

As rádios públicas do Rio de Janeiro e as novas tecnologias do século 21: o que mudou na interação com os ouvintes e na produção de conteúdos?¹

Izani MUSTAFÁ²

Universidade do Estado do Rio de Janeiro - UERJ

RESUMO

No Rio de Janeiro (RJ) existem quatro rádios consideradas públicas. A Nacional do Rio de Janeiro, a MEC FM e a MEC AM, pertencem à Empresa Brasil de Comunicação (EBC). A Roquette-Pinto é originária da Rádio Escola Municipal do Rio de Janeiro. Todas têm transmissões hertzianas e, em pleno século 21, podem ser ouvidas pela internet. A proposta deste artigo é verificar, por meio da observação dos sites e da rede social Facebook, com o apoio de entrevistas semiestruturadas, se estão adaptadas às novas tecnologias, se a produção do conteúdo permanece sendo de interesse público, e como é a relação do profissional de comunicação com os ouvintes contemporâneos, cada vez mais conectados à internet e utilizando aplicativos como o WhatsApp.

Palavras-chave: Rádio Pública; Rádio na web; Internet; Facebook; WhatsApp

A internet, o rádio e a comunicação com os ouvintes

A Internet transformou a comunicação nas últimas décadas. É indiscutível que este novo espaço público e de amplo acesso a muito mais pessoas provocou mudanças na postura do jornalista e na produção do conteúdo informativo. O que antes era lido em jornais e revistas, ouvido numa rádio ou visto na televisão foi amplificado para a Internet que, para Fonseca³, é considerado o “principal e mais evidente símbolo” (Fonseca, 2010, p. 177) da contemporaneidade. A possibilidade de se ligar à rede mundial de computadores depende de onde esse público se encontra e do seu gosto por determinado veículo. O rádio era transmitido em ondas hertzianas. Agora, com a internet e com as novas tecnologias, ganhou um espaço mais amplo. A transmissão se dá também na rede mundial de computadores e permite que possa ser ouvida em outras plataformas como o computador, notebook, celular, Ipad, tablets e na própria televisão por assinatura. Ouvir uma rádio pelo celular tornou-se comum. É, sem dúvida, o radinho de pilha moderno. Portanto, o rádio continua sendo importante.

¹ Trabalho apresentado no GP Rádio e Mídia Sonora do XVI Encontro dos Grupos de Pesquisa em Comunicação, evento componente do XXXIX Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.

² Doutora em Comunicação pela Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul (PUCRS), é bolsista Qualitec do AudioLab da Faculdade de Comunicação Social da Universidade do Estado do Rio de Janeiro (FCS/UERJ) e integrante do Grupo de Pesquisa Mediações e Interações Radiofônicas. Email: izani@brturbo.com.br.

³ FONSECA, Virgínia Pradelina da Silveira. **O acontecimento como notícia: do conceito à prática profissional**. In: BENETTI, Marcia e FONSECA, Virgínia Pradelina da Silveira. (Org). **Jornalismo e Acontecimento: mapeamentos críticos**. Florianópolis: Insular, 2010.

De acordo com Ferraretto⁴, nesta primeira década do século 21, as “novas tecnologias, abordagens conceituais e demandas do público surgidas e/ou consolidadas” (2014, p. 13) transformaram o rádio em alguns aspectos. Mas suas características básicas foram mantidas. O rádio, mesmo com transmissão em outras plataformas, permanece sendo a companhia de milhares de ouvintes. O rádio ainda oferece informação, entretenimento, conversa e música. Mas, completa, o “cenário de atuação profissional, no entanto, de fato se alterou. Técnicas e tecnologias empregadas evoluíram” (2014, p. 13) e podem estar contribuindo para aproximar, por exemplo, a relação do comunicador com o ouvinte.

Segundo Ferraretto, a “era do rádio continua sendo a de cada minuto em que ocorre a transmissão” (2014, p. 14) seja ela pelas ondas hertzianas ou pela internet, independente do suporte. Em tempos modernos, enfatiza o pesquisador, a “essência do rádio é conectar pessoas”. Uma afirmação feita numa postagem no Facebook, em 6 de maio de 2016, na publicação do jornalista e apresentador do programa Atualidade⁵ da Rádio Gaúcha (RS), Daniel Scola, que foi alertado por um ouvinte sobre a falta de remédio para combater o câncer pela farmácia do estado – um problema local – enquanto a emissora cobria o afastamento do presidente da Câmara dos Deputados, Eduardo Cunha. Compreendendo a função social do rádio, o comunicador leu a mensagem do ouvinte. O outro ouvinte enviou o remédio que ele precisava. Um terceiro ouvinte nesta cadeia interligada era entregador e levou o medicamento ao destino. Scola acrescentou: “Fazer a diferença na relação com o nosso público. Não tem preço”.

O rádio, com ou sem ondas, além de ofertar conteúdo informativo e de entretenimento, é a “grande fonte de notícias e de consumo cultural para milhões de pessoas” (2007, p. 17), salienta Kischinhevsky⁶. O avanço das novas tecnologias e a internet são, sem dúvida, fatores que modificaram a relação do emissor com o receptor. Provocaram mais interatividade porque, segundo Kischinhevsky, o “receptor torna-se também emissor interagindo com as mensagens veiculadas e, muitas vezes, fazendo-se ouvir de forma imediata, por um público amplo” (2007, p. 78). Se observarmos rapidamente a evolução do rádio provocado pelas novas tecnologias, fica evidente que boa parte das emissoras se apropriou dos novos canais de diálogo, como redes sociais e WhatsApp

⁴ FERRARETTO, Luiz Artur. **Rádio, teoria e prática**. São Paulo: Summus Editorial, 2014.

⁵ Programa Atualidade é transmitido pela Rádio Gaúcha Do Rio Grande do Sul, das 8h10 às 10 horas, de segunda a sexta-feira.

⁶ KISCHINHEVSKY, Marcelo. **O rádio sem onda – convergência digital e novos desafios na radiodifusão**. Rio de Janeiro: Ed. E-Papers, 2007.

(aplicativo para celulares multiplataforma), para se relacionar com seus públicos e para continuarem sendo ouvidas.

Conforme Kischinhevsky, os endereços eletrônicos das grandes empresas de comunicação têm um espaço reservado e visitado pelos ouvintes para trocarem impressões com o emissor, a rádio.

Não é um simples canal de feedback rotineiro, como uma seção de cartas de um jornal ou o sempre indisponível número de telefone fixo de uma emissora de rádio. Trata-se de uma variante da tradicional difusão de *broadcasting*, um jogo de sedução no qual o receptor atua de modo mais ativo e está sempre pronto a assumir o papel de emissor se assim desejar (Kischinhevsky, 2007, p. 78).

A emissora que não acompanhar e trabalhar com este novo meio de comunicação que a conecta com o ouvinte está fadada a desaparecer porque as pessoas querem participar, participam e querem ser ouvidas. Ou pelo menos saber que existe um canal para que possa se sentir parte da produção de um programa informativo, de entrevistas ou de entretenimento. É um espaço também para que ela se rebele e faça críticas a um determinado programa, apresentador ou a própria rádio. O ouvinte, no entanto, pode ter uma outra reação:

Caso se sinta contrariado com determinada emissão, fará ele mesmo a sua, por meio de comunidades de relacionamento, blogs, fóruns de discussão eletrônica, para alertar outros receptores, comandar boicotes, suscitar debates virtuais que muitas vezes ganham visibilidades em outros meios de comunicação (Kischinhevsky, 2007, p. 78).

O receptor, portanto, deve ficar atento a todo este potencial da internet, “reconfigurar o processo de comunicação” (Kischinhevsky, 2007, p. 79) e se adaptar e trabalhar com os canais que permitem a interação. Mesmo sabendo que essa interação suscita debates interessantes e importantes, não cabe aqui discutir se ela funciona como um instrumento de controle da mídia. Para Kischinhevsky, “as possibilidades tecnológicas de interação diante da convergência digital, são praticamente infinitas” (2007, p. 81).

No passado, essa interação ocorria por meio das cartas e dos telefonemas. Hoje, com o marco da internet, essa comunicação tornou-se multidirecional e mais interativa, possível por meio do correio eletrônico e do chat, e, principalmente, pelas redes sociais, como o Facebook, o Twitter, e o WhatsApp. Essa interatividade precisa ser mediada por uma pessoa da emissora, como o apresentador, o jornalista ou o repórter. Mas será que essa

relação pode representar a inclusão, na programação, de novas pautas e de outras abordagens sobre determinados temas? As emissoras estão atentas ao seu público ativo nestes canais de comunicação?

Observando as três situações de interatividade no uso dos meios de comunicação, criadas por Thompson⁷, podemos incluir essa relação do ouvinte com a rádio na interação mediada, uma categoria que enquadra o envio de cartas e as ligações telefônicas. O uso de um meio técnico, portanto, possibilita “a transmissão de informação e conteúdo simbólico para indivíduos situados remotamente no espaço, no tempo, ou em ambos” (2002, pp. 78-79).

Para Thompson, o desenvolvimento dos meios cria “um novo tipo de intimidade” (2002, p. 181), base para desenvolver um raciocínio que diferencia a experiência vivida, “adquirida no curso normal da vida diária” (2002, p. 181), da experiência mediada, ou seja, da que se estabelece por meio da interação mediada ou da quase interação mediada. Pode-se, dessa maneira, advogar para o rádio tanto um papel pioneiro no plano da cultura da portabilidade como – associada à mobilidade conferida, ontem, pelo receptor transistorizado e, hoje, pelo celular – um poder significativo em termos de quase interação mediada, o que ajuda a entender a sua caracterização como companheiro virtual.

Para Ferraretto,

a possibilidade de interação – associada à recepção móvel confere proximidade ao rádio. A ideia de companheiro virtual, pode-se aventar, é reforçado pelo carácter basicamente regional das estações, apesar da existência de redes de emissoras, em especial desde a década de 1980 (2014, p. 28).

Mas será que essa nova conexão pode significar mudança no conteúdo pensado, escrito e/ou já divulgado pela emissora? Neste artigo, a proposta é verificar como essas mudanças estão impactando quatro rádios do Rio de Janeiro que, de acordo com o sistema de radiodifusão brasileiro, previsto na Constituição Brasileira, são consideradas públicas e/ou educativas⁸: Nacional do Rio de Janeiro AM, MEC AM, MEC FM – pertencentes à Empresa Brasil de Comunicação (EBC), criada em 2007 pela Medida Provisória 398, depois convertida na Lei 11.652, com princípios e objetivos para a constituição do sistema público de radiodifusão – e Roquete-Pinto FM.

⁷ THOMPSON, John B. **A mídia e a modernidade: uma teoria social da mídia**. Petrópolis: Vozes, 2002.

⁸ Emissoras sem fins lucrativos que podem ser mantidas pelo governo federal, estadual, municipal, fundação ou universidade.

Para isso, analisamos os conteúdos que estão sendo produzindo para os ouvintes, situados em diferentes cidades, espalhadas pelo mundo, e se essa informação se mantém de interesse público, característica preponderante numa rádio pública. Também observamos uma das redes sociais utilizadas pelas emissoras, o Facebook, para identificar e verificar como é a relação deles com os ouvintes contemporâneos que estão conectados à rede mundial e como está ocorrendo esse contato.

Para complementar esta pesquisa, realizamos entrevistas semiestruturadas com os coordenadores de cada emissora para conhecer e compreender como se dá a interatividade com o ouvinte, no dia a dia. E a fim de contextualizar historicamente os nossos objetos, realizamos a revisão bibliográfica e buscamos informações nos sites das estações.

Numa observação preliminar, verificamos que estas quatro emissoras acompanharam os avanços das novas tecnologias possibilitados pela internet e se adaptaram aos novos tempos. Todas possuem canais de comunicação ativos, para que os ouvintes se sintam mais perto, prestigiados e parte integrante de determinado programa ou mesmo da rádio. Nas entrevistas, também soubemos que todas utilizam o WhatsApp para receber sugestões de pautas, opiniões sobre determinados assuntos abordados na emissora, pedidos de músicas, elogios e críticas.

MEC AM, a rádio educativa criada por Roquette-Pinto

A Rádio MEC AM é a veterana entre as quatro emissoras que estão sendo analisadas nesta pesquisa. É a primeira emissora oficial do Brasil e foi organizada pelo idealista e cientista Edgar Roquette-Pinto que percebeu o rádio como um importante veículo para levar educação e cultura – com música erudita, concertos e palestras científicas para o povo analfabeto. Vinculada à Academia Brasileira de Ciências, em 1923 ele colocou no ar a então Rádio Sociedade do Rio de Janeiro, uma emissora educativa e cultural, sem espaço para publicidade e sem fins lucrativos. O slogan era: “Trabalhar pela cultura dos que vivem em nossa terra e pelo progresso do Brasil”.

Treze anos depois, em 1936, sem condições de mantê-la e sem querer transformá-la em comercial ou num espaço de domínio político, decidiu doá-la ao Ministério da Educação e Cultura com a condição de mantê-la fiel com os ideais de cunho educativo e cultural. Numa carta escrita ao ministro da Educação, Gustavo Capanema, ratificou que a rádio “não estava sendo entregue ao Governo Brasileiro, mas sim à Educação do Brasil” (Tavares, 1999, pp. 5-6). Em 7 de setembro de 1936, a PRA-2 foi doada ao MEC e Roquette-Pinto

afirmou emocionado: “Entrego esta Rádio com a mesma emoção com que se casa uma filha” (Tavares, 1999, p. 6).

Desde sua criação, se passaram 93 anos. Com a denominação de Rádio MEC AM, 80 anos. Independente da data de início das primeiras transmissões hertzianas, muitas transformações aconteceram neste período dentro da radiodifusão brasileira, principalmente por causa dos avanços tecnológicos e da chegada da internet. O tempo também não alterou a essência da linha editorial da emissora que tem programas focados na educação, cultura e interesse público, contribuindo, assim, para a formação da cidadania.

Hoje, a MEC AM utiliza as novas tecnologias para potencializar o seu alcance com a transmissão pela internet e porque a maioria dos aparelhos não sintoniza o canal AM. Assim como outras emissoras, foi imprescindível se adaptar aos novos tempos. De acordo com a coordenadora, Liara Avellar (2016), a internet é complementar na divulgação dos conteúdos e o portal da EBC, onde estão os links para as rádios, e o Facebook são alimentados diariamente com áudios que foram ao ar e informações adicionais sobre temas abordados em diferentes programas.

Segundo Avellar, o ouvinte da MEC AM é o adulto na faixa etária acima dos 50 anos e, por isso, usa muito o telefone. Mas, como a programação da emissora está “fazendo um rejuvenescimento, com a inclusão de programas infantis e para o público jovem, a cada semana tem mais participantes no WhatsApp, que é fundamental para a interação com o ouvinte” (Avellar, 2016). A proporção entre o contato do ouvinte com a emissora pelo telefone e pelo aplicativo é mais equilibrada, acrescenta a coordenadora.

Quando a emissora começou a usar e-mail, 80% da interação se dava por telefonemas ou cartas e de 10% a 20% pelo correio eletrônico. Atualmente, a correlação está diferente: “40% ocorre por telefone, 30% por e-mails e 30% pelo WhatsApp, e a cada semana se tem verificado um crescimento” (Avellar, 2016).

O programa que possibilita a maior interação com o ouvinte é o *Todas Vozes*, definido como de cidadania e com conteúdo colaborativo, apresentado pelo jornalista Marcus Aurélio de Carvalho, com quase três horas de duração. Avellar enfatiza que:

A proposta é dar voz à sociedade civil organizada, como uma rádio pública tem que dar aos vários grupos existentes na sociedade, dar voz ao ouvinte. O programa coloca o ouvinte no ar. E tem uma pergunta que permeia o programa, tem entrevistas, quadros, jornalismo, música. É um programa de variedade e faz uma interface muito grande com a rede social. E lá atinge um grande número de pessoas, mais do que audiência pelo ar (Avellar, 2016).

Segundo a coordenadora, tem programas que num único ano tiveram 30 mil acessos e visitantes únicos, o *Todas as Vozes*, transmitido de segunda a sexta-feira, das 7h20 às 10 horas, teve 80 mil ouvintes no último ano. “Mas porque ele busca essa interatividade o tempo todo. A maioria dos programas faz isso, mas tem outros que fazem mais. É um *case* da emissora. É um programa muito rico” (Avellar, 2016).

Outro bom exemplo da MEC AM é o *Ecos da Terra*, irradiado de segunda a sexta-feira, das 10 às 11 horas. Como o programa apresentava temas que mereciam debate, ficou acertado com a produção que uma vez por e semana ele teria um debate com participação dos ouvintes. *O Bate-papo Ponto Com*, que vai ao ar das 11 ao meio-dia, também é outro programa que se destaca por permitir a interatividade.

Cada equipe de produção, como o âncora e o produtor, é responsável por subir o seu conteúdo e inclui-lo com destaque no site. Avellar (2016) salienta que na rádio existe um profissional na área da programação que potencializa as publicações no Facebook, de acordo com as sugestões definidas nas reuniões de pauta.

As novas tecnologias, no entanto, não provocaram grandes alterações em relação à produção do conteúdo. De acordo com a jornalista, “houve uma mudança na forma de transmitir esse conteúdo e de abirmos mais essa interação e participação do ouvinte” (Avellar, 2016).

O profissional, explica ela, teve que se adaptar e ser multimídia.

Ele não pode simplesmente transmitir pelo microfone. Ele faz um programa, ele tem que estar ligado ao WhatsApp e tem que estar conectado. Muitas das nossas fontes e pautas estão no Facebook. Eles trabalham não só produzindo pelo telefone, mas pelo Facebook. E tem que fazer isso mesmo. A rede social tem que estar a serviço do profissional (Avellar, 2016).

Essas novas possibilidades fazem com que o espectro de busca se amplie e, acrescenta a coordenadora, “o aprofundamento vai muito do jornalista que tem que ser investigador e ter sensibilidade para a notícia, sacar a abordagem por aquele tema” (Avellar, 2016). Com isso, a abordagem de um tema pode ser aprofundado e amplificado, de acordo com a linha editorial do programa e com o olhar dos profissionais envolvidos na produção.

Rádio Roquette-Pinto pertence ao estado do Rio de Janeiro

A Rádio Roquette-Pinto também foi criada pelo professor e cientista Edgar Roquette-Pinto, em 1927, como Rádio Escola Municipal do Rio de Janeiro (PRD-5). A

partir de 1946 passou a ser denominada de Roquette-Pinto. Mantendo sempre o caráter estritamente educacional e atuando nos vários níveis de ensino, em 1960, quando a capital do país foi transferida para Brasília, a emissora começou a ser administrada pelo governo do estado do Rio de Janeiro. Quinze anos depois, em 1975, a rádio é transformada em propriedade do governo fluminense. Hoje está ligada diretamente ao Gabinete Civil do Rio de Janeiro.

A marca e o idealismo de Roquette-Pinto se mantêm vivos até hoje com transmissões pela 94,1 FM e com uma programação própria de música, jornalismo, cultura, com foco educativo e de prestação de serviço. Há anos a emissora transmite pela internet e é ouvida pelos celulares, tablets e computadores.

A Roquette-Pinto também acompanhou as mudanças impostas pela chegada das novas tecnologias e tem canais de interação com os ouvintes como e-mail, Facebook, Twitter e utiliza o WhatsApp. Apesar disso, a comunicação por meio de cartas ainda acontece na relação emissora/ouvinte, “mas numa proporção muito menor em relação à interação feita através das redes sociais”, afirma o coordenador de jornalismo, Jorge Edison Ramos da Silva (2016).

Ele destaca que algumas interações são imediatas, outras acontecem dentro do tempo possível do âncora ou do produtor do programa. Nesses canais são identificados, principalmente, ouvintes que fazem elogios e críticas, que “damos um peso maior para melhorar sempre nossa interação com os ouvintes” (Silva, 2016). Outros ouvintes aproveitam para sugerir pautas e outras abordagens sobre algum tema noticiado.

Como o conteúdo é basicamente jornalístico, cultural e musical, e sendo uma emissora pública, explica o coordenador, a rádio se mantém fiel aos princípios de Roquette-Pinto e procura “abordar temas de interesse do cidadão que podem influenciar no seu dia a dia e proporcionar-lhe o debate e a reflexão” (Silva, 2016). As notícias escolhidas para serem divulgadas devem ser importantes para o cidadão, acrescenta o jornalista.

A publicação do conteúdo no site e nas redes sociais é pré-selecionada pela produção dos programas e pela direção da emissora, resume Silva (2016).

Rádio Nacional do Rio de Janeiro conectada com os ouvintes

A Rádio Nacional do Rio de Janeiro AM está completando 80 anos de existência em, 2016. Foi criada no século passado como uma empresa comercial e inaugurada na noite de 12 de outubro de 1936. Funcionou durante muitos anos no prédio A Noite, na praça

Mauá, do Rio de Janeiro. Tornou-se referência para as demais emissoras do Brasil, a partir de 1940 quando foi encampada pelo governo de Getúlio Vargas. O decreto-lei nº 2.073, de 8 de março de 1940, argumentava que havia uma dívida de três milhões de libras esterlinas, referente a pagamento de impostos não recolhidos.

A partir dessa data, sob o controle do Departamento de Imprensa e Propaganda (DIP), a PRE-8, que tinha a maior potência e era ouvida em Ondas Curtas em todo o país, foi usada politicamente para beneficiar o governo ditatorial de Getúlio Vargas. Apesar de ser considerada de utilidade pública e de interesse do país, transformou-se na voz oficial do Estado Novo e, por manter a receita publicitária, garantida com a utilização de 10% de sua programação para publicidade, era uma empresa de comunicação mista.

Hoje, a Rádio Nacional do Rio de Janeiro está vinculada à EBC e totalmente adaptada à internet e às novas plataformas. Para o coordenador da Rádio Nacional do Rio de Janeiro, Marcos Gomes, o casamento da emissora com a web é imprescindível.

Não podemos desenvolver um conteúdo sem pensar no nosso ouvinte. Temos algumas dificuldades, principalmente com relação a mão de obra qualificada para o desenvolvimento dessa relação do conteúdo com as plataformas digitais. Mas temos uma estrutura dentro da EBC que viabiliza o acesso a esses conteúdos (Gomes, 2016).

Infelizmente, a Nacional não utiliza 100% do seu potencial por causa do descompasso entre o que é produzido e o número de pessoas necessárias para fazer esse trabalho no site e nas redes sociais. Cada programa tem um produtor e um apresentador. Mas, explica Gomes, na Nacional essa equação funciona em parte porque nem todo apresentador e produtor é treinado ou tem essa habilidade para acessar a rede. Para completar, “têm apresentadores que estão há 50 anos no dial e essas pessoas mais experientes têm dificuldade” (Gomes, 2016).

O melhor aproveitamento das novas tecnologias acontece na área do esporte porque a “equipe é jovem, eles sabem tudo, dialogam com o internet, usam o WhatsApp, e fazem uma festa legal” (Gomes, 2016). Outro programa que tem uma ótima interatividade com o seu público é o *Tema Livre*, que vai ao ar das 10 às 11 horas, cujo apresentador é o jornalista Dylan Araújo e a produtora é Ale Hirtenkauf, ambos da nova geração e, por isso, tem mais facilidade e estão sempre conectados.

Gomes enfatiza, no entanto, que a rádio sempre incentiva os produtores e apresentadores dos programas jornalísticos, de debates, de variedades e os musicais a terem mais intimidade com as novas ferramentas para ampliar a interação com o seu público.

Quando a gente faz esse casamento da habilidade do profissional com a habilidade do uso dessas ferramentas, isso pode fluir. O ideal é que tivesse um departamento para cuidar disso, mas não temos essa estrutura disponível. Pode ser viabilizada, mas sempre vai ter uma defasagem. A gente procura estimular um profissional a esse tipo de trabalho. Nenhuma empresa funciona com 100% das condições (Gomes, 2016).

O coordenador da Nacional salienta também que entre os gestores e funcionários existe uma consciência muito clara que para fazer “comunicação pública não existem condições de ignorar as plataformas digitais (Gomes, 2016).

Atualmente, o maior contato do ouvinte com a emissora se dá pelo telefone e por cartas enviadas para os programas musicais. Conforme o jornalista, o e-mail é pouco utilizado e as redes sociais, como Facebook e Twitter, e o WhatsApp estão sendo bem utilizados. “Corriqueiramente, as mensagens enviadas pelo ouvinte pelo whats são usadas como integrante da produção do programa” (Gomes, 2016).

O uso mais intenso das novas tecnologias começou em 2009, quando a EBC assumiu as emissoras e foi criado o portal. A partir daí, os programas ganharam espaço na internet e ficaram mais conhecidos.

A mais importante medição do bom resultado são as transmissões de carnaval da Marques de Sapucaí. De acordo com Gomes, a Nacional e a Rádio MEC AM tem expressividade muito grande neste período, quando a equipe tem produtor, apresentador, repórter e âncoras. Essa observação também foi comprovada na cobertura do carnaval do Rio em 2015, quando um temporal fez com que os transmissores tirassem a emissora do ar. Apesar da frustração da equipe, as duas rádios decidiram manter o trabalho com as irradiações pela internet. Para surpresa de todos, relembra Gomes, a audiência da web superou todos os índices de audiência do portal da EBC e a página da MEC AM foi a mais acessada. Mesmo sem a irradiação hertziana, a Nacional e a MEC AM realizaram com muito sucesso a transmissão on line.

Quanto ao conteúdo produzido pela emissora, continua sendo voltado para a formação da cidadania e com viés focado no interesse público. Em geral, de acordo com Gomes, é produzido para ir ao ar e pela internet. No site e no Facebook, os profissionais

podem aprofundar o tema com mais informações, incluir vídeos, fotos e assim estar aberto a mais interatividade com os ouvintes.

O coordenador acredita que o momento é de aprendizagem.

Estamos entendendo nas entrelinhas o que ele está querendo e também estamos respeitando mais o ouvinte. Quando começamos a respeitar as críticas, percebemos que os elogios cresceram. Ele apresenta uma demanda e este casamento, da pauta colaborativa, é muito importante. Vamos atrás buscar uma solução. A gente depende dele para fazer uma comunicação pública (Gomes, 2016).

Conforme ele, 90% dos e-mails enviados à emissora são pertinentes e os internautas têm razão. E isso, observa Gomes, tem ajudado na correção de rumos da emissora. “É uma preocupação muito clara: quanto mais atenção dermos a quem está acompanhando nossa programação, mais nós teremos chance de acertar” (Gomes, 2016).

O grande sonho do coordenador e dos funcionários que trabalham na Nacional, que já foi uma importante referência para várias emissoras do Brasil, é migrar para o FM, melhorando assim a capacidade de transmissão. Gomes enfatiza que 100 mil ouvintes numa emissora AM que tem conteúdo relevante é muito ruim. Por enquanto, a empresa não definiu nada com relação a migração para o digital.

MEC FM, a rádio da música clássica e erudita

A partir de 1983, a MEC do Rio de Janeiro passou a ter uma emissora em FM. Integrada ao Sistema Nacional de Radiodifusão Educativa (Sinred), instituído em 9 de agosto de 1983, pela portaria 344 do MEC, a rádio funciona como uma coordenadora das demais emissoras educativas com transmissão FM, fornecendo programação. Adotou a linha de música de concerto que “prossegue até hoje como carro-chefe da sua programação, abrindo espaços também para o jazz, MPB e instrumental” (Zuculoto, 2012, p. 145). O site da emissora apresenta programas musicais com destaque a concertos, óperas, jazz, clássicos e MPB.

O Coordenador da Rádio MEC FM, Thiago Regotto, diz que aquela emissora que não trabalhar com as novas tecnologias está fadada à falência. Como a MEC FM tem 80% da programação com música clássica, é necessário “pensar com velocidade para colocar no ar uma música nova, do contrário, ela já está velha” (Regotto, 2016). Quando a rádio usava o LP e o CD, havia mais um tempo para algumas canções irem ao ar. Agora é diferente, salienta o jornalista: “Se não tiver essa novidade rápida no ar, a rádio se torna velha.

Precisamos ter um *download* rápido pago de música e assinar revistas digitais para a emissora pulsar na mesma velocidade da internet” (Regotto, 2016).

A MEC FM está ligada a todas as redes sociais. “Todo conteúdo que se ouve na rádio pode ser escutado depois”, acrescenta. Regotto destaca que na emissora todos os jornalistas e produtores têm que estar conectados e o WhatsApp é uma ferramenta para que as pessoas deem sugestões. “Quando a mensagem do ouvinte aparece na tela do estúdio, o locutor tem que responder” (Regotto, 2016). Segundo ele, a produção de todos os conteúdos deve ser pensada em 360 graus, envolvendo a ideia, o planejamento, a execução, a memória e a inclusão desse material nas multiplataformas. O programa vai ao ar, é publicado no site, o áudio fica sob demanda (podcast) e é compartilhado nas redes sociais, a fim da marca da rádio ficar bem posicionada. “O trabalho não tem fim e se conecta o tempo inteiro. Muita gente ouve a rádio acessando a internet. É a complementaridade, está tudo conectado” (Regotto, 2016).

A maior interação entre a emissora e os ouvintes é com o pedido de músicas. As pessoas enviam mensagem de voz pelo WhatsApp, escrevem e-mail, telefonam e até enviam carta para solicitar uma sinfonia do concerto de Chopin, exemplifica o coordenador. A interação, dessa maneira, aumenta a medida que a gente estimula, complementa. O programa que se destaca por incentivar a interatividade é o *Clássicos do Ouvinte*, irradiado aos sábados, das 13 às 15 horas. Regotto observa que nem sempre a MEC FM tem condições de atender ao ouvinte e, por isso, o espaço do programa deverá ser ampliado. “Ele quer participar e se sente parte da rádio” (Regotto, 2016).

Como boa parte das pessoas tem celular, o WhatsApp tem se tornado a ferramenta mais gratificante para a emissora. Regotto relata que já receberam gravações com os ouvintes recitando poemas. Em contrapartida, o envio de cartas e de e-mails está diminuindo.

A presença em redes sociais também é forte. No Facebook a MEC AM tem quase 20 mil ouvintes e a interação faz com que o número de ouvintes aumente. A rádio também trabalha também com o Instagram, Twitter e Snapchat.

Por isso tudo, o conteúdo é pensado com a internet e com as redes sociais. Se não for assim, enfatiza Regotto, as pessoas vão se distanciar do rádio. Conseqüentemente, a linguagem de cada produção tem que ser dinâmica para acompanhar o ritmo das pessoas que estão on line, um ritmo como da internet. “Ninguém quer mais um conteúdo longo, pesado, atrasado. As pessoas não vão nos ouvir” (Regotto, 2016).

Para ele, a abordagem é outra.

Nem melhor e nem pior, é diferente. A gente tá pensando com a cabeça digital, como o jovem. Se ele estiver conectado com aquela ideia, ele vai aprofundar as informações. A gente adora os velhinhos, mas não podemos fazer rádio só para os velhinhos. Tem horários que são mais tradicionais. Em outros temos que ousar (Regotto, 2016).

A principal preocupação do coordenador da MEC FM é fazer uma rádio para mais pessoas.

É um desafio não perder o público conquistado e construir novos públicos. É um momento de transição. Temos que apostar em novos formatos, mais curtos e dinâmicos, e não podemos deixar de fazer o tradicional. Em 10 anos teremos outro ritmo, em 20 anos outro. A gente tá num tempo de mudança (Regotto, 2016).

Para o jornalista, a comunicação continua sendo uma importante ferramenta de transformação e a internet é uma importante aliada.

Considerações finais

As observações nos sites, no Facebook e as entrevistas semiestruturadas realizadas com os coordenadores de jornalismo de cada emissora pública – Nacional do Rio de Janeiro, MEC AM. MEC FM – pertencentes à EBC – e Roquette-Pinto, do governo municipal do Rio de Janeiro, comprovam que a chegada da internet e das novas tecnologias surgidas no século 21 estão sendo utilizadas de maneira positiva. Independente da situação financeira, dos problemas de infraestrutura e até de falta de pessoal para trabalhar com uma equipe adequada, as quatro rádios se apropriaram das redes sociais, principalmente o Facebook, e do aplicativo de celular mais popular, o WhatsApp. As novas ferramentas estão contribuindo para ampliar e fortalecer a comunicação com os seus ouvintes.

As interações que antes eram por meio de cartas, telefonemas e, mais recentemente, por e-mails, estão acontecendo pelas redes sociais e pelo WhatsApp. Esta relação do emissor e do receptor estão, sem dúvida, mais fortalecida ou, em alguns casos, sendo refeita. Nesta pesquisa percebemos que cada emissora, dentro das suas possibilidades, reconfiguraram o processo de comunicação e estão adaptadas para trabalhar diariamente com os canais que permitem a interação.

Todas têm uma página no Facebook, onde compartilham conteúdos, áudios, fotos, vídeos e mais informações a respeito de algum tema abordado num determinado programa. Todas têm um número de celular disponível para o ouvinte ficar conectado com a emissora para usar o aplicativo e para participar dos programas, falar com os apresentadores, com a produção do programa, enviar sugestões de pautas, fazer críticas ou elogios e, ainda, como no passado, pedir músicas. A comunicação, portanto, está mais interativa.

O novo espaço público está estimulando os profissionais que trabalham nestas rádios a serem multimídias. Cada produção de um conteúdo e de um programa é pensado para ser ouvido em ondas hertzianas, pela internet – em diferentes plataformas – e para depois ser compartilhado nas redes sociais como o Facebook. E é nas redes sociais que o comunicador tem a chance de ampliar a abordagem do tema tratado no programa e abrir mais um canal de interação com o seu ouvinte.

O rádio que antes só tinha transmissão hertziana, agora, pela internet, pode chegar aos diferentes rincões deste planeta chamado Terra. As irradiações que antes chegavam tão longe somente pelas Ondas Curtas, agora foram substituídas pela grande rede mundial de computadores. As possibilidades de ouvir rádio por causa da internet são muito maiores. Cada um pode sintonizar qualquer uma das quatro emissoras analisadas neste artigo pelo computador, notebook, tablet, Ipad ou celular. Hoje, sem dúvida, podemos dizer que o radinho de pilha moderno é o celular.

Referências bibliográficas

BIANCO, Nélia Del. (Org). **O Rádio Brasileiro na Era da Convergência**. Coleção GPs E-Books. São Paulo: Intercom, 2012.

FERRARETTO, Luiz Artur. **Rádio, o veículo, a história e a técnica**. Porto Alegre: Sagra Luzzatto, 1998.

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

FERRARETTO, Luiz Artur; KISCHINHEVSKY, Marcelo. **Rádio e Convergência: Uma abordagem pela economia política da comunicação**. Trabalho apresentado ao Grupo de Trabalho “Economia Política e Políticas de Comunicação”, do XIX Encontro da Compós, na Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro, em junho de 2010.

HAUSSEN, Doris Fagundes. **Rádio e Política – tempos de Vargas e Perón**. Porto Alegre: EdiPUCRS, 1997.

KISCHINHEVSKY, Marcelo. **O rádio sem onda – convergência digital e novos desafios na radiodifusão**. Rio de Janeiro: Ed. E-Papers, 2007.

MCLEISH, Robert. **Produção de rádio**. São Paulo: Summus, 2001.

MEDITSCH, Eduardo (org.). **Teorias do rádio – textos e contextos** – Vol. I. Florianópolis: Insular, 2005.

MEDITSCH, Eduardo; ZUCULOTO, Valci (org.). **Teorias do rádio – textos e contextos** – Vol. II. Florianópolis: Insular, 2008.

MOREIRA, Sonia Virgínia. **Rádio palanque**. Rio de Janeiro: Mil Palavras, 1998.

_____. (Org.). **70 anos de radiojornalismo no Brasil, 1941-2011**. Rio de Janeiro: EdUERJ, 2011.

MOREIRA, Sonia Virgínia; BIANCO, Nélia Del. (Org.) **Desafios do rádio no século XXI**. São Paulo: Intercom; Rio de Janeiro: UERJ, 2001.

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

TAVARES, Reynaldo C. **Histórias que o rádio não contou. Do Galena ao Digital, desvendando a Radiodifusão no Brasil e no Mundo**. São Paulo: Harbra, 1999.

THOMPSON, John B. **A mídia e a modernidade: uma teoria social da mídia**. Petrópolis: Vozes, 2002.

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

Fontes de pesquisa

Rádio Nacional do Rio de Janeiro

Site: <http://radios.ebc.com.br/nacionalrioam>

Facebook: <https://www.facebook.com/radionacionalrio>

WhatsApp: (21) 99903-5329

Rádio MEC FM

Site: <http://radios.ebc.com.br/mecfmrio>

Facebook: <https://www.facebook.com/radiomecfm>

WhatsApp: (21) 99710-0537

Rádio MEC AM

Site: <http://radios.ebc.com.br/mecamrio>

Facebook: <https://www.facebook.com/radiomecam>

WhatsApp: (21) 99864-0238

Rádio Roquette-Pinto

Site: <http://www.fm94.rj.gov.br/>

Facebook: <https://www.facebook.com/radioroquettepinto>

WhatsApp: (21) 9898-96916

Entrevistas semiestruturadas

Liara Avellar – Coordenadora da MEC AM. Realizada em 23 de março de 2016.

Marcos Gomes – coordenador da Rádio Nacional do Rio de Janeiro. Realizada em 22 de março de 2016.

Jorge Edison Ramos da Silva – Coordenador de Jornalismo da Roquette-Pinto. Entrevista enviada por e-mail e respondida por escrito em 5 de maio de 2016.

Thiago Regotto – Coordenador da MEC FM. Realizada em 22 de março de 2016.