particularidade do rádio a marcar o meio em relação aos demais e a garantir a sua sobrevivência em um processo que ganhou força com a transistorização, tecnologia responsável pela consolidação da portabilidade dos aparelhos receptores. Trata-se de sua caracterização como uma espécie de companheiro do ouvinte, algo que está próximo no dia a dia e quebra a solidão (FERRARETTO, 2014, p.31).

A fidelidade transforma o rádio em parte do cotidiano do ouvinte, a tal ponto que alguns “ouvintes fiéis tornam-se tão íntimos da emissora e seus funcionários que levam presentes, sabem datas de aniversários, enviam cumprimentos em ocasiões festivas e visitam a rádio de vez em quando, além de manter contato por cartas e/ou email” (PRATA, 2003).

Outro exemplo que esta autora pode citar, durante o período dentro de uma emissora de rádio, está relacionado ao episódio da mudança da Rádio Eldorado quando se transformou em Rádio Estadão/ESPN.

No dia seguinte a estreia da Rádio Estadão/ESPN os ouvintes se manifestaram em grande número, uns contra e outros a favor. Eu como Editora-chefe da emissora na época recebi em meu e-mail diversas mensagens e em muitas delas os ouvintes protestavam contra a mudança dizendo que nós (Dirigentes da Rádio), havíamos “mexido” na rádio deles, mudando a programação com a qual eles se identificavam e já estavam habituados (RELATO DA AUTORA). O fato descrito acima demonstra a dimensão do envolvimento do ouvinte com a rádio. Esta identificação entre emissor e receptor é descrita por Ferraretto como empatia:

O rádio, em qualquer de suas manifestações comunicacionais, objetiva criar uma relação de empatia com o público. É algo que envolve sentimentos de pertença, da atribuição do papel de companheiro virtual à emissora noção de que aquela estação ou mesmo podcaster representa os anseios, os interesses, as necessidades e/ou objetivos de cada ouvinte (FERRARETT O, 2104, p.48).

Para explicitar este vínculo do rádio com o ouvinte, vamos abordar dois filmes que trazem o rádio no enredo e são inspirados em histórias verídicas.

O longa *Verdades que matam* (do original, *Talk Radio*, 1988) dirigido por Oliver Stone- revela o rádio como um canal de comunicação com o público. No filme a frase:

“O rádio é seu vizinho, ninguém mais fala com ninguém”; pronunciada pelo personagem central, - o locutor Barry Champlain da rádio KGAB, quando este interage com o ouvinte da cidade de Dallas no estado americano do Texas – revela o poder deste veículo como intermediador da sociedade. Na trama, que tem o meio rádio como protagonista da história, o programa de rádio apresentado por Barry Champlain, *Conversa da Noite* (no original, *Talk tonight*) é um dos mais populares da cidade. Nesse programa, a audiência não é passiva, ao contrário, o ouvinte vai além, interage e se serve do rádio como um parceiro, um amigo.

O locutor Barry Champlain, personagem central da trama, foi inspirado na vida do radialista Alan Berg que trabalhou em várias emissoras em Denver no estado norteamericano do Colorado e, por último, na Newsradio 850-KOA-AM, emissora onde apresentava o talk show *Talk tonight*. O apresentador, de origem judaica, era polêmico por emitir suas opiniões no ar durante as conversas ao vivo com os ouvintes. Temas como legalização de drogas, racismo, homossexualidade e religião eram trazidos à tona o tempo todo, seja por Champlain ou mesmo pelos ouvintes. E ao discordar dos ouvintes o locutor acabou por ascender um ódio contra ele próprio e contra todos os gays, negros e judeus.

O roteiro do longa foi adaptado do livro escrito por Stephen Singular, *Conversei com a morte. A vida e o assassinato de Alan Berg (Talked to death - The life and murder of Alan Berg-1987)*. A obra conta a trajetória do radialista Alan Berger, desde o mesmo ter sido descoberto por um apresentador de rádio quando era um vendedor de ternos em uma loja, até o seu assassinato, após ser transformado em um dos mais famosos locutores de rádio em vários estados americanos dos E.U.A. Alan Berg foi morto a tiros em 18 de junho de 1984, por um grupo racista denominado *A Ordem (The Order)*.

Nesta mesma perspectiva o filme *Fale comigo* (no original *Talk to me*, 2007) dirigido por Kasi Lemmons, traz o rádio no enredo para narrar a biografia de um personagem que marcou uma geração nos Estados Unidos utilizando este veículo de comunicação para dar voz contra o racismo pujante naquele período. Em *Fale Comigo* o locutor Ralph "Petey" Greene, interage pelo telefone com ouvintes e por meio do microfone fala sobre direitos civis e conscientização da comunidade negra. No ar Greene, ao contrário de outros locutores, não utilizava a linguagem radiofônica da época, ou seja, uma voz mais empostada, e sim a linguagem das ruas. E este diferencial o aproximou dos ouvintes e elevou a audiência da emissora. Eram os anos 60, e com a projeção do rádio, Greene passa ser ouvido como um dos mais importantes ativistas da época. Uma cena de destaque do filme e que revela a empatia e o vínculo deste veículo de comunicação com o ouvinte, se passa quando, após o assassinato de Martin Luther King, Greene utilizou o rádio para acalmar o tumulto que se formava nas ruas da capital estadunidense. Enquanto a cidade ardia em chamas, pelo microfone da emissora *AM WOL-1450*, Petey Greene interagia com ouvintes e fazia apelos para aplacar os ânimos da multidão: "... é um dia de trevas, deve ser um dos dias mais sombrios que já vi e olha que já vi muitos (...). Então é o seguinte se você está em casa, por favor, fique em casa e se você está na rua vá pra casa, guarda a sua raiva até esta poeira toda baixar (...) Nós vamos triunfar..." (TALK TO ME, 2007 dublado).

2.5. Ouvinte: hábito, mobilidade

A afinidade entre o ouvinte e o rádio tem parâmetros particulares que se distingue de outros meios de comunicação. A ausência da imagem envolve características para a relação entre o emissor e o receptor que outras mídias como a televisão, o cinema ou a internet que são predominantemente visuais, não apresentam.

"Na década de 30, o rádio já trazia o mundo para dentro de casa" (CALABRE, 2002). A frase que abre este parágrafo demonstra o poder que este veículo de comunicação assume. O rádio se transforma em objeto de desejo das famílias, com uma presença constante no dia a dia da sociedade. Neste período, se inicia a chamada *Era de*

Ouro do rádio. "Lançado como uma novidade maravilhosa, o rádio transformou-se em parte integrante do cotidiano. Presença constante nos lares converteu-se em um meio fundamental de informação e entretenimento" (CALABRE, 2002, p.7 e 8).

Nesta época, chamada de *Era de Ouro*, o rádio era um aparelho grande (sem mobilidade) que fazia parte do mobiliário da casa e ocupava um local central na sala de estar. A família se reunia para ouvir rádio. O modo de ouvir ou o hábito de ouvir era influenciado também pela imobilidade do aparelho.

Para ilustrar este momento do rádio, vamos retomar o filme *A Era do Rádio* (no original, *Radio Days*, 1987), dirigido por Woody Allen. O longa-metragem, em sua plenitude, revela a centralidade do veículo rádio na vida das pessoas. Uma época em que a magia do rádio versava principalmente no fato de não ter imagens e incitar a imaginação do ouvinte. Em várias tomadas, o longa explora cenas da família e deixa claro que o rádio não é apenas mais um móvel enfeitando a sala de estar, pois ele influencia no comportamento e na vida daquelas pessoas.

Na primeira cena já nos é mostrado, na narração de Woody Allen, o poder e a credibilidade da caixinha falante: "Era uma vez, muitos anos atrás, dois ladrões que arrobaram a casa dos nossos vizinhos em Rockway. O Sr. e a Sra. Needleman estavam no cinema, e isto foi o que aconteceu..." (A ERA..., 1987). Neste momento, na tela escura, nos são revelados apenas alguns clarões das lanternas carregadas pelos dois ladrões, quando inusitadamente o telefone toca. A partir daí, o rádio entra em cena. Confundidos com os donos da casa, os dois ladrões são convidados a participar de um concurso musical e, empolgados com o fascínio das ondas sonoras, esquecem-se do assalto, ligam o rádio e passam a responder e acertar as perguntas. O resultado final é que a família Needlman, apesar de ter alguns itens roubados, foi surpreendida com um caminhão de prêmios na manhã seguinte. Vale ressaltar que no filme o diretor apresenta o rádio veiculando um programa típico de grande audiência e participação dos ouvintes por telefone: um programa de auditório.

O filme continua revelando o aparelho receptor de rádio como um “móvel” com lugar de destaque nas residências. Por meio da decodificação das ondas sonoras, as pessoas ficam informadas, se divertem e se socializam. E podemos perceber na película e também na literatura que relata a história do rádio que o modo de escutar era muito diferente do atual. Eles mostram que, “a clássica imagem de uma enorme caixa de madeira falante representa um tipo de rádio que não existe mais. Na década de 50 o rádio cumpriu um papel social de destaque, criou moda, inovou estilos, inventou práticas cotidianas e estimulou novos tipos de sociabilidade” (CALABRE, 2002, p.07). As famílias se reuniam em torno do rádio, como se ele projetasse uma imagem, constituíam ao redor do aparelho um ambiente sonoro vinculador.

No desenrolar da história o autor nos expõe o rádio como um meio que suscita o tempo todo às nossas emoções. O filósofo Gaston Bachelard nos aponta este elemento no artigo *Devaneio e rádio*:

O Rádio é verdadeiramente, a realização integral, a realização cotidiana da psique humana. O problema que se coloca a esse respeito não é pura e simplesmente um problema de comunicação; não é simplesmente um problema de informação; porém de modo cotidiano, nas necessidades não apenas de informação, mas de valor humano, o rádio é encarregado de apresentar o que é a psique humana... Antes do final do século XVIII, falava-se das conversas de café: eram muito cheias de interferências; falava-se num canto do café, não se escutava no outro. Mas no mundo universal animado pelo rádio todos se ouvem e todos podem se escutar em paz (BACHELARD, 1994 p.177).

Este comportamento no modo de escutar rádio, como um ritual, com o horário e local, e a reunião todos da casa, revela o rádio como parte dos hábitos do cotidiano familiar.

O hábito do ouvinte, no entanto, está em constante mudança, pois vários fatores sociais influenciam no modo de convívio entre emissor e receptor. Como explica Kaseker (2012), as alterações nos campos de trabalho, escola, faixa etária, local de moradia ou o fato de passar a conviver com um novo grupo social são elementos que transformam os modos de ouvir. E completa:

No caso do rádio, sua entrada no ambiente doméstico acontece pela porta da frente e sua instalação como signo de *status* na sala de estar, cultuado por toda família e sob o comando do patriarca. Sua própria metamorfose, com a invenção do transistor e dos gravadores portáteis, o trânsito desse aparato até a cozinha e os aparelhos individuais, como o radinho de pilha ou o *Walkman*, que ofereciam mais mobilidade, foi modificando seu “lugar” na vida das pessoas (KASEKER, 2012, p.146).

Ao longo das décadas, transcorrido o chamado período de ouro da radiodifusão, o modo de escutar rádio, como se o mesmo projetasse uma imagem, foi se transformando. O grande móvel que ocupava lugar de destaque nas residências não existia mais. O aparelho mudou de tamanho, formato e ganhou mobilidade.

É engraçado constatar que, hoje o móvel pesado na sala não é mais o rádio: é a televisão. Esta não deixou de ocupar e exercer a centralidade no espaço público; nós somos a civilização da imagem, e isso parece pesar com um dado irreversível. A novidade é que o rádio vai consolidando seu lugar de honra na nova arena eletrônica, e isso graças a sua mobilidade e a sua chamada “capilaridade” que é insuperável. E, sobretudo, à riqueza das suas possibilidades (BUCCI, 2004 p.9).

A era móvel do rádio teve início com a chegada do transistor que revolucionou este veículo de comunicação. "O rádio transistorizado passou a acompanhar os lavradores em seu trabalho diário na roça" (MILANESI, 1978, p.76). A tecnologia desenvolvida em 1947 por três cientistas da Bell Telephone Laboratories, em Nova Jersey, nos Estados Unidos (FERRARETTO, 2000, p.137), permitiu a redução do tamanho do aparelho e que o mesmo se libertasse da imobilidade:

Graças ao transistor, o rádio deixou de ser meio de recepção coletiva e tornou-se individualizado. As pessoas podem receber suas mensagens sozinhas, em qualquer lugar que estejam. Essa característica faz com que o emissor possa falar para toda sua audiência como se estivesse falando para cada um em particular, dirigindo-se àquele ouvinte específico (ORTRIWANO, 1985, p. 81).

A nova tecnologia que substituiu as válvulas transformou o rádio em um aparelho móvel e mais acessível:

O rádio a transistor começou a ser tornar conhecido no Brasil, no final dos anos 50, quando a indústria brasileira iniciou a produção em território nacional. Antes disso, somente a burguesia possuía recursos para tal. Porém, ele só atingiu seu apogeu em meados da década de 60, devido às transmissões dos jogos das Copas do Mundo de futebol, em 1962 e 1966. Vale lembrar que, na década de 50 e meados dos anos 60, poucas famílias possuíam aparelhos de televisão (MELLO *apud* FERRARETTO, 2000, p. 138).

A chegada da televisão impõe ao rádio desempenhar novos papéis.

O rádio deslocado de sua primitiva função deveria desempenhar outro papel para poder continuar existindo. Ele não poderia competir com a televisão dentro do velho esquema. Enquanto a TV passou a transmitir programas de auditório, novelas, humorismo, seguindo o caminho traçado pelo rádio e mesmo repetindo esse caminho, a radiofonia buscou novas diretrizes. E acabou transformando-se naquilo que Umberto Eco chama de "música de uso". Ou seja, um som que acompanha as atividades diárias das pessoas durante o dia todo (MILANESI, 1978, p.126 e 127).

A palavra hábito, no entanto, mesmo em época de mobilidade e acessibilidade continua fazendo parte do universo radiofônico. O ouvinte adota o rádio e principalmente o rádio noticioso como parte de sua rotina.

O livro *Mídia sonora em 4 dimensões* traz vários relatos que revelam como o rádio está enraizado no cotidiano dos ouvintes. Um dos trechos conta que a aposentada carioca Maria Steganhó Carvalho, de 81 anos, afirma que sabe de tudo o que acontece pelo rádio:

A aposentada conserva o hábito da escuta diária do rádio e a partir das informações absorvidas molda sua rotina e a forma como vai interagir com o ambiente ao seu redor. A escolha da pauta para um programa jornalístico do rádio orienta as escolhas e ações de Maria Steganhó ao longo do dia (KLOCKNER, PRATA, 2011 p.20).

Os vocábulos vínculo, fidelidade e hábito acima mencionados para esclarecer a ligação do ouvinte com o rádio, revelam a relação diferenciada entre estes dois elos. Uma relação que pode ser chamada de ligação afetiva, uma vez que o rádio está inserido no cotidiano do ouvinte e uma simples alteração pode modificar a rotina dele.

Na função de Editora-chefe da rádio Eldorado/Estadão eu tinha como uma das responsabilidades do cargo, elaborar o relógio da emissora, isto é, planejar o que iria ao ar em cada minuto de cada programa, como por exemplo, que momento entraria o comercial, o trânsito ou o giro de notícias. E sabendo que o rádio faz parte do cotidiano do ouvinte, a alteração nos horários do relógio era feita o mínimo possível, pois isto poderia interferir na audiência. Um exemplo: o ouvinte liga o rádio todos os dias ao acordar e as 7h52 entra a previsão do tempo e só após ouvir esta informação ele decide com que roupa irá ao trabalho. Uma mudança no relógio da emissora que passa a previsão do tempo para minutos mais tarde com certeza influenciará a rotina do ouvinte e, sei disto porque por muitas vezes eles entraram em contato com a rádio e reclamaram da mudança nos horários não só da previsão do tempo, mas também dos boletins de trânsito ou mesmo do comentário de um colunista (RELATO DA AUTORA).

Capítulo 3 – A evolução na interatividade no rádio

3.1 – O rádio nasceu interativo

Lucio Mesquita, disse de forma ousada, em entrevista ao Portal Imprensa em 27 de outubro de 2009², que o rádio havia inventado a interatividade entre os meios de comunicação.

Afinal, até recentemente, a única forma prática de interatividade era o telefone e o rádio sempre explorou, e bem, o uso da telefonia fixa para obter informação e interagir com o ouvinte. É importante saber utilizar as novidades tecnológicas para beneficiar a audiência. Várias emissoras e programas da BBC utilizam as chamadas mídias sociais para interagir e/ou criar conteúdo adicional para o público (MESQUITA, 2009).

O jornalista Milton Jung, apresentador do *Jornal da CBN* na rádio CBN de São Paulo, relata em seu livro *Jornalismo de rádio* a participação do ouvinte na programação:

O rádio, interativo de nascença, fortalece a relação com o público. O âncora apresenta o programa diante do correio eletrônico, aberto às mensagens e interferências dos ouvintes, quase que imediatas. A entrevista mal começa e já chega a primeira pergunta do ouvinte. O entrevistado escorrega, e vem a crítica. O apresentador se engana, e a correção aparece. E assim, internauta ou ouvinte, conectado à internet, transforma-se em protagonista (JUNG, 2004, p. 68).

A escuta evoluiu, por influência da progressão tecnológica e também das mudanças no capital social.

O rádio se configura como um veículo unidirecional, vertical e hierárquico, aproximando se muito mais de um canal de distribuição do que de um meio de comunicação propriamente dito. Mas, apesar dessas características, que a princípio seriam responsáveis por isolar emissor e receptores de rádio, impedindo a interação entre os mesmos, esse meio revela em sua trajetória diferentes marcas da participação da audiência, carregando consigo um potencial interativo, apontado desde os anos 1930 pelo ensaísta alemão Bertolt Brecht (QUADROS, LOPEZ, 2015, p.168).

O dramaturgo alemão, Bertold Brecht, em texto escrito entre 1927 e 1932, *Teoria do Rádio*, já avistava as potencialidades do então novo veículo de comunicação que estava surgindo:

É preciso transformar o rádio, convertê-lo de aparelho de distribuição em aparelho de comunicação. O rádio seria o mais fabuloso sistema de canalização.

² Na época da entrevista Lucio Mesquita era diretor regional da BBC para rádios e sites locais, responsável por quatro emissoras.

Isto é, seria se não somente fosse capaz de emitir, como também de receber; portanto, se conseguisse não apenas se fazer escutar pelo ouvinte, mas também pôr-se em comunicação com ele (BRECHT in MEDISTCH, 2005, p.42).

A tecnologia que deu ao rádio mobilidade e acessibilidade encurtou a distância entre emissor e receptor e ampliou a interação.

Contrariando sua natureza massiva, mesmo que ainda não da forma como sonhava Brecht, o ouvinte é uma presença constante na programação radiofônica no Brasil desde o início das transmissões, na década de 1920. Seja por meio do envio de cartas, da participação em programas de auditório, de ligações telefônicas, do contato direto em visitas às emissoras ou mais recentemente através das plataformas e dispositivos de comunicação móvel e digital, o rádio ao longo de sua história tem buscado explorar diferentes ferramentas com o intuito de manter um contato direto com seus ouvintes (QUADROS; LOPEZ, 20158, p.16).

3.2 O Ouvinte: interage ou participa?

O rádio se tornou mais ágil, mais popular. E para esta autora que viveu por mais de vinte anos dentro de emissoras de rádio, desempenhando as mais diversas funções, um dos mistérios deste meio de comunicação é justamente o comportamento do ouvinte, diferente de todas as outras relações entre emissor e receptor, como por exemplo: televisão e espectador, impresso e leitor ou internet e internauta. No rádio, a relação vai além de um veículo de comunicação que informa e entretém. Neste caso, é propício o uso da palavra companheiro para interpretar o relacionamento entre as ondas sonoras e o ouvinte, tal a identificação e a proximidade com o meio de comunicação.

O comportamento do ouvinte se modifica. Hoje, ninguém mais ouve rádio parado em um ponto específico ou olhando para o aparelho, já que o som emitido pela “caixinha falante” é incorporado ao dia a dia e acompanha o ouvinte onde ele estiver. Por influência dessa mobilidade e também pela progressão tecnológica, há uma mudança na forma de consumir o áudio. A escuta evolui e a audiência sai definitivamente da passividade.

Esta função do ouvinte, como nos revela Menezes, faz parte de um imprevisível modelo orquestral de comunicação:

A inserção em uma teia de vínculos, que marca o uso do *médium* rádio, nos permite compreender que cada indivíduo participa da comunicação; mas do que ser sua

origem ou ponto de chegada, cada cidadão integra um imprevisível modelo orquestral de comunicação (MENEZES, 2006 p.203).

O termo orquestral refere-se à perspectiva de estudo da comunicação desenvolvida na chamada Escola de Palo Alto em 1942 na Califórnia, Estados Unidos. O Colégio Invisível, como também era chamado, teve como um dos propulsores o antropólogo Gregory Bateson. Os pesquisadores de Palo Alto com formação antropológica entendem que cada ator social, dentro de uma cultura, é integrante de uma orquestra onde cada membro toca e um se encaixa ao outro. “O modelo orquestral de comunicação equivale, na verdade, a ver na comunicação o fenômeno social que o primeiro sentido da palavra traduzia muito bem, tanto em francês quanto em inglês: o pôr em comum, a participação, a comunhão” (WINKIN, 1998, p. 34).

Em seu livro *Nova retórica e rádio informativo*, Klöckner considera que a interatividade pode ser confundida com a participação. A interatividade no rádio é diferenciada da concepção de uma simples participação do ouvinte (receptor) (KLOCKNER, 2011). A interação acontece quando há a comunicação ativa das duas partes de forma verbal, como um diálogo em que cada qual pode expor seus pontos de vista, com réplicas e tréplicas. Já a participação não pressupõe a forma verbal do receptor, ela pode ser feita por meios eletrônicos como a internet ou mensagens por telefone e mais atualmente pelo whatsapp.

O autor enfatiza que é preciso analisar todo o contexto para diferenciá-las, como por exemplo: a vontade de interagir, a atenção ao conteúdo e o igual tempo e espaço de discussão. Klöckner relaciona três tipos de interatividade:

a) Completa: é o que oportuniza o diálogo direto e ao vivo, em circunstância equivalente de espaço e de tempo, com réplicas e tréplicas; b) Parcial: estabelecida quando, igualmente no mesmo tempo e espaço, o ouvinte opina, pergunta, mas não conquista um lugar ou não se interessa pela réplica ou tréplica; c) Reacional: ocorreria quando o ouvinte apenas reage a uma situação proposta no programa, sem que ele próprio exija ou obtenha uma resposta, como no caso de envio de e-mails e de torpedos à rádio que são apenas lidos no ar (KLÖCKNER, 2011, p.126 e 127).

Neste contexto a interatividade deveria acontecer de forma simultânea:

Envio de cartas, e-mails, conversas em fóruns on-line ou sites de redes sociais, nesse entendimento, não poderiam ser considerados como participações interativas da audiência, já que não se dariam simultaneamente ao consumo do conteúdo veiculado no ar. Entretanto, é importante observarmos que a sincronidade ou não das interações, principalmente através das tecnologias

digitais, não dependem unicamente do dispositivo, mas sim do uso que é feito do mesmo. Isto é, um e-mail pode ser recebido e respondido de forma imediata, caracterizando-se como síncrono, além de permitir réplicas e tréplicas entre os interagentes. A sincronidade de uma interação, portanto, não pode ser utilizada como condição para determinar a interatividade. (QUADROS; LOPEZ, 2015, p.170).

3.3 O ouvinte consome e gera conteúdo

Se a interatividade é uma das características do rádio, outro atributo deste meio de comunicação é a utilidade pública. O imediatismo e a proximidade com o ouvinte, unidos à ferramenta de interação, transformam o rádio em prestador de serviços.

O ouvinte, por meio do telefone, interage e serve-se do rádio como um parceiro, um amigo ou até mesmo uma válvula de escape para as angústias, medos e, além disso, utiliza-o ainda como um instrumento político para pleitear benefícios e reivindicar soluções para as mazelas da comunidade e da sociedade.

Há décadas o rádio incentiva a participação através de telefone fixo com perguntas, votações, sondagens de opinião, narração de experiências. Os modos de participação foram incrementados pelas contribuições da tecnologia, especialmente do telefone. Tanto o tradicional fixo como o atual e inovador celular com todas suas variações (CEBRIAN, 2011, p.95).

O transistor revolucionou o rádio e o telefone celular transformou e ampliou a relação entre emissor e receptor. A mobilidade do aparato telefônico permitiu ao ouvinte (no caso do rádio) ouvir o conteúdo radiofônico onde quiser e interagir com o meio onde estiver.

Um dos desenvolvimentos mais relevantes do rádio de participação e diálogo é a orientação de todos os processos para compartilhar a informação, ideia, opinião, criatividade radiofônica artística ou qualquer documento sonoro que cada um tem com os demais. É um compartilhamento baseado na credibilidade existente entre amigos. A informação alcança uma confiabilidade segundo a credibilidade depositada em cada um dos conhecidos e amigos que querem compartilhar suas informações (CEBRIAN, 2011, p.100).

Para apontar um exemplo dessa interação, como já preconizava Brecht, podemos citar o ouvinte que se transformou em repórter na década de 90, na Rádio Eldorado de São Paulo (emissora que faz parte do Grupo Estado).

Em dezembro de 1993, o jornalista Marcelo Parada, então diretor da emissora, estava à frente do microfone no comando de uma cobertura de início de férias com

informações sobre a situação do trânsito nas ruas e nas rodovias. O celular havia chegado a São Paulo uns meses antes e, portanto, ainda era uma novidade. Nesse dia, chovia muito e o trânsito em várias vias e rodovias estava um caos. A reportagem da emissora estava nas ruas, mas não havia como realizar uma cobertura jornalística de todos os fatos que estavam acontecendo na cidade e principalmente prestar serviço ao ouvinte que estava naquele momento sem alternativas em meio a desordem nos caminhos da cidade. Neste contexto toca o telefone na redação, trata-se de um ouvinte que liga para rádio e informa que está parado em um congestionamento na Marginal do Tietê³. Imediatamente, surgiu a ideia de colocá-lo ao vivo no ar, para que o mesmo relatasse *in loco* o ocorrido (a transmissão da informação ao vivo só foi possível graças ao telefone celular que proporcionou mobilidade ao ouvinte). Após a entrevista com o ouvinte, o jornalista Marcelo Parada fez um chamado no ar para que outros motoristas que estivessem com telefone celular também ligassem para rádio para relatar a situação sobre o local onde estavam. A iniciativa foi um sucesso e continuou a partir de então, como uma marca registrada da rádio Eldorado:

No final da jornada, percebemos que tínhamos um instrumento poderoso nas mãos, mas ninguém havia se dado conta do que aquilo significava. (...) A presença no ar continuou um tanto desordenada até que uma reportagem da revista *Veja São Paulo* destacou o trabalho sob o título *Ouvinte-repórter*. Pronto, foi encontrado o nome que estava faltando! (PARADA, 2000, p.116, 117).

O surgimento do ouvinte repórter intensificou o diálogo entre a rádio e os ouvintes. Na época eu era repórter na rádio Eldorado e a participação mais ativa do ouvinte que se tornou também colaborativo, alterou o modo de trabalho da reportagem principalmente nos boletins de trânsito ou informações das estradas. Por várias vezes nós repórteres éramos pautados pelos ouvintes, com informações sobre buracos, alagamentos, lixo, ou então completávamos a informação do ouvinte sobre o trânsito, uma vez que estávamos no local mencionado por ele (RELATO DA AUTORA).

Ao longo do tempo, as formas de interatividade foram se modificando no ritmo dos avanços tecnológicos e também dos hábitos e convívio social do ouvinte.

Mesmo recente, a convergência é uma realidade que já provoca mudanças na maneira de fazer rádio. As emissoras estão identificando este momento de confluência das mídias e explorando novas formas de comunicação com o ouvinte e de geração de conteúdo para além do hertziano, expandindo-se para as plataformas digitais (FLECK; FERRARETO, 2015).

³ Importante via expressa que liga as Zonas Norte e Sul da capital paulista.

Com o custo elevado das ligações e a proibição, por meio de legislação, de se falar ao celular enquanto se está ao volante⁴ – e aqui cabe uma ressalva: na Capital paulista e também nos grandes centros, o ouvinte, em sua maioria, escuta rádio enquanto está no carro – a interatividade foi explorada em outros formatos: o email e o próprio telefone celular, com suas várias funções, ampliaram a interatividade do ouvinte com meio rádio. A mensagem de texto, SMS (*Short Message Service*), com uma tarifa menor, também foi uma das possibilidades de comunicação móvel utilizadas pelos ouvintes para a interação com o rádio. Essa interação, explica Bufarah Junior (2009, p.

9) “coloca a emissora como a mediadora de um diálogo feito entre os ouvintes presos no congestionamento, dando a cada um a sensação de aproximação e solidariedade em torno de um problema comum”.

Por um período, o SMS se mostrou uma ferramenta ágil para a interação, já que a maioria das emissoras paulistas utilizou deste mecanismo não só como um canal de comunicação com o ouvinte, mas como instrumento útil para que as emissoras aferissem informalmente a audiência⁵ com especificações como o gênero do ouvinte e local de onde ele fala, pois a mensagem de texto trazia informações a respeito do ouvinte sem custo.

O SMS chegava por e-mail, aos computadores do estúdio e também nas máquinas que eram utilizadas pela chefia de reportagem e na minha como Editora- Chefe, com estes registros era possível emitir um relatório mensal com o número de mensagens naquele mês e com detalhes como números de mensagens diárias e em que horários foram recebidas. Este relatório era fornecido à área comercial da emissora e se transformou em uma ferramenta de venda (RELATO DA AUTORA).

As ferramentas de interação entre o rádio e a audiência se amplificam a medida que a tecnologia desenvolve novos mecanismos facilitadores para um o maior diálogo entre o emissor e o receptor, ou melhor, os protagonistas do diálogo. Esses novos dispositivos de comunicação são quase que imediatamente incorporados pelas emissoras

⁴ De acordo com o Detran, a lei do Código de Trânsito Brasileiro que proíbe o uso de celular ao volante é de nº 9.503 de 23 de setembro de 1977. A infração é considerada média.

⁵ A emissora necessita ter uma assinatura de um instituto de pesquisa, o mais utilizado em São Paulo é o IBOPE. A medição de audiência de rádio é realizada por entrevistas recall (retrospectiva), em que o respondente informa sobre as emissoras de rádio ouvidas nas últimas 48 horas (ontem e anteontem) e emissoras ouvidas, ainda que de vez em quando (90 dias antecedentes à coleta). A pesquisa possui amostra móvel trimestral e o universo pesquisado é a população com 10 ou mais anos, residente em domicílios particulares e permanentes nas áreas urbanas, de ambos os sexos, das classes A, B, C, D e E (Critério de Classificação Econômica Brasil - CCEB). As entrevistas são realizadas todos os dias, inclusive nos finais de semana e feriados.

para dilatar o relacionamento com o ouvinte. Um exemplo são as redes sociais conectadas, como *Facebook* e o *Twitter*, que já estão agregadas ao cotidiano das emissoras radiofônicas e também dos ouvintes. Os dois lados adotaram as redes sociais para a interação.

As emissoras de rádio estão muito atentas a essas mudanças e é possível observar que a maioria delas está no *Facebook* e *Twitter* e, em menor grau, em alguma outra, mas deve estar muito atenta para manter-se nas redes que em cada momento sejam as de maior acesso entre os usuários. As redes sociais chegaram para ficar como os meios de comunicação de relação direta com os membros particulares da sociedade civil em contraposição às comunicações mediadas pelos meios tradicionais, ciberrmeios ou meios móveis sempre controlados por empresas e entidades com interesses diferentes dos que podem ter os próprios usuários (CEBRIAN, 2011, p.101).

O mais recente instrumento tecnológico absorvido pelo meio rádio para interagir com a audiência é o *WhatsApp*⁶: um aplicativo de troca de mensagens instantâneas, criado em 2009⁷ pelo americano Brian Acton e o ucraniano Jan Koum. Os sócios se conheceram no site Yahoo, empresa onde trabalharam por 20 anos e saíram para criar seu próprio negócio. A WhatsApp Inc. é uma startup de tecnologia, fundada no coração do Vale do Silício. O nome *WhatsApp* é um trocadilho com *What's Up* (E aí? em português). Koum e seu sócio, Brian Acton, conceberam o *WhatsApp* precisamente como uma plataforma livre e com dois princípios básicos, a privacidade dos usuários e não permitir fazer publicidade nos serviços de comunicação que estavam oferecendo. A página do aplicativo na internet ressalta o diferencial de ser gratuito “*WhatsApp Messenger* é um aplicativo de mensagens multiplataforma que permite trocar mensagens pelo celular sem pagar por SMS”⁸. O aplicativo WhatsApp que já é o mais utilizado entre os brasileiros⁹, aqui no país está sujeito à legislação brasileira. Algumas empresas prejudicadas por esta forma de comunicação questionam o fato do aplicativo usar todo o sistema de rede de transmissão de dados sem pagar impostos. No Portal de Legislação da Anatel encontra-se a legislação do setor de telecomunicações e radiodifusão vigente e consolidada. A lei que rege as

⁶ WhatsApp Messenger é um aplicativo de mensagens multiplataforma que permite trocar mensagens pelo celular sem pagar por SMS. Está disponível para iPhone, BlackBerry, Android, Windows Phone, e Nokia e esses telefones podem trocar mensagens entre si! Fonte: Whatsapp.com - Acesso em: 10 fev. 2016

⁷ Informações retiradas de reportagem do jornal Folha de São Paulo
Disponível em: <http://www1.folha.uol.com.br/tec/2014/02/1415716-criador-do-whatsapp-jan-koum-foide-imigrante-pobre-a-multimilionario.shtml>. – Acesso em: 10 fev. 2016

⁸ Fonte: https://www.whatsapp.com/=pt_br – Acesso em: 10 fev. 2016

⁹ Dados da pesquisa realizada pela Conecta, plataforma web do Ibope Inteligência em 15/12/15- Acesso em 10/02/16

telecomunicações deve passar por alterações para atender aos novos interesses, dos usuários satisfeitos, das empresas prejudicadas e do consenso político no congresso nacional.¹⁰ O ministro das comunicações, Ricardo Berzoini acredita que a solução seria atualizar a Lei Geral de Telecomunicações datada de 1997¹¹. Vale lembrar também a fragilidade do aplicativo quando tivemos um dia sem *WhatsApp* quando foi retirado da rede após uma ordem judicial para busca de dados de uma pessoa que praticara algo ilícito¹². Neste dia não é possível saber o impacto causado na interação entre ouvintes e as emissoras de rádio. Pela audição de algumas emissoras jornalísticas a comunicação com os ouvintes foi mantida graças aos meios mais antigos como email e SMS e entraram em cena também os aplicativos concorrentes do próprio *WhatsApp*.

A *WhatsApp Inc.* cresceu e no dia 19 de fevereiro de 2014 em uma negociação bilionária, o aplicativo *WhatsApp* foi vendido para o Facebook.¹³ O crescimento do aplicativo continuou e em primeiro de fevereiro de 2016 o *WhatsApp* alcança a média história de um bilhão de usuários pelo mundo. Para comunicar o fato o CEO do Facebook, Mark Zuckerberg, fez o seguinte post na rede social:

Um bilhão de pessoas agora usam o *WhatsApp*. Parabéns Brian e Jan e todo mundo que ajudou a alcançar esta marca. A comunidade do *WhatsApp* mais do que dobrou desde que se juntou ao *Facebook*. Adicionamos a habilidade de ligar para seus entes queridos que estejam longe. Derrubamos a taxa da assinatura e tornamos o *WhatsApp* completamente gratuito. Agora vamos trabalhar para conectar mais pessoas pelo mundo e facilitar a comunicação com empresas (ZUCKERBERG, 2015).¹⁴

Com diferenças significativas em relação ao *SMS (Short Message Service)*. Uma delas é o custo e outra que o torna ainda mais próximo do rádio é a possibilidade de gravação de mensagem em áudio.

Diante de tantos recursos, o rádio, principalmente as emissoras *all news*, descobriram que o aplicativo é, também, um grande aliado na prestação de serviço,

¹⁰ < <http://www.anatel.gov.br/legislacao/>> Acesso em: 10 fev. 2016

¹¹ A defesa da atualização da Lei Geral de Telecomunicações (9.472/97) foi feita pelo Ministro das Comunicações Ricardo Berzoini durante audiência na Câmara dos Deputados em 19/08/2015, disponível em :< <https://www.2.camara.leg.br/camaranoticias/CONSUMIDOR/494202-MINISTRO-DASCOMUNICAÇÕES>> Acesso em: 10 fev.2016

¹² Dia 17/12/15 disponível em: < <http://exame.abril.com.br/tecnologia/noticias/justica-determina-que-whatsapp-fique-fora-do-ar-por-48-horas>> – Acesso em: 09 fev.2016

¹³ Informações retiradas de reportagem do site G1

Disponível em : <<http://g1.globo.com/tecnologia/noticia/2014/02/facebook-compra-o-aplicativo-whatsapp-por-us-16-bilhoes.html>> – Acesso em: 09 fev. 2016

¹⁴ Nota divulgada no facebook pelo Ceo da empresa, Mark Zuckerberg em inglês e com tradução para o português.- Acesso em: 09 fev 2016

sendo muito útil no dia a dia. Quando há essa interação forte entre o ouvinte e o âncora no estúdio o resultado é imediato (CHENI, 2014).

O impacto da chegada deste novo mecanismo de interação ainda precisa ser estudado e pesquisado, uma vez que as rádios passaram a utilizá-lo somente a partir de 2014. Contudo, no próximo capítulo faremos uma análise de 10 horas de programação de duas emissoras jornalísticas para identificarmos a presença do ouvinte e esta nova forma de consumir áudio.

Capítulo 4 - Análise de programação radiofônica

Esta análise de programação pretende identificar quanto e como o ouvinte está presente na programação de uma emissora de rádio por meio do aplicativo *WhatsApp*. Para a análise foram escolhidas as rádios BandnewsFM e CBN. A escolha destas duas emissoras se deu pelo fato de que as mesmas são emissoras jornalísticas (foco da pesquisa) e tem interação com o ouvinte por meio de *Whatsapp*. A escuta foi feita em dias e horários alternados, uma vez que o objetivo não era a análise da audiência em determinado horário e sim a participação do ouvinte e por este motivo, se fez necessário a audição em horários e dias diferenciados. O universo da pesquisa totalizou 5 horas de cada emissora, uma hora por dia, somando ao todo 10 horas de programação. É importante ressaltar que a *inserção* aqui denominada, se refere a mudança de conteúdo na programação e o termo *Notícias estúdio* se refere a leitura de textos ou mesmo comentários dos âncoras. A análise será feita a partir de conceitos-chave, já apresentados nesta dissertação, como vínculo, sincronização, fidelidade e geração de conteúdo¹⁵.

¹⁵ Os nomes dos ouvintes não serão citados no relatório somente quando forem citados pelos locutores.

4.1 Análise 1

Emissora

Dia: 11/01/2016

Horário

Neste primeiro horário analisado (anexo 1) constatamos claramente a presença do vínculo do ouvinte com a emissora. Em uma hora de programação o ouvinte esteve presente em mais de 30 por cento do tempo. Estas intervenções do ouvinte revelam que a emissora faz parte da rotina dele. O ouvinte compartilha os problemas encontrados no dia a dia como, por exemplo, as 8h01 quando envia uma mensagem apenas para registrar sua indignação com um protesto que está atrapalhando o seu ir e vir ou as 8h06 quando o ouvinte André Batalha manda uma foto da fila de carros que está a sua frente, como se este compartilhamento amenizasse o problema dele. Estas duas intervenções mostram ainda a presença da facilidade e instantaneidade proporcionada pelo *WhatsApp*, tanto para passar a mensagem, que pode ser inclusive por voz, como na captação da emissora que devido a rapidez pode colocar a informação no ar quase que em tempo real. A sincronia pode ser observada quando as 8h05 muitos ouvintes enviam mensagens reclamando da Rodovia dos Imigrantes e logo às 8h11 outro ouvinte envia *WhatsApp* informando a causa do trânsito ruim naquela rodovia. Nesta mesma hora notamos que parte do conteúdo colocado no ar foi gerado pelo ouvinte como, por exemplo, nos casos em que são intervenções com informações sobre o trânsito que a emissora não teria sem uma reportagem no local do fato.

4.2 Análise 2

Emissora

Dia: 14/01/2016

Horário

Podemos começar a análise deste horário (anexo 2) com a intervenção do ouvinte as 8h22 que envia mensagem apenas para falar que está com saudades do verão. Um exemplo que expõe a relação de proximidade entre ouvinte e emissora, um vínculo ou elo simbólico como chamou Baitello Jr. e podemos observar ainda que se trata de um ouvinte fiel, na descrição da Nair Prata (2003), “... conhece os horários dos programas, participa com sugestões e até com críticas e sente-se, de alguma forma, parte da vida da rádio”. Não é possível dizer se o ouvinte participaria da programação por outro meio, como *email* ou *SMS*, *Facebook* ou *Twitter* apenas para dizer que “está com saudades do verão”, porém podemos citar a praticidade do *WhatsApp* que possibilita ao ouvinte rapidamente compartilhar um pensamento. Neste horário observamos que há uma preocupação da emissora em estar em sintonia com o desejo do ouvinte. Em tempos de crise econômica a emissora decide colocar um comentarista ao vivo em horário nobre para falar de economia e a resposta da audiência é imediata, uma vez que as intervenções foram quase que unânimes com perguntas para o comentarista que estava no estúdio. E podemos dizer também que o ouvinte se sente parte da conversa quando as 8h16 envia mensagem comentando sobre preço da gasolina se sentindo inserido naquele contexto.

4.3 Análise 3

Emissora

Dia: 15/01/2016

Horário

Neste horário (anexo 3) constatamos que as intervenções dos ouvintes preencheram mais de 25 por cento da programação, visto que em alguns momentos as intervenções foram citadas em grupo, não podendo ser quantificadas. As manifestações foram mais em relação aos problemas ocorridos na cidade, uma vez que neste dia e horário em que a programação foi gravada para análise – 15 de janeiro- sexta-feira, das 9h00 às 10h00 da manhã – estava chovendo e aconteceu um problema no transporte coletivo (CPTM)¹⁶. E neste contexto, chuva, horário de pico e problemas no transporte, o rádio assume o papel de prestador de serviço e o ouvinte se serve deste meio para se agilizar a locomoção e ficar informado sobre os problemas. Podemos observar a vinculação na relação entre o ouvinte e o rádio, como por exemplo: - as 9h04 o ouvinte Gilberto manda uma foto da cena da cidade pelo *WhatsApp*. Este gesto de compartilhar com a emissora a imagem, como quem manda para um amigo, revela que este ouvinte está envolvido com a emissora, como Baitello Jr. chamou, por de um elo simbólico ou a constituição de um espaço comum. E quando observamos outras intervenções de ouvintes, - às 9h10, vários ouvintes reclamam da lentidão no transporte ou mesmo como a ouvinte Daniela às 9h04, que relata que está tudo bem- podemos verificar uma sincronia entre os ouvintes intermediados pelo meio rádio. E ainda neste relatório percebemos o ouvinte como gerador de conteúdo, quando as 9h06 ouvimos uma reportagem que foi pautada para atender a uma reclamação de um ouvinte, ou seja, o conteúdo foi inserido na programação após uma intervenção do ouvinte.

¹⁶ CPTM- Companhia Paulista de Trens Metropolitanos.

4.4 Análise 4

Emissora

Dia: 17/01/2016

Horário: 11h00 às 12h00

Nesta hora analisada (Anexo 4) constatamos o fato de o dia estar nublado com temperatura amena em pleno verão e este destaque se faz necessário para revelar a sincronização dos ouvintes que, como podemos observar, interagem com o âncora para falar sobre o tempo e também geram conteúdo na medida em que informam a situação do clima na região onde estão localizados. A vinculação que o meio rádio proporciona com os radio-ouvintes está presente quando às 11h45 o ouvinte Alexandre se comunica com a emissora para perguntar sobre outro âncora/locutor que deveria estar no ar naquele horário. Além da vinculação a pergunta revela a fidelidade de quem ouve a emissora no mesmo horário diariamente e está habituado com determinada voz, determinado locutor que faz companhia a ele naquele horário. Ainda no contexto do vínculo podemos citar a ouvinte Marcela que às 11h32 envia um *WhatsApp* para a emissora apenas para perguntar *cadê o sol?*. Esta simples mensagem nos revela a proximidade que o rádio apresenta e mais ainda, podemos também observar neste caso que a facilidade e instantaneidade da mensagem enviada pelo aplicativo *WhatsApp* ampliou a interatividade e proporcionou ao ouvinte interagir com o locutor apenas com observações corriqueiras como quem conversa com amigos ou colegas de trabalho.

4.5 – Análise 5

Emissora: Bandnews

Dia: 28/01/2016

Horário: 7h30 às 8h30

Na análise deste horário (Anexo 5) constatamos nas intervenções das 7h47 e 7h56 que há, como disse Menezes, uma sincronização da vida em sociedade, isto é, o mesmo tema *Conselho de Desenvolvimento do Governo Federal*, ou seja, uma questão política que interfere no coletivo, motiva manifestações de mais de um ouvinte e transforma o ouvinte em gerador de conteúdo, quando o âncora como que pautado pelo ouvinte faz um comentário mais prolongado sobre o mesmo tema. Outro exemplo pode ser observado nas intervenções das 7h58 quando uma ouvinte envia mensagem para informar que foi assaltada dentro de um supermercado e não obteve nenhum auxílio do supermercado e as 8h06 outro ouvinte opina sobre a situação da ouvinte sem ao mesmo conhecê-la, uma sincronia, uma ação de cidadania proporcionada pelo rádio, mesmo sem se conhecerem os ouvintes são íntimos porque tem a emissora como elo. O vínculo e a fidelidade estão claros nesta hora analisada quando os ouvintes se sentem a vontade para passarem mensagens direto para o celular do âncora que é divulgado no ar e a facilidade proporcionada pelo aplicativo *WhatsApp* também é revelada nas mensagens as 8h16 quando um ouvinte pede para colocar umas abobrinhas no ar diante de tanta notícia ruim.

4.6 Análise 6

Emissora: CBN

Dia: 14/01/2016

Horário: 9h00 às 10h00

Neste horário de programação (Anexo 6) observamos que a participação pelo aplicativo *WhatsApp* foi pequena com apenas dois ouvintes. Entretanto, nestas duas intervenções os ouvintes agregaram conteúdo à programação, uma vez que informaram sobre fatos da cidade e prestaram serviço para outros ouvintes. Acreditamos que um dos motivos desta baixa participação (se compararmos aos outros horários analisados) se deve ao fato de o horário escolhido ficar entre o fim de um programa (Jornal da CBN) e início de outro (CBN São Paulo). Em minha experiência de trabalho em emissoras de rádio pude observar que o ouvinte não interage de imediato, ele espera um pouco após o início de um programa para se situar com o tema e no final de uma programação não participa porque acredita que não haverá tempo para que sua intervenção seja lida no ar. Neste horário analisado, no entanto, quando as 9h54 o âncora anuncia que está recebendo a visita de um ouvinte no estúdio e mais que o ouvinte levou um bolo de presente para os jornalistas da emissora, observamos claramente o elo entre emissor e receptor, o vínculo como disse Menezes(2007), “o rádio, que como mídia sonora envolve todo o corpo, tem a capacidade de vincular corpos...” e também a fidelidade no sentido de ser uma espécie de companheiro do ouvinte como bem ressaltou Ferraretto.

4.7 Análise 7

Emissora: CBN

Dia: 15/01/2016

Horário: 8h00 às 9h00

Nesta análise (Anexo 7) podemos destacar o diferencial do *WhatsApp* em comparação a outros meios de interação entre ouvinte e emissora de rádio, uma vez que este aplicativo possibilita o envio instantâneo de fotos. As 8h03 quando o Âncora fala que ouvinte enviou foto para participar concurso *Estilo CBN* (concurso criado pela rádio CBN para ampliar a interação com o ouvinte) “... Ouvinte Thiago envia foto mostrando com que a roupa que vai ao trabalho e pelo que vejo aqui ele é estilo CBN...” e ainda nesta mesma intervenção quando o ouvinte manda uma mensagem dizendo que “que não vai estiloso ao trabalho porque está sem água em casa há 24 horas” podemos observar proximidade, o vínculo entre estes dois pontos, o que Kaseker (2012) descreveu muito bem como “... as apropriações de um programa de rádio no cotidiano do ouvinte revelam a relação deste veículo com os sentimentos”. Às 8h28 quando em uma conversa durante o programa o âncora fala para a repórter que está no estúdio: “Isabel Campos o *Whatsapp* está vermelho hoje porque vários ouvintes estão reclamando da linha vermelha do metrô” nos revela o potencial deste aplicativo para interação com o ouvinte e ainda que os apresentadores, que estão no estúdio, ficam durante a programação no ar, monitorando as mensagens do *WhatsApp* e com isto as notícias/informações que seguem o desejo do ouvinte e também são acrescentadas ou geradas por ele.

4.8 Análise 8

Emissora: CBN

Dia: 20/01/2016

Horário: 9h00 às 10h00

Neste horário (Anexo 8) constatamos que a interação com o ouvinte vai além da participação que revela o vínculo como retratado às 9h45 quando a ouvinte Rosana manda foto de lixo na calçada e transforma o ouvinte em fonte de informação e gerador

de conteúdo. Às 9h42, pautado por mensagens com reclamações de ouvintes, a emissora envia um repórter ao local citado pelo ouvinte Carlos Alberto Nascimento para checar e reportar a reclamação feita sobre a sujeira em um terreno. A sincronização vai se revelando e aparecendo no decorrer desta hora analisada em torno de um assunto comum. Às 9h41, o ouvinte Lucio envia *WhatsApp* comentando a notícia sobre falta de moedas no Metrô e o ouvinte Paulo Marques fala sobre a falta de troco nos ônibus. Mais adiante, às 9h54, o ouvinte Nelson também envia mensagem falando sobre a falta de troco no metrô e logo em seguida é lido pelo âncora o *WhatsApp* do ouvinte Reginaldo que dá uma dica para trocar moeda com pessoal que trabalha nas ruas. E, por fim, ainda em sincronia com o tema às 9h59, o ouvinte Rodrigo Martins também comenta por mensagem a falta de moedas e sugere máquina de cartões no transporte público.

4.9 Análise 9

**Emissora: CBN Dia:
28/01/2016 horário:
8h30 às 9h30**

Na análise deste horário (Anexo 9) observamos a forma bem humorada nas intervenções dos ouvintes como as 8h54 quando os ouvintes enviam mensagens de voz pelo *WhatsApp* para participar do concurso de marchinha de carnaval. Este formato de participação com envio de áudio é uma das características que diferenciam o aplicativo *WhatsApp* e que incentiva tanto as emissoras a criarem temas que possibilitem o envio

por este mecanismo, como os ouvintes que se sentem motivados a ouvir seu áudio no rádio. Como mencionou Mesquita(2009) “... É importante saber utilizar as novidades tecnológicas para beneficiar a audiência”. Esta particularidade na intervenção do ouvinte cria um hábito de escuta e um vínculo com quem está do outro lado ouvindo o rádio. Em outra intervenção, as 9h25 – quando o ouvinte Manoel Lima enviou uma foto, pelo *WhatsApp*, da rodovia Anchieta revelando o trânsito complicado no local, o apresentador em seguida completou a informação com mais dados levantados pela produção, mais uma vez constatamos o ouvinte como fonte de informação.

4.10 – Análise 10

Emissora: CBN

Dia: 02/02/2016

Horário: 7h00 às 8h00

Na análise deste horário (Anexo 10) podemos observar o rádio inserido no cotidiano do ouvinte quando as 7h24 os ouvintes Lacerda e Wesley Pires enviam mensagens para relatar problemas nos trens da CPTM. Além do vínculo e da inserção do veículo rádio na rotina dos ouvintes, constatamos a facilidade na interação proporcionada pelo *WhatsApp* que possibilita ao ouvinte interagir instantaneamente com uma emissora mesmo dentro do transporte coletivo. Nesta intervenção o ouvinte também passou a ser gerador de conteúdo, uma vez que acrescentou informações ao noticiário que estava sendo veiculado no ar. A intervenção do ouvinte às 7h44 que enviou mensagem apontando erro nas placas de sinalização da Avenida do Estado revela o vínculo que leva o ouvinte a compartilhar uma simples informação da cidade. E por fim as intervenções dos ouvintes Roberto Correia e Ricardo as 7h47 que enviam mensagens para relatar problemas em semáforos revelam como bem ressaltou Menezes a sincronização, por intermédio do rádio, da vida em sociedade.

Considerações finais

Nesta dissertação respeitou-se o termo "ouvinte" utilizado pelos profissionais que atuam nas emissoras de rádio e pelas agências que medem os índices de audiência. No entanto, a forma de interação técnica cada vez maior entre quem produz um programa de radiojornalismo e quem ouve nos leva a observar - ao final do caminho percorrido durante o período de pesquisa e redação desta dissertação - que, de alguma maneira, os cidadãos envolvidos atuam como "protagonistas". Isto é, se tecnicamente as conexões permitem crescente interação, concretamente percebemos que os protagonistas estão efetiva e afetivamente envolvidos em uma teia de vínculos; participam de um sistema de vinculação e fazem parte de um ecossistema comunicativo que provavelmente não pode mais ser limitado aos termos locutores e ouvintes. Assim, considerando a reversibilidade dos movimentos de fonação e audição, o entrelaçamento entre o falar e o ouvir, percebemos que os sons e afetos que no radiojornalismo reverberam, envolvem e mobilizam os protagonistas, integram uma ecologia da comunicação.

Esta postura vai se intensificando na medida em que as ferramentas de interação entre o rádio e a audiência se amplificam com desenvolvimento de novos mecanismos que facilitam o diálogo entre os protagonistas. E, ao longo de minha experiência dentro de emissoras de rádio, desde 1989, assisti a incorporação, quase que imediatamente, de novos dispositivos de comunicação pelas emissoras para dilatar o relacionamento com o ouvinte.

Desde a carta, passando pelas mais diversas formas de canais de comunicação como e-mail, telefone ou mensagens de texto (SMS), o relacionamento entre emissora e audiência vem colocando o ouvinte cada vez mais no papel de protagonista deste relacionamento. O *WhatsApp* quando inserido no contexto radiofônico além da facilidade no manejo e da rapidez no envio de informações também amplia o leque de possibilidades com sons e imagens. O aplicativo se revela ainda útil na prestação de serviços e mais, a instantaneidade e gratuidades estão estimulando os ouvintes, que aumentaram a interação e passaram a reportar problemas da cidade, como transporte, segurança e até fatos do cotidiano. Isto é, o ouvinte se sente inserido e deixa de ser somente parte de uma audiência para se transformar em um gerador de conteúdo.

Referências

- ABREU, João B; BERTOLINI, Julia L. Rádio uma janela para o mundo. In: KLOCNER, Luciano; PRATA, Nair (Orgs.). **Mídia sonora em quatro dimensões**. Porto Alegre:Edipucrs, 2011.
- ARNHEIM, Rudolf. **Estética Radiofônica**. Barcelona: Gustavo Gili, 1980.
- A ERA DO RÁDIO. (*Radio Days*). Direção de Woody Allen. EUA: Woody Allen, 1987. DVD, (87 min.), son., color.
- ALMEIDA, Hamilton. **Landell de Moura: um herói sem glória**. São Paulo:Record, 2006.
- ANTUNES, Celso. **A linguagem do afeto**. Campinas: Papyrus, 2005.
- BARTHES, Roland. Escuta. In: **O óbvio e o obtuso**. Lisboa: Edições 70, 1980.
- BACHELARD, Gaston. **O direito de sonhar**. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 1994.
- BAITELLO Jr., Norval. Cultura do Ouvir. In: **A Era da Iconofagia**. Ensaios de comunicação e cultura. São Paulo: Paulus, 2014.
- _____. **O animal que parou os relógios**. São Paulo: Annablume, 1997.
- _____. Corpo e Imagem: Comunicação, ambientes e vínculos. In: RODRIGUES, David (Org.). **Os valores e as atividades corporais**. São Paulo: Summus, 2008.
- BRECHT, Bertold. Teoria do rádio. In: MEDITSCH, Eduardo (Org.). **Teorias do Rádio – Textos e Contextos**. Florianópolis: Insular, 2005.
- BUCCI, Eugênio. Os sentidos do rádio. In: BARBOSA Filho, André (Org.). **Rádio: Sintonia do futuro**. São Paulo: Paulinas, 2004.
- BUFARAH Jr., Alvaro. O radiojornalismo brasileiro diante das ferramentas de interação da WEB 2.0. In: ENCONTRO NACIONAL DE PESQUISADORES EM JORNALISMO, 7., 2009, São Paulo. Anais: São Paulo: SBPJor/USP, 2009.
- CALABRE, Lia. **A era do rádio**. Rio de Janeiro: Zahar, 2002.
- CEBRIAN, Herreros M. O rádio no contexto da comunicação multiplataforma. **Radio Leituras**, Ouro Presto, v. 2, n. 2, jul./dez. 2011. Disponível em: <<http://radioleituras.wordpress.com>>. Acesso em: 10 fev. 2016.
- CHENI, Anderson. [WhatsApp! A nova ferramenta de interação do rádio](#). **Portal Comunique-se**, São Paulo, 2014. Disponível

em:<<http://portal.comuniquese.com.br/artigos-colunas/74717-whatsapp-a-nova-ferramenta-de-interacao-do-radio>>.

Acesso em: 10 fev. 2016.

DIOGO, Natália Constantino. Som envolvente: a sonoridade como sentido social. In: CHIACHIRI, A.R. et al. (Orgs.). **Comunicação, tecnologia e cidadania**. São Paulo: Plêiade, 2013.

FERRARETO, Luiz Arthur. **Rádio: o veículo, a história e a técnica**. Porto Alegre: Sagra Luzzatto, 2000.

_____. **Rádio: Teoria e prática**. São Paulo: Summus, 2014.

_____. Corpo e imagem: comunicação, ambientes, vínculos. In: MEDITSCH, Eduardo. (Org.). **O rádio na era da informação**. Florianópolis: Insular, 2001.

FLECK, Paloma S.; FERRARETO, Luiz A. Radiojornalismo e convergência: um estudo do uso das redes sociais nas rádios CBN, de São Paulo, e Gaúcha, de Porto Alegre nas eleições de 2014. In: CONGRESSO BRASILEIRO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO, XXXVIII, 2015, Rio de Janeiro. Anais... São Paulo: Intercom, 2015. Disponível

em:<<http://portalintercom.org.br/anais/nacional2015/resumos/R101191-1.pdf>>.

Acesso em: 10 nov. 2015.

GUERRINI Jr., Irineu. **A elite no ar: óperas, concertos e sinfonias na Rádio Gazeta de São Paulo**. São Paulo: Terceira Margem, 2009.

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

KASEKER, Mônica P. **Modos de ouvir: a escuta do rádio ao longo de três gerações**. Curitiba: Champagnat, 2012.

KLÖCKNER, Luciano, **Nova retórica e rádio informativo: estudo das programações das emissoras TSF-Portugal e CBN-Brasil**. Porto Alegre: Evangraf, 2011.

LOMBARDI, Carlo. Do pombo-correio ao sistema editorial. In: GIOVANNINI, Giovanni et al. (Orgs.). **Evolução na comunicação: do sílex ao silício**. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 1987.

MACHADO, Irene. **Escola de semiótica: a experiência de Tártu-Moscou para o estudo da cultura**. Cotia: Ateliê Editorial, 2003.

McLUHAN, Marshall. **Os meios de comunicação como extensões do homem**. São Paulo: Cultrix, 2007.

MEDITSCH, Eduardo. **A rádio na era da informação**. Coimbra: Minerva, 1999.

_____. **O pecado original da mídia**. 2008 Disponível em:

<<http://www.portcom.intercom.org.br/pdfs/efc5f8a1c23d015c9e532a6d8c132e75.PDF>>

_ Acesso em: 10 jun. 2015.

_____. **Teorias do rádio I – textos e contextos**. Florianópolis: Insular, 2005.

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

_____; CARDOSO, Marcelo (Orgs.). **Comunicação e Cultura do Ouvir**. São Paulo: Plêide, 2012. Disponível em: <<http://casperlibero.edu.br/mestrado/livrosmestrado/>>. Acesso em: 10 jun. 2015.

MESQUITA, Lucio. **Portal Imprensa**, São Paulo. Disponível em: <http://portalimprensa.com.br/noticias/ultimas_noticias/29290/foi+o+radio+que+inventou+a+interatividade+na+midia+diz+lucio+mesquita+da+bbc>. Acesso em: 10 fev. 2016.

MILANESI, Luiz Augusto. **O paraíso via Embratel**. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1978.

NUNES, Mônica R.F. Rádio e fado biografias de sons e lembranças. **Uberlândia: ArtCultura**, Uberlândia, v. 14, n. 25, p. 173-183, jul.-dez. 2012.

_____. **Reinvenção de paisagens sonoras: A Escuta do Imigrante** São Paulo, Revista de Comunicação, Cultura e Teoria da Mídia, CISC Centro Interdisciplinar de Semiótica da Cultura e da Mídia Ghrebh, n. 09 março/2007. Disponível em: <www.revista.cisc.org.br/ghrebh/index.php?journal=ghrebh> Acesso em: 10 fev. 2016.

_____. **O mito no rádio**. A voz e os signos de renovação periódica. São Paulo: Annablume, 1993.

_____. ORTIZ, Miguel Ángel; MARCHAMALO, Jesús. **Técnicas de comunicação pelo rádio**. A prática radiofônica. São Paulo: Loyola, 2005.

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

_____. Ok marcianos: vocês venceram! In: MEDITSCH, Eduardo. **Rádio e Pânico: A Guerra dos Mundos, 60 anos depois**. Florianópolis: Insular, 1998.

PRADO, Magaly. **História do rádio no Brasil**. São Paulo: Da Boa Prosa, 2012.

PRATA, Nair. A fidelidade do ouvinte de rádio. **Conexão: Comunicação e cultura**, Caxias do Sul, v.2, n.3, 2003. Disponível em: <<http://www.ucs.br/etc/revistas/index.php/conexao/article/viewFile/234/224>>. Acesso em: 10 nov. 2015.

QUADROS, M.; LOPEZ, D. O rádio e a relação com o ouvinte no cenário de convergência. **Famecos**, Porto Alegre, v. 22, n. 3, 2015. Disponível em: <<http://revistaseletronicas.pucrs.br/ojs/index.php/revistafamecos/article/view/20523>>. Acesso em: 10 fev. 2016.

SALEMME, M. Filomena. **Um retrato da fome**. São Paulo: Rádio Eldorado, 11 a 15 set.2002 . Fita cassete.

STRAUBHARR, Joseph; LAROSE, Robert. **Comunicação, mídia e tecnologia**. São Paulo: Pioneira Thomson Learning, 2004.

SCHAEFFER, Pierre. **Tratado de los objetos musicales**. Madrid: Alianza, 1996.

SCHAFER, R. Murray. **O ouvido pensante**. São Paulo: UNESP, 1992.

SILVA, Julia Lucia O. A. **Mergulho no escuro e outros mergulhos: programas de auditório como ambientes radiofônicos**. 2014. 131f. Tese (Doutorado em Comunicação e Semiótica), PUC, São Paulo.

SPERBER, George Bernard. **Introdução à peça radiofônica**. São Paulo: EPU, 1980.

WELLS, Herbert George. **A guerra dos mundos**. São Paulo: Alfarrabia, 2007.

WULF, Christoph. O ouvido. **Ghrebh-**, São Paulo, n. 9, 2007. Disponível em: <www.cisc.org.br/revista/ghrebh9/artigo.php?dir=artigos&id=wulfPort>. Acesso em: 10 jan. 2016 .

WULF, Christoph. Orecchio. In: WULF, Christoph; BORSARI, Andrea (Orgs.). **Cosmo, Corpo, Cultura**: Enciclopedia Antropologica. Milano: Mondadori, 2002.

ANEXO 1

Emissora: Bandnews

Dia: 11/01/2016

Horário: 08h00 às 09h00

8h00 - Notícias estúdio

8h01 - Ouvinte -indignado com protesto na Av. Rebouças

8h02 - Ouvinte- informação sobre problema no metrô

8h03 - Boletim trânsito

8h05 - Ancôra: "muitos ouvintes reclamando da Imigrantes -

8h06 - Ouvinte André Batalha mandou foto da fila de carros

8h08 - Boletim trânsito

8h09- Previsão Tempo

8h11 - Ouvinte Douglas manda foto sobre acidente

8h12- Ouvinte - ao vivo por telefone ouvinte Carolina Mota - informação trânsito

8h13 - Boletim Olimpíadas

8h14 - Notícias estúdio

8h16 - Comentarista ao vivo estúdio- Sergio Xavier

8h19 - Boletim Pensa Brasil

8h21 - Comercial

8h22 - Boletim trânsito

8h25 - Comercial

8h27 - Ouvinte Roberto fala sobre participação do médico no quadro Pensa Brasil

8h29 - Âncora: “mensagens de ouvintes reclamando de trânsito ruim”...

8h31 - Ouvinte informação trânsito

8h32 - Comercial

8h35 - Notícias estúdio

8h40 - Ouvinte- Rogério pergunta sobre rodízio

8h42 - Comentarista Sergio Xavier

8h45 - Comercial

8h48 - Boletim trânsito

8h52 - Informação trânsito estúdio

8h53 - Ouvinte Bruno informação sobre trânsito

8h55 - Comentarista Sergio Xavier

8h56 - Coluna José Simão

Inserções no ar: 30

Intervenção de ouvintes: 09

Porcentagem de intervenções de ouvintes na hora analisada: 30%

ANEXO 2

Emissora: Bandnews

Dia: 14/01/2016

Horário: 08h00 às 09h00

8h01 - Boletim Mercado financeiro

8h02 - Comentarista ao vivo no estúdio - Luiz Carlos Mendonça de Barros

8h11 - Comercial

8h13 - Notícias estúdio

8h15 - Ouvinte envia pergunta para o comentarista

8h16 – Ouvinte envia pergunta para o comentarista

8h16 – Ouvinte envia mensagem sobre preço da gasolina

8h17 - Boletim trânsito

8h19 - Previsão do Tempo

8h20 - Boletim trânsito estúdio

8h22 - Ouvinte Cesar envia mensagem para falar que está com saudades do verão

8h24 - Comentarista no estúdio

8h30 – Ouvinte envia pergunta para comentarista

8h32 - Comercial

8h33 - Notícias estúdio

8h36 - Comentarista no estúdio

8h44 - Comercial

8h47 - Coluna José Simão

8h57 - comercial

Inserções no ar: 19

Intervenções de ouvintes: 05

Porcentagem de intervenções de ouvintes na hora analisada: 26%

ANEXO 3

Emissora: Bandnews

Dia: 15/01/2016

Horário: 9h00 às 10h00

9h00 – Boletim trânsito

9h01 – Comercial

9h02 – Ouvinte Matheus informa sobre a chuva

9h03 – Boletim de trânsito

9h04 – Ouvinte Daniele envia mensagem sobre lentidão no trem, porém CPTM diz que está tudo bem...

9h04 – Ouvinte Gilberto manda uma foto, pelo whats de uma cena da cidade.

9h05 - Boletim de trânsito

9h06 – Notícias estúdio – reportagem sobre escorpião pauta a partir de uma reclamação de ouvinte

9h07 – Comercial

9h10 - Vários ouvintes lentidão na CPTM, Luiz, Lucas, Daniele, Aloisio Nunes, todos detalham as rotas – ouvintes no local.

9h10 – Repórter ao vivo

9h11 – Boletim trânsito

9h12 – Notícias estúdio – estradas

9h13 – Ouvinte Regina esclarece uma dúvida sobre a origem do escorpião (biologia)

9h14 – Notícias estúdio – economia

9h17 – Encerramento do programa

9h19 – Comercial

9h20 – Abertura programa para São Paulo

9h21 – Atualização das notícias

9h25 – Ouvinte relata por telefone ao vivo no ar sobre problemas nos trens da CPTM, enquanto CPTM informa que não há problemas.

9h27 – Notícias do estúdio – estradas

9h29 – Repórteres ao vivo

9h33 – Previsão do Tempo

9h34 – Boletim Sua Carreira

9h36 – Comercial

9h37 – Boletim Sua Viagem

9h39 – Comercial

9h41 – Quadro Choveu apagou – chama ouvintes para informarem semáforos apagados
Âncora: “... os ouvintes informam, já que a CET não informa...”.

9h42 – Notícias estúdio

9h53 – Repórter ao vivo

9h55 – Notícias estúdio

Inserções no ar: 32

Intervenções de ouvintes: 08

Porcentagem de intervenções de ouvintes na hora analisada: 25%

ANEXO 4

Emissora: Bandnews

Dia: 17/01/2016

Horário: 11h00 às 12h00

11h05 – Abertura programa Bandnews no meio do dia

11h06 – Atualização das notícias

11h09 – Previsão do tempo

11h10 – Repórter ao vivo

11h12 – Notícias estúdio

11h14 - Repórter ao vivo

11h17 – Chamada para participação de ouvinte

11h09 - Ouvinte informa sobre o tempo

11h10 – Ouvintes Celia, Eduardo e Adriana, Taxista Fernando Moreira, Aparecida, Antonio, todos falando sobre o tempo na cidade.

11h11 - Vários taxistas estão participando pedindo para comentar sobre a nova lei que rege a categoria.

11h13 – Quadro Dentro do espelho

11h14 – Comercial

11h15 – Notícias estúdio

11h17 – Boletim olimpíada

11h18 – Notícias estúdio

11h22 – Quadro tem mulher na área

11h26 – Muitos ouvintes mandando mensagem perguntando sobre a Raposo Tavares, produção busca informação sobre a estrada mencionada pelo ouvinte.

11h30 – Boletim trânsito

11h31 – Notícias estúdio

11h32 – Comercial

11h32 - Ouvinte Marcela pergunta cadê o sol...

11h33 – Quadro Pitadas de Gastronomia

11h38 – Comercial

11h40 – Atualização das notícias

11h41 – Boletim olimpíada

11h45 – Ouvinte Osvaldo falando que o sol está de volta e o Ouvinte Alexandre perguntando sobre outro âncora que deveria estar neste horário

11h49 – Boletim de Trânsito

11h52 - Ouvinte Eder informa sobre uma ocorrência policial

11h54 – Quadro Vinhos

12h00 – Atualização das notícias

Inserções no ar: 30

Intervenções de ouvintes: 08

Porcentagem de intervenções de ouvintes na hora analisada: 26%

ANEXO 5

Emissora: Bandnews

Dia: 28/01/2016

Horário: 7h30 às 8h30

7h30 - Comentário do Âncora sobre os principais fatos do dia

7h45 - Boletim SEBRAE

7h46 - Atualização das notícias

7h47 – Âncora interrompe o giro de notícias e fala sobre a mensagem que recebeu de um ouvinte que faz uma piada sobre uma notícia que foi para o ar (notícia sobre o Conselho de Desenvolvimento que reúne 92 pessoas da sociedade civil)

7h50 – Continua atualização das notícias

7h56 – Âncora fala sobre mensagem enviada por um ouvinte para o celular dele (que é informado no ar a todo momento) para se manifestar sobre o Conselhão.

7h57 - Comercial

7h57 – Informações trânsito estúdio

7h58 – Ouvinte informa que foi assaltada dentro de um supermercado e não obteve nenhum auxílio do supermercado. 8h01- Notícias estúdio

8h03 - Boletim de trânsito

8h04 - Comercial

8h05 - Boletim trânsito

8h06 - Ouvinte Fernando envia mensagem para comentar a informação da última ouvinte que foi assaltada, e critica a ação da polícia.

8h07- Boletim mercado financeiro

8h08 – Comercial

8h09 – Atualização das notícias

8h16 - Ouvinte Julio Cesar envia mensagem para pedir para colocar umas abobrinhas no ar diante de tanta notícia ruim.

8h17- Continua atualização das notícias

8h20- Comentarista Monica Bergamo

8h27- Comercial

8h28 – Notícias do estúdio

8h29 – Previsão do tempo

Inserções no ar: 23

Intervenções de ouvintes: 05

Porcentagem de intervenções de ouvintes na hora analisada: 21%

ANEXO 6

Emissora: CBN

Dia: 14/01/2016

Horário: 9h00 às 10h00

9h00 - Reportagem

9h01 - Repórter CBN

9h03 - Notícias estúdio 9h06

- Boletim trânsito

9h07 - Boletim Internacional

9h10 - Boletim Mais São Paulo

9h12 - Comercial

9h13 - Reportagem

9h15 - Boletim estradas

9h16 - Notícias estúdio

9h18 - Ouvinte envia mensagem sobre manifestação na cidade

9h18 - Ouvinte envia mensagem com informação de trânsito

9h20 - Reportagem

9h23 - Minuto meio e mensagem

9h24 - Comercial

9h26 - Reportagem

9h28 - Destaques finais - Jornal da CBN

9h29 – comercial

9h30 – Repórter CBN

9h32 - Abertura CBN São Paulo

9h33 - Notícias do estúdio

9h34 - Reportagem

9h35 - Boletim de trânsito

9h36 - Reportagem

9h39 - Notícias estúdio

9h44 - Boletim estradas

9h45 - Notícias estúdio

9h54 - Âncora informa sobre a visita de um ouvinte no estúdio que levou um bolo de presente para os jornalistas da CBN

9h57 - Previsão do Tempo

Intervenções no ar: 31

Participação de ouvintes: 03

Porcentagem de intervenções de ouvintes na hora analisada: 09%

ANEXO 7

Emissora: CBN

Dia: 15/01/2016

Horário: 8h00 às 9h00

– Reportagem

8h02 – Boletim de trânsito

8h03 – Ouvinte envia foto para participar concurso “estilo CBN”

8h04 – CBN Dinheiro

8h06 – Comercial

8h06 – Repórter CBN

8h09 – Comercial

8h10 – Boletim trânsito

8h11 – Comercial

8h12 - Reportagem

8h13 – Repórter ao vivo

8h16 – Comentarista Renata Lo prete (em férias) reportagem política

8h18 – Comentarista Arnaldo Jabor

8h21 - Comercial

8h22 – Boletim de trânsito

8h23 – Comercial

8h24 – Esportes

8h28 – Âncora fala para a repórter que está no estúdio sobre as mensagens do WhatsApp e a linha vermelha do metrô

8h29 – Boletim de Trânsito

8h30 – Comercial

8h31 – Previsão do Tempo

8h32 – Ouvintes: Eclós Machado, José Luiz, João Carlos e outros tantos ouvintes escrevendo pelo whats sobre os problemas da linha vermelha.

8h33 – Miriam Leitão 8h36

– Repórter CBN

8h38 – Boletim trânsito

8h39 – Gilberto Dimenstein

8h42 – Reportagem

8h43 – Reportagem ao vivo

—
8h44 Boletim 25 anos CBN

8h46 – Comercial

8h48 – Boletim trânsito

8h49 – Comercial

8h50 - Repórter ao vivo

8h51 – Âncora cita que ouvintes estão mandando fotos para participar do concurso CBN
Estilo

8h51 – Boletim Trânsito

8h52 – Hora de expediente

Inserções no ar: 36

Intervenções de ouvintes: 05

Porcentagem de intervenções de ouvintes na hora analisada: 13%

ANEXO 8

Emissora: CBN

Dia: 20/01/2016

Horário: 9h00 às 10h00

09h00 – Comentarista Kenedy Alencar

9h02 – Repórter CBN

9h05 – Repórter ao vivo

9h05 – Boletim trânsito

9h06 – Comentarista João Borges

9h11 – comercial

9h14 – Boletim Trânsito

9h15 – Gilberto Dimenstein

9h18 – Notícias estúdio

9h23 – Minuto Meio e Mensagem

9h27 – comercial

9h29 – Notícias estúdio

9h31 – Encerramento jornal da CBN

9h32 – Repórter CBN

9h34 – Abertura CBN São Paulo

9h40 – Notícias do estúdio e reportagem

9h41- Ouvinte Lucio comenta notícia sobre falta de moedas no metrô, Paulo Marques fala dos ônibus sobre a falta de troco.

9h42 – Boletim trânsito

9h42 - Ouvintes reclamam e “nos vamos conferir...”, Repórter vai ao local citado pelo ouvinte Carlos Alberto Nascimento que reclamou da sujeira em um terreno.

9h43 – Notícias estúdio

9h45 – Ouvinte Rosana manda foto de lixo na calçada

9h46 – Notícias estúdio

9h47 – Reportagem

9h49 – Boletim estradas

—
9h50 – Notícias estúdio

9h51 Esportes

9h53 - Reportagem especial Imigrantes

9h54 – Ouvinte Nelson fala sobre a falta de troco no metrô, ouvinte Reginaldo dá a dica de trocar moeda com pessoal que trabalha nas ruas.

9h55 – Previsão do Tempo

9h59 – Ouvinte Rodrigo Martins também comenta a falta de moedas, sugere maquina de cartões no transporte público.

10h00 - Repórter CBN

Inserções no ar: 32

Intervenções de ouvintes: 05

Porcentagem de intervenções de ouvintes na hora analisada: 15%

ANEXO 9

Emissora: CBN

Dia: 28/01/2016

Horário: 8h30 às 9h30

8h30 – Repórter CBN

8h32 - Boletim trânsito

8h34 - Boletim Capital Humano – Gilberto Dimenstein

8h37 – Reportagem

8h40 – Comentários do âncora –Milton Young

8h42 - Boletim comemorativo 25 anos CBN

8h50 - Comercial

8h52 - Boletim de trânsito

8h53 - Notícias estúdio

8h54 – Ouvinte envia áudio para concurso de marchinha de carnaval de ouvinte

8h55 - Ouvintes participam por whatsapp – Lauro paz e Alex falam sobre semáforo quebrado.

8h56 – Hora de expediente

8h57 – Boletim da Indústria brasileira

9h01 – Comercial

9h02 – Boletim trânsito

9h03 – Comercial

9h04 – Boletim trânsito

9h05 – Previsão do Tempo

9h06 – Boletim Trânsito

9h07 – Âncora: vários ouvintes mandando mensagens sobre problemas com farol, o ouvinte Romildes reclama de farol quebrado na Avenida do Estado.

9h08 – Boletim comentarista política

—
9h10 – Repórter CBN

9h11 – Boletim Trânsito

9h11 – Boletim Internacional - Lourival Santana

9h12 Comercial

9h12 – Gilberto Dimenstein

9h13 – Reportagem ao vivo

9h14 – Âncora chama ouvintes para participarem pelo whats – Notícias estúdio

9h16 – Repórter ao vivo Brasília

9h18 – Repórter ao vivo Rio de Janeiro

9h20 – Minuto Meio e mensagem

9h24 – Comercial

9h25 – Ouvinte Manoel Lima manda foto pelo Whats da rodovia Anchieta trânsito complicado, apresentador completa a informação do ouvinte.

9h26 – comercial

9h26 – Destaques finais do Jornal

Inserções no ar: 35

Intervenções de ouvintes: 05

Porcentagem de intervenções de ouvintes na hora analisada: 14%

ANEXO 10

Emissora: CBN

Dia: 02/020/2016

Horário: 7h00 às 8h00 7h00

– Repórter CBN

7h01 – Notícias estúdio

7h02 – Boletim trânsito

7h03 – Comercial

7h04 – Reportagem

7h06 – Notícias estúdio

7h07 – Repórter ao vivo

7h09 – Comercial

7h12 – Boletim Trânsito

7h12 – Comercial

7h13 – Notícias estúdio

7h16 – Comercial

7h17 – Boletim Trânsito

7h17 – Comercial

7h18 – Reportagem

7h20 – Boletim Trânsito

7h20 – Comercial

7h21 - Ouvintes enviam mensagens com imagens de um acidente que ocorreu na Raposo Tavares

7h22 – Previsão do tempo

7h23 – Comercial

7h24 – Ouvinte Lacerda envia mensagem sobre problemas nos trens da CPTM
- Ouvinte Wesley Pires também escreve para falar de problemas nesta mesma linha de trem

7h25 – Comentarista Carlos Alberto Sardenberg

—

7h30 – Repórter CBN

7h32 – Comercial

7h34 Boletim BBC Brasil

7h35 – Repórter ao vivo

7h38 – Boletim Bem estar e movimento-comentarista responde a pergunta de Ouvinte

7h40 – Comercial

7h42 – Boletim trânsito

7h43 – Comercial

7h44 - Ouvinte Paulo lama envia *WhatsApp* apontando erro nas placas de sinalização da Avenida do Estado

7h44 – Boletim trânsito

7h45 – Comercial

7h47 – Ouvinte Roberto Correia fala sobre problema de farol quebrado em Perdizes

7h47 – Ouvinte Ricardo informa que o farol está quebrado em outra região da cidade

7h48 – Comentarista Max Gehringer

7h49 – Notícias estúdio

7h50 – Boletim Olimpíada

7h54 – Notícias estúdio

7h55 – Boletim Trânsito

7h56 – Notícias estúdio

7h56 – Boletim trânsito

7h59 - Comentarista Mauro Halfeld

8h00 – Repórter CBN

