

---

## **Rádio digital e o Facebook: um estudo comparativo entre as emissoras Paraibanas Líder e Tabajara FM**

Emilly BELARMINO<sup>1</sup>

Nathalia CARNEIRO<sup>2</sup>

Renata LÍLLIA<sup>3</sup>

Bruno Ribeiro NASCIMENTO<sup>4</sup>

Universidade Federal da Paraíba, João Pessoa, PB

### **RESUMO**

O objetivo desse artigo é analisar o uso das transmissões ao vivo no Facebook utilizadas pelas emissoras paraibanas Líder e Tabajara FM, percebendo como elas têm a potencialidade de ser uma ferramenta para engajar a audiência e torná-la participativa na programação. Foi observado que o Facebook pode ser utilizado como ferramenta de aumento comunicacional para o Rádio na era da Convergência; o número de usuários nessa rede cresceu exponencialmente ao longo dos últimos anos, trazendo para as emissoras de rádio funcionalidades antes não alcançadas através das transmissões convencionais ou pelos seus websites. Busca-se entender, por meio de uma análise comparativa, e foco nas reflexões de autores como Prata (2008), Cardoso (2009) e Jenkins (2009), a maneira que a Líder e Tabajara FM estão investindo nessas transmissões, bem como a repercussão na programação.

**PALAVRAS-CHAVE:** Rádio; Facebook; Cultura da Convergência; Hibridização das Mídias.

### **INTRODUÇÃO**

Desde seu surgimento, a internet transformou os mais diversos setores de nossa vida. Os modos de agir, pensar e até mesmo sentir, individuais e coletivos, foram transpassados por esse sistema global de redes de computadores que acabou por interligar homens e máquinas. O que se iniciou com um número restrito de usuários, devido ao seu alto custo, acabou se transformando e atingindo grandes proporções em uma velocidade nunca antes imaginada. De acordo com Lévy (1999), isso surgiu graças a

um movimento social nascido na Califórnia na efervescência da “contracultura” [que] apossou-se das novas possibilidades técnicas e inventou o computador pessoal. Desde então, o computador iria

---

<sup>1</sup> Graduada em Design Gráfico pela Faculdade Ibratec Pernambuco. Graduanda do 5º. semestre do Curso de Comunicação Social - Radialismo da UFPB. E-mail: emilly\_belarmino@hotmail.com.

<sup>2</sup> Graduanda do 5º semestre do Curso de Comunicação Social – Radialismo da UFPB. E-mail: nathaliacarneiro.rtv@gmail.com

<sup>3</sup> Graduanda do 5º semestre do Curso de Comunicação Social – Radialismo da UFPB. E-mail: renata.lillia@gmail.com.

<sup>4</sup> Orientador do trabalho. Professor do Curso de Rádio e TV da Universidade Federal da Paraíba. E-mail: [m.brunno@gmail.com](mailto:m.brunno@gmail.com).

---

escapar progressivamente dos serviços de processamento de dados das grandes empresas e dos programadores profissionais para tornar-se um instrumento de criação (de texto, de imagens, de música), de organização (banco de dados, planilhas), de simulação (planilhas, ferramentas de apoio à decisão, programas para pesquisa) de diversão (jogos) nas mãos de uma proporção crescente da população dos países desenvolvidos. (LÉVY, 1999, p. 31 e 32)

Com o uso constante da conexão atrelada aos nossos computadores ou dispositivos móveis, ocorre a expansão do ciberespaço, caracterizado por Lévy (1999) como uma área aberta para comunicação através dos computadores e suas memórias ao redor do mundo. Esse novo ambiente acabou nos permitindo vivenciar novas formas de comunicar, interagir e armazenar informações. Nos primórdios, para debater assuntos ou compartilhar ideias, era preciso haver o encontro de pessoas em uma praça pública. Agora, em uma sociedade cada vez mais conectada, podemos conversar com amigos de diferentes localidades em apenas um clique, sem a necessidade de deslocamento entre espaços físicos tangíveis. Acerca dessas mudanças advindas da cibercultura, Lemos (2008, p.20) levanta três princípios fundamentais: (A) Liberação do Polo de Emissão, (B) Conexão em Rede e (C) Reconfiguração dos formatos midiáticos e das práticas sociais.

Sobre o segundo princípio, o da conexão, Lemos (2008, p.20) afirma que “não basta emitir sem conectar, compartilhar” ou seja, a internet relaciona conexão e compartilhamento aumentando dia após dia às formas de produção e distribuição de conteúdo. As redes sociais nos deram espaço para compartilharmos nossas ideias e anseios. No caso das emissoras de rádios, bem como outros veículos de comunicação, essas redes podem servir como adição de um canal onde o público pode interagir e participar, sem a necessidade de transitar de uma mídia para outra. Jornais, revistas, rádio e televisão, ainda hoje, passam por uma fase de reconfigurações de produção e distribuição, para se adaptar às novas demandas da Web.

No caso do rádio, a internet ofereceu mecanismos que possibilitam sua evolução, principalmente em fatores como transmissão e interação, que acabaram ajudando não só na evolução do veículo, mas na manutenção de suas qualidades primordiais, como a velocidade de transmissão, acesso à programação, mobilidade e instantaneidade das informações, permitindo-o estar cada vez mais próximo de seus ouvintes. As redes sociais acabaram auxiliando o rádio a viver esse novo paradigma da interação e consumo mediado pela web.

Nesse contexto, encontramos o Facebook, rede com um número cada vez maior de usuários ativos em todo o mundo. Por seu contínuo investimento em funcionalidades, tanto

para o usuário comum, quanto para os perfis comerciais, o Facebook se tornou uma ferramenta de comunicação indispensável, servindo como elemento para aproximar as pessoas. Da mesma forma que a rede social faz parte do relacionamento interpessoal de cada indivíduo que ali se faz “presente”, ela também pode ser utilizada para aproximar as emissoras de rádio com seus ouvintes, por meio de transmissões ao vivo, textos, fotos de bastidores da programação, vídeos e outros recursos visuais lá disponibilizados.

Levando isso em consideração, propomos aqui analisar como o uso das transmissões ao vivo no Facebook feitas pelas emissoras Líder e Tabajara FM, localizadas em João Pessoa, na Paraíba, vem refletindo na sua imagem com o público na rede e como as interações lá realizadas interferem no decorrer da programação das emissoras.

Para isso, o artigo foi dividido em três partes. Na primeira parte abordaremos sobre hibridização e convergência, trazendo a discussão para o Facebook e o Rádio, entendendo assim, como esses conceitos influenciaram as mudanças advindas da união dessas duas mídias. A segunda descreve sobre a inserção da função de transmissão de vídeos no Facebook e como as emissoras paraibanas Líder e Tabajara FM estão fazendo uso e o reflexo desse uso na programação. Por fim, com base nos levantamentos metodológicos, realizaremos uma análise comparativa entre as estações, mostrando o que as tornam semelhantes e diferentes durante o uso das transmissões em rede.

## **HIBRIDIZAÇÃO DAS MÍDIAS NA CULTURA DA CONVERGÊNCIA**

A convergência surge da necessidade dos meios tradicionais se adaptarem aos novos meios e se aliar às novas tecnologias para caminharem juntas. Exemplo disso é o jornalismo impresso, que em meio a convergência midiática precisou se “reinventar” e passa atualmente por processos de adaptação para distribuir seu conteúdo em rede e se manter presente no cotidiano da população. Segundo Jenkins (2009, p.29), a convergência midiática é o: “fluxo de conteúdos através de múltiplos suportes midiáticos, à cooperação entre múltiplos mercados midiáticos e ao comportamento migratório dos públicos dos meios de comunicação, que vão a quase qualquer parte em busca das experiências de entretenimento que desejam”.

O processo de convergência implica em mudanças na produção, ou seja, distribuição de conteúdo por diferentes plataformas. Como Ferrareto (2007) afirma que o comportamento do usuário diante das informações é transformado:

---

Os usuários passam a ter um poder que antes não possuíam, tanto para buscar e contrastar como para incorporar a informação gerada ou conhecida por eles. Têm acesso à rede como autosserviço. Esta visão modifica plenamente o panorama dos meios de comunicação e em particular do rádio. Ou o rádio busca a personalização da informação, a interatividade, o autosserviço, ou perderá a capacidade de penetração na nova sociedade. (FERRARETO, 2007, p.7)

No que tange ao rádio, o fenômeno da convergência possibilitou um aumento nas produções, graças ao processo de transição entre o analógico e digital. A digitalização se mostrou necessária pois a qualidade do som hoje está aquém da encontrada no CD. Essa modernização amplia a quantidade de armazenamento de som, e introduz no rádio o sistema *multicast* de programação, onde oferece potencial para diversificação e segmentação da programação. Essa mudança é uma solução inovadora, capaz de elevar a qualidade e o alcance das transmissões e oferece novas opções ao modelo de negócio das emissoras.

Mudou-se tanto a forma de produção e distribuição quanto de consumo. A linguagem também deve ser repensada nesse processo de digitalização. As exigências são outras bem como as possibilidades oferecidas através dos novos recursos digitais. A essa ocorrência da digitalização e a mudança no jeito de se fazer rádio, Bianco (2009, p. 58-59) pontua que:

a questão é como integrar os valores culturais de sua origem aos que surgem da tecnologia emergente. O rádio continuará sendo sonoro, porém com funções multimídia, portanto terá de agregar uma linguagem flexível que possibilite diversificar conteúdos, o que torna inevitável integrar sua programação a novos formatos de distribuição, e ser capaz de compatibilizar voz, imagens e dados. (Bianco, 2009, p. 58-59)

Hoje, vemos o rádio se apropriando de outras mídias para expandir seus conteúdos e alcançar novos ouvintes. Exemplos disso são as *live streaming* no Facebook, um recurso interativo de transmissões instantâneas. A ferramenta foi disponibilizada em agosto de 2015, mas restrita às “celebridades”, chegando somente a usuários “comuns” em janeiro de 2016. Não demorou muito para que as emissoras adotassem a novidade em suas programações.

A *live* possibilita um maior engajamento e interação na rede, estreitando a relação do comunicador e o ouvinte. Tal relação corrobora com o que Jenkins (2009) afirma sobre a convergência midiática, isto é, que ela não se resume a uma simples mudança tecnológica, mas na alteração da relação entre o público e as indústrias. Nessas transmissões, é possível acompanhar instantaneamente os comentários e reações dos espectadores. Ao fim de cada

transmissão os vídeos ficam disponíveis no perfil ou página do usuário e também permite salvar na galeria do celular, permitindo ao usuário assistir e re-assistir quando lhe for necessário, caracterizando assim, em uma reconfiguração do modo de consumir e processar os conteúdos transmitidos pelo rádio.

## **FACEBOOK, O RÁDIO E A HIBRIDIZAÇÃO DAS LINGUAGENS**

Na atualidade rádio, TV, computadores e internet são meios tecnológicos “essenciais” que graças a sua inserção nas mídias móveis, acabaram por se tornar ubíquos em nosso cotidiano. A partir das definições de Souza e Silva (2006, p. 179, *apud* SANTAELLA, 2013, p. 15), Santaella afirma que a ubiquidade se trata de um conceito que sozinho não inclui a mobilidade pois, “tecnologicamente, a ubiquidade pode ser definida como a habilidade de se comunicar a qualquer hora e em qualquer lugar via aparelhos eletrônicos espalhados pelo meio ambiente. [...]”.

Dos meios supracitados, o rádio é conhecido por ter conseguido atravessar décadas e se manter forte nos dias atuais. A primeira transmissão oficial do rádio no Brasil ocorreu no dia 7 de setembro, em 1922, durante a inauguração da Radiotelefonía Brasileira. Só em abril de 1923 ele começaria sua transmissão efetiva, após o recebimento de um transmissor doado.<sup>5</sup>

Nos anos seguintes o rádio passaria por grandes mudanças. Cardoso (2009) afirma que o rádio viveu três diferentes etapas, cada qual com suas características e consequências que acabaram por refletir na sua atual "era". O autor afirma que em sua primeira idade a tecnologia empregada era a amplitude modulada, para áreas de grandes coberturas, feitas por governos ou grandes emissoras de abrangência continental. A segunda idade foi o período marcado pela difusão microeletrônica a preços acessíveis, o que desencadeou o surgimento de 'rádios-piratas'. Por fim, a terceira, caracterizada pelo crescimento e surgimento da web rádio, utilizando como suporte a internet. Essa terceira etapa trouxe para o rádio componentes que reforçam ainda mais sua potência comunicacional.

Agora, podemos escutar ler, assistir, baixar, compartilhar e utilizar os elementos hipermídia que estão disponíveis na Web - uma infinidade de opções antes não permitidas na primeira e segunda etapa do rádio. Diante dessas mudanças, Nair Prata (2008) afirma que o rádio passou ao longo dos anos por uma “radiomorfose”, pois:

---

<sup>5</sup> CASTRO, José de Almeida. História do Rádio no Brasil: Clubes de amigos e primeiras "PR" no rádio brasileiro, 2012. Disponível em: <<https://goo.gl/GmMmp7>>. Acesso em: 01 de abril de 2017.

[...] o rádio na web repete as fórmulas e os conceitos hertzianos, velhos conhecidos do ouvinte, pois é pela repetição que o público se reconhece. Mas, ao mesmo tempo, insere novos formatos, enquanto reconfigura elementos antigos, numa mistura que transforma o veículo numa grande constelação de signos sonoros, textuais e imagéticos. (PRATA, 2008, p.76)

Ainda sobre a radiomorfose, Prata (2008) nos explica que ela se dá por vários caminhos, mas que os dois pilares se dividem entre os gêneros e a interação, sendo a interação mediada por novas configurações através do uso do novo suporte, como é o caso das redes sociais. Nelas, as emissoras conquistaram mais um meio para impulsionar sua programação e passaram a utilizar de maneira mais ativa esses meios, dando aos seus ouvintes novos canais de participação. Essas redes cresceram de maneira exponencial nos últimos anos se tornando uma nova *Ágora*, onde os assuntos são debatidos e expostos.

Já sobre as redes sociais, segundo pesquisa da Agência eMarketer<sup>6</sup> o Brasil é o país da América Latina com maior número de usuários, com o total de 93,2 milhões de usuários, ultrapassando países como México, com 56 milhões, e Argentina, com 21,7 milhões. A pesquisa ainda afirma que a principal rede utilizada nos três países é o Facebook. De acordo com os dados divulgados pelo próprio Facebook, em novembro de 2016<sup>7</sup> a média mensal de pessoas ativas na rede era de 111 milhões, valor que equivale a pouco mais de 53% da população nacional<sup>8</sup>.

Talvez esse tenha sido o motivo que levou um grande número de rádios nacionais a investir em divulgação de imagens e textos da sua programação através das redes e, em 2016, transmitir programação ao vivo por meio de vídeos – o que possibilitou ao usuário, em uma única rede, interagir com a emissora, através de comentários ou mensagens *inbox*, acompanhar a programação e compartilhar com seus amigos a transmissão, ajudando na propagação do conteúdo.

Em meio às convergências midiáticas, Barros (2009, p.3) afirma que “tecnologias e linguagens são mescladas e a interatividade é a lógica das relações entre os seres humanos e

---

<sup>6</sup> FORBES BRASIL. Brasil é o maior usuário de redes sociais da América Latina, 2016. Disponível em: <<https://goo.gl/Ccr9iv>>. Acesso em: 04 de abril de 2017.

<sup>7</sup> NEWS ROOM FACEBOOK. Estatísticas, 2016. Disponível em: <<https://br.newsroom.fb.com/company-info/>>. Acesso em: 04 de abril de 2017

<sup>8</sup> PORTAL BRASIL. População brasileira cresce 0,8% e chega a 206 milhões, 2016. Disponível em: <<https://goo.gl/LeiXfC>>. Acesso em: 04 de abril de 2017

entre eles e as máquinas" e é justamente nesse cenário que a equação Rádio + Facebook se encontram resultando em inovação e praticidade para o ouvinte. No estado da Paraíba algumas estações já fazem uso dessa ferramenta, mas aqui destacamos duas que fazem uso constante dessa funcionalidade da rede, que servirão de objeto de recorte em nosso artigo: Líder e Tabajara FM.

## **RÁDIOS TABAJARA E LÍDER FM**

A Tabajara AM foi criada pelo governador Argemiro de Figueiredo, no dia 25 de janeiro de 1937, com o nome de Rádio Difusora da Paraíba PRI-4. O órgão do Governo do Estado é a 17ª emissora mais antiga do Brasil e a mais antiga da Paraíba. Atuou durante a era de ouro do rádio da década de 40, 50 e 60 com programas de auditório com artistas conhecidos nacional e internacionalmente. Apenas 62 anos depois, no dia 05 de agosto de 1999, que seria inaugurada a rádio com transmissão FM. Na nova frequência, busca trazer diferenciais: além da grade jornalística, foram inseridos programas culturais que estimulam educação, a visibilidade de diferentes grupos sociais e o destaque a cena musical local.

A Líder FM, surgiu no ano de 1991, e desde então vem buscando evoluir tanto estrutural quanto comunicacionalmente. Atualmente conta com dois estúdios, um em João Pessoa, na Tony Show Comunicação e o estúdio sede, localizado na cidade de Santa Rita, onde são realizadas as principais transmissões e seleção de pauta em geral. A emissora tenta transmitir uma programação diversificada, objetivando atingir as mais diferentes classes sociais do estado. A programação transita entre informação, músicas e a proposta de levar conteúdo qualificado aos ouvintes. Um diferencial que a emissora propõe é o de transmitir a cada 30 minutos informativos atualizados direto da redação, com o intuito de levar notícia em primeira mão aos seus ouvintes, antes mesmo das concorrentes.

Apesar das duas estações estarem investindo em transmissões ao vivo, a trajetória delas ao longo da história é bastante divergente, assim como sua programação e intensidade de transmissões na rede. A primeira transmissão ao vivo no Facebook da Líder FM ocorreu no dia 23 de agosto de 2016<sup>9</sup>, alcançando como resultado 66 visualizações, 14 reações e 4 comentários. Pouco depois foi a vez da Tabajara FM investir na nova funcionalidade: no dia

---

<sup>9</sup> A FM Líder. Palavra musical ao vivo na 100.5 a FM Líder. Disponível em: <<https://goo.gl/km2vQ8>>. Acesso em: 08 de abril de 2017

25 de novembro de 2016<sup>10</sup>. Para eles, o vídeo rendeu 42 visualizações, 10 reações, 1 compartilhamento e 3 comentários. Diante de todos esses dados nos surgiu o questionamento: o que motivou duas emissoras tão distintas a investirem nesse tipo de transmissão? Para sanar essa dúvida, entramos em contato com os responsáveis pelas transmissões. Por telefone falamos com Karl Neuman (Rádio Tabajara) e Omar Queiroz (Rádio Líder).

Karl, é mídia da Tabajara e nos contou que eles sempre tentaram deixar a presença digital da emissora ativa e que a interação com os ouvintes em rede já acontecia há algum tempo através do Twitter e do Whatsapp. No caso do Facebook, conteúdos audiovisuais já eram postados antes mesmo das transmissões ao vivo; para isso, eram gravados alguns trechos da programação que eram divulgados posteriormente na página da rádio.

Segundo ele, com a possibilidade das transmissões ao vivo o que mudou foi apenas o momento da postagem, deixando de ser algo gravado para se tornar algo ao vivo e mais tangível, dando aos ouvintes a possibilidade de se tornarem espectadores. Ele ainda nos contou que as transmissões estão sendo feitas de maneira experimental, sem o uso de uma técnica ou equipamento mais apropriado. Ele finalizou afirmando que durante as transmissões a interação rádio/Facebook é bastante pensada e que as participações dos interagentes em rede são divulgadas durante a programação, a depender do programa que está sendo transmitido.

A conversa com Osmar Queiroz, locutor da Líder também foi bastante esclarecedora. Falamos um pouco sobre o alcance que essas transmissões conseguem no Facebook e de como elas podem ajudar o rádio a manter-se vivo na rede, além de claro, questionar o que os levou a investir nessas transmissões. Segundo Osmar:

não é nosso foco principal essa cobertura via Facebook no momento, tendo essa ferramenta disponível e de forma gratuita estamos anexando ao nosso projeto de transmissão, já que nesse meio virtual existe um outro público que possa absorver o conteúdo. No momento estamos apenas anexando ao rádio outras mídias que possa o fortalecer, quem sabe essas mídias serão mais fortes que o próprio rádio no futuro? Ou será o próprio rádio? Ainda vejo o rádio com toda sua magia como nenhum outro meio de comunicação é capaz de expressar, que pena que alguns não vê dessa forma e fazem do rádio um meio de promoção pessoal.<sup>11</sup>

Em meio às afirmativas e declarações, é possível notarmos que a intenção de ambas

---

<sup>10</sup> Rádio Tabajara PB. Kid Vinil no #FalaCultura. Disponível em: <<https://goo.gl/OxeXUf>>. Acesso em: 08 de abril de 2017

<sup>11</sup> QUEIROZ, Osmar. **Depoimento**. [3 de maio, 2017]. João Pessoa. Entrevista concedida a Emilly Belarmino.



era a mesma: testar a funcionalidade disponibilizada pelo Facebook de forma experimental e analisar a relevância dessa ação para o rádio. Kischinhevsky (2012) enfatiza a importância desse teste e fala que “nesse rádio social, expandido, novos serviços oferecem cada vez mais novos canais de distribuição e ferramentas que propiciam a circulação de conteúdos radiofônicos através de redes sociais e comunidades on-line”. O que o autor quer dizer com "Rádio Social Expandido" é o fato de que ele está além das ondas hertzianas e aproveitando o poder de outros novos canais de distribuição para fazer circular seus conteúdos e conquistar novos ouvintes.

### **ANÁLISE DAS TRANSMISSÕES DA LÍDER E TABAJARA FM**

Ao assistir algumas das transmissões, notamos claramente que cada uma delas segue sua linha de produção e compartilhamento, que se assemelham em alguns pontos, mas se distanciam em outros, formando assim, opostos. Como corpus em que a análise se debruçará, utilizaremos as transmissões dos dias 15, 17 e 18 de abril, da Líder FM, e 12, 17 e 18 de abril da Tabajara FM.

Para escolha das datas foi levado em conta a semana com maior número de transmissões e com vídeos bem repercutidos na rede. Assistindo às transmissões das emissoras o fator experimental fica bastante evidente. Durante a data da análise, a utilização de câmera estática e com baixa qualidade para as produções era constante, e o gerenciamento das participações em rede na construção da narrativa dos programas era bastante diversificava.

Na Tabajara FM encontramos dois cenários distintos: as transmissões do programa Tabajara em Revista e o Fala Paraíba. No dia 12 de abril, às 13h22 foi realizada a transmissão do 2º bloco do programa Fala Paraíba, com a participação do presidente da Agência Executiva de Gestão das Águas do Estado da Paraíba. A publicação alcançou 8 curtidas, 1 comentário, 2 compartilhamentos e 240 visualizações.

A câmera permanece sempre estática em um ponto do estúdio, não tendo nenhuma movimentação para dinamização do vídeo. A entrevista corre de maneira bastante estendida, onde o convidado, que debatia sobre a transposição do Rio São Francisco, falava e o entrevistado se quer era ou recebia um direcionamento na entrevista, deixando assim o convidado disperso falando por cerca de quase 30 minutos incessantemente.

Figura 1 – Início da transmissão do programa Fala Paraíba, na Tabajara FM



Fonte: Facebook (2017)

Em um momento o entrevistado, João Fernandes Câmara, fala sobre um mapa da distância das águas do Rio São Francisco para o Açude Epitácio Pessoa, e exhibe para os espectadores que estão acompanhando a programação pelo Facebook, o que se mostra como um ponto positivo para a integração entre o rádio e a rede, o problema aparece quando começa a ser questionado “Você está vendo aí, da sua câmera? ”.

Figura 2 – Convidado exibindo o mapa da transposição e uma pessoa entrando no estúdio durante o programa Fala Paraíba, na Tabajara FM



Fonte: Facebook (2017)

Tal pergunta demonstra que, ao usar novas ferramentas como o Facebook, os apresentadores não conseguem separar a linguagem visual da linguagem radiofônica, causando possíveis dúvidas aqueles que acompanham através do rádio. Além disso, não existe

um controle de entrada e saída de pessoas no estúdio durante a gravação e pessoas transitam de maneira constantemente enquanto elas acontecem. Apesar da interação que aconteceu na rede, durante a construção do programa ao vivo ela foi completamente ignorada, e o interagente se quer teve o nome citado ao longo da programação. E como Lopez (2009) observa, “O rádio não fala para um ouvinte passivo, mas, para alguém que deseja participar, contribuir - mais do que fazia até então”. Em outras palavras, não basta ouvir, também queremos participar e ter nossa “contribuição” vista e debatida.

As outras transmissões do Fala Paraíba ocorreram nos dias 17 e 18 de abril e, mesmo com a presença de outros convidados e abertura de debates sobre temas distintos aos discutidos na primeira entrevista, as problemáticas se repetiram: pessoas no estúdio constantemente durante a gravação, entrevista acontecendo de maneira dispersa e desordenada, participação dos interagentes em rede sendo completamente desprezada e a câmera de maneira estática e posicionada em um local que talvez não favoreça muito aqueles que acompanham através de suas contas no Facebook.

No programa Tabajara em Revista, a dinâmica sofre notáveis modificações em relação ao seu programa antecessor (Fala Paraíba). Por ser um programa cultural, as entrevistas acontecem de maneira mais dinâmica, descontraída e menos engessada. A filmagem é fluída, sempre caminhando entre os convidados e o apresentador, diferentemente do programa Fala Paraíba, que é de caráter jornalístico, onde a câmera está sempre fixa.

Os dois programas também se diferenciam no gerenciamento das interações em rede. Percebemos que no programa Tabajara em Revista há uma preocupação em manter a interação com os ouvintes, no entanto no "Fala, Paraíba" essa participação é nula, limitando assim a transmissão apenas a exibir o que acontece durante o programa.

Figura 3 – Diferentes posicionamentos da câmera ao longo da transmissão do programa Tabajara em Revista



Fonte: Facebook (2017)

A preocupação com a qualidade da transmissão é notável. Ao longo dos programas o

apresentador, Jamarri Nogueira, questiona aos ouvintes se a transmissão está boa e graças a velocidade de transmissão em rede, é respondido quase que instantaneamente. O fator interacional é fortemente respeitado ao longo das transmissões do programa Tabajara em Revista. Jamarri, toma cuidado em sempre ler e responde os comentários durante o programa. Até mesmo os comentários mais cômicos ele faz questão de ler, o que resulta em momentos de descontração e ajuda os convidados a se sentirem mais confortáveis. Todo esse cuidado com os interagentes em rede se refletem nos resultados alcançados em cada transmissão, chegando a atingir 1,3 mil visualizações, 59 comentários, 29 compartilhamentos e 84 reações na transmissão do dia 12 de abril, onde a banda Corda Bamba foi entrevistada.<sup>12</sup>

Após acompanhar os vídeos da Tabajara FM iniciamos o da Líder, e notamos que a ferramenta *Livestream*, está sendo subutilizada pela emissora. A participação do ouvinte é valorizada, mas somente os ouvintes que ligam para a emissora, negligenciando assim o recurso do Facebook que poderia auxiliar na aproximação dos ouvintes que lá se encontram. Como foi dito pelo locutor Osmar Queiroz, a transmissão via Facebook não é o principal foco da emissora e isso fica bastante evidente ao conferir as transmissões, mostrando que esse “foco” talvez precise ser repensado e aprimorado.

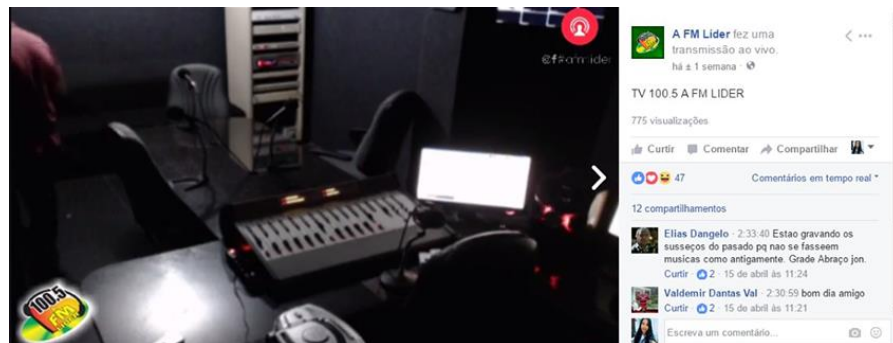
As transmissões utilizam um padrão de vídeo alternando em dois planos. Assim como ocorre durante o programa Fala Paraíba, da Tabajara FM, o fluxo de pessoas no estúdio durante as transmissões é enorme, interrompendo assim, a qualidade do vídeo. Outro ponto observado durante os três dias assistidos e analisados foi a duração extensa dos vídeos que chegavam a 3h59.

Esse é um fator bastante perigoso para publicações em rede, pois, como observa Rocha (2008, p.128) “a impaciência do homem contemporâneo se faz notar na inabilidade do ato contemplativo e na busca por reconhecimento do todo por uma mínima visada, em uma economia estética ou uma ecologia estético-perceptiva”. Em outras palavras, vídeos de longa duração acabam afugentando os possíveis espectadores que acessam a rede, deixando-os dispersos em meio a tanto conteúdo. Ao fim dos programas, o estúdio fica vazio com as luzes apagadas e a transmissão em andamento.

---

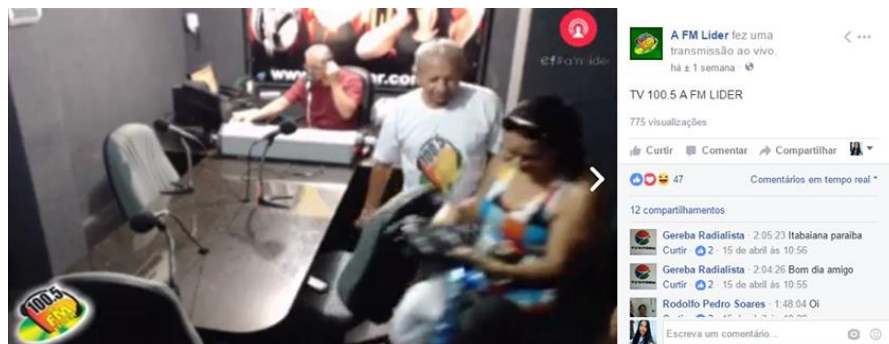
<sup>12</sup> Disponível em: <<https://goo.gl/KszpbZ>> Acesso em: 8 de abril de 2017

Figura 4 – Estúdio sendo “abandono” durante a transmissão



Fonte: Facebook (2017)

Figura 5 – Fluxo de pessoas no Estúdio ao vivo



Fonte: Facebook (2017)

No dia 15 de abril, o locutor Joanderson foi responsável por dois programas sequenciais e, durante um breve momento ocorreram algumas interações com aqueles que acompanhavam a programação via Facebook; o apresentador também aproveita o momento e convida os ouvintes para acompanhar e participar da programação através do Facebook.

Na segunda transmissão, do dia 17 de abril, ocorreram interações com ouvintes via telefone e áudios enviados através do Whatsapp e assim o interagente da transmissão no Facebook é ignorado. Durante o programa seguinte, Nova Oportunidade, comandado por Edivaldo a interação também foi deixada de lado e o programa seguiu sem dar a devida atenção aos 48 comentários recebidos. Ao longo das transmissões, um fator crucial é esquecido:

o público que acessa um programa audiovisual multimídia é diferenciado, mais dispersivo, tem uma relação não-linear com a imagem. Ele está habituado a uma atitude mais ativa, determinada pelo contato com outros meios de comunicação como a internet mediada pelo computador, celulares ou games. A informação, para

---

ele, segue um fluxo fragmentado, dividido (CASTRO; FREITAS, 2010).

Durante o último dia de análise, 18 de abril, pouca coisa mudou: as interações pelo Facebook continuavam sendo ignoradas, limitando às ligações por telefone e a duração da transmissão tão extensa quanto as anteriores.

## **CONSIDERAÇÕES FINAIS**

Com esta análise, é possível perceber que, no Facebook, as emissoras conquistaram mais um meio para impulsionar sua programação, passando a utilizar de maneira mais ativa tal meio, dando aos seus ouvintes novos canais de participação. A medida que essas redes crescem de maneira exponencial nos últimos anos, os meios de comunicação tradicionais, como o rádio, fazem uso de suas potencialidades através da convergência desses dois meios. Como afirma Barros (2009), as tecnologias e linguagens são mescladas em tal cenário, resultando assim em inovação e praticidade para o ouvinte.

É do nosso conhecimento que a transmissão no Facebook é algo relativamente novo e que ainda está em fase de testes para as emissoras aqui analisadas, mas alguns fatores são significativos para a eficácia das transmissões realizadas na rede: medidas simples como melhor posicionamento de câmera, menor duração das transmissões, efetivação de interação com os usuários da rede, podem ser trabalhados de maneira rápida e podem trazer maior eficácia e até mesmo, maior alcance dos interagentes, nas redes sociais.

Em nosso diálogo com Osmar Queiroz ele fez um questionamento bastante pertinente “quem sabe essas mídias serão mais fortes que o próprio rádio no futuro? Ou será o próprio rádio?”. De fato, com a cultura da convergência avançando cada vez mais no nosso cotidiano o futuro das mídias é bastante incerto e não muito claro já que na cultura da convergência, rádio, redes sociais, televisão, nenhuma mídia tem "futuro": todas se convergem, andando lado a lado, mídias antigas e novas, gerando assim novas experimentações.

De qualquer forma, é positiva a disposição e interesse de duas emissoras locais tão distintas na ferramenta, reconhecerem o potencial dela e tentarem, mesmo que de maneira experimental e não aproveitando todas as potencialidades oferecidas pelo Facebook, investir um pouco do seu tempo para levar a programação do rádio às redes e as pessoas dos mais diferentes lugares.

## REFERÊNCIAS

- BARROS, Laan Mendes de. **Tecnologias e culturas híbridas no contexto latino-americano**. In: Anais do XXXII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, 4 a 7 de setembro de 2009, Curitiba: comunicação, educação e cultura na era digital. São Paulo: Intercom, 2009. Disponível em: <<https://goo.gl/k0mWsA>>. Acesso em: 9 abr. 2017;
- BIANCO, Nelia R. Del. Entrevista. In: PINHEIRO, Elton Bruno Barbosa. **Rádio Digital: desafios presentes e futuros**. Monografia: UFPB, 2009;
- CARDOSO, Gustavo. **Da comunicação de massa para a comunicação em rede**. In: CARDOSO, Gustavo; CÁDIMA, Francisco Rui; CARDOSO, Luís Landerset (orgs.). **Media, redes e comunicação: Futuros pensantes**. Lisboa: Quimera, 2009. P. 15-49;
- CASTRO, Cosette; FREITAS, Cristiana. **Narrativa Audiovisual para Multiplataforma - Um Estudo Preliminar**. In: Revista Portcom, Ano 3, n.1, jan. – abr. 2010;
- FERRARETTO, Luiz Artur. **Possibilidades de convergência tecnológica: pistas para a compreensão do rádio e das formas do seu uso no século 21**. In: CONGRESSO BRASILEIRO DA CIÊNCIA DA COMUNICAÇÃO, 30, 2007, Santos. Anais... Santos, 2007. Disponível em: <<https://goo.gl/yqgsWo>>. Acesso em: 9 abr. 2017;
- JENKINS, Henry. **Cultura da convergência**. São Paulo: Aleph, 2009;
- KISCHINHEVSKY, M. **Radiojornalismo comunitário em mídias sociais e microblogs: circulação de conteúdos publicados no portal RadioTube**. Estudos em Jornalismo e Mídia. v. 9, n. 1, jan-jun.2012. p. 136-148;
- LEMOS, André. **Cibercultura, tecnologia e vida social na cultura contemporânea**. Porto Alegre: Sulina, 2008;
- LOPEZ, D. C. **Radiojornalismo hipermidiático: tendências e perspectivas do jornalismo de rádio all news brasileiro em um contexto de convergência tecnológica**. 301 f. Tese de Doutorado em Comunicação e Cultura Contemporâneas, UFBA, Salvador, 2009;
- LÉVY, Pierre. **Cibercultura**. São Paulo: Editora 34, 1999;
- PRATA, Nair. **Webrádio: Novos gêneros, novas formas de interação**. Belo Horizonte, 2008. Tese (Doutorado em estudos linguísticos da Faculdade de Letras da Universidade Federal de Minas Gerais). Disponível em: <<https://goo.gl/cAeNje>>. Acessado em 05 abr. 2017;
- RÁDIO LÍDER. **A rádio**. Disponível em: <<http://afmlider.com.br/a-radio/>>. Acesso em: 08 abr 2017;
- RÁDIO TABAJARA. **A diversidade de conteúdo é nossa marca e nosso orgulho**. Disponível em: <<https://goo.gl/fFY4Xh>>. Acesso em 08 abr. 2017;
- ROCHA, Cleomar. O imanente e o inacabado: entre as dimensões sensível e pragmática da experiência na estética tecnológica. In: SANTAELLA, Lúcia; ARANTES, Priscila. (Org.). **Estéticas tecnológicas: novos modos de sentir**. São Paulo: Educ, 2008;
- SANTAELLA, L. **Comunicação ubíqua: repercussões na cultura e na educação**. São Paulo: Paulus, 2013;