

A evolução da transmissão do rádio em vídeo em emissoras populares do Rio de Janeiro e seus impactos na reconfiguração dos processos produtivos¹

Renata Victor²

Universidade do Estado do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, RJ

RESUMO

A proposta para este trabalho é mostrar a evolução da transmissão na internet, do rádio em vídeo pela webcam no estúdio, nas Rádios Tupi e Globo, no período entre maio de 2015 e março de 2017. O destaque é para o impacto dessa transmissão na reconfiguração das rotinas produtivas desse rádio expandido. Na metodologia foram aplicadas monitoramento da programação via internet; observação participante, e entrevistas semiestruturadas com comunicadores, produtores, sonoplastas, profissionais de web, gestores. O presente artigo é um recorte da dissertação de mestrado “A retomada do espetáculo radiofônico: como a webcam vem remediando a programação de emissoras populares no Rio de Janeiro.

PALAVRAS-CHAVE: rádio; produção; vídeo; remediação

Introdução

Emissoras de rádio investiram na instalação de webcam no estúdio para transmitirem pela internet o que acontece no habitat natural do radialista, A dinâmica gerou algumas readaptações, entre elas, na interação com o ouvinte, identidade do comunicador e a necessidade da reconfiguração das rotinas produtivas. Este artigo apresenta a evolução da transmissão da programação radiofônica em vídeo em duas emissoras chamadas populares, da região metropolitana do Rio de Janeiro: Rádio Tupi e Rádio Globo; e destaca alguns dos impactos no processo produtivo que levaram a reconfiguração dessa rotina. Digo alguns pois, este trabalho é um recorte da dissertação de mestrado “A retomada do espetáculo radiofônico: como a webcam vem remediando a

¹ Trabalho apresentado no GP Rádio e Mídia Sonora, XVIII Encontro dos Grupos de Pesquisas em Comunicação, evento componente do 41º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.

²Mestre do Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Universidade do Estado do Rio de Janeiro (PPGCOM/UERJ) e-mail: renatavictoronline@gmail.com.

programação de emissoras populares no Rio de Janeiro, concluída em julho de 2017, sob orientação do professor Marcelo Kischinhevsky.

Para chegar aos resultados foram aplicadas entre junho de 2015 e janeiro de 2017: entrevistas semi-estruturadas com profissionais das duas emissoras, entre eles, comunicadores, produtores, sonoplastas, profissionais de web e gestores; observação participante com visitas aos estúdios; e monitoramento da programação em vídeo na internet.

Esse lugar emergido de tecnologias que possibilitam novas construções narrativas, exigiu que o rádio se apropriasse de elementos parassonoros. Ele pode ser ouvido no celular pelas ondas FM e pelo aplicativo; nos canais de áudio da TV por assinatura; no computador; *tablet*; *notebook* etc. Pode ser ouvido ao vivo ou sob demanda. O ouvinte que está ligado nas ondas hertzianas também pode procurar informações no site, ver o vídeo que mostra o que acontece ao vivo no estúdio, vídeos produzidos pela reportagem, fotos, textos, hiperlinks, infográficos, fazer um comentário na rede social, compartilhar conteúdo, interagir com outros ouvintes, participar de promoção, mandar arquivo de áudio ou vídeo (que vai desde um alô, um anúncio de aniversário, até denúncias). O novo modelo conceituado de “rádio expandido” deve ser apreendido além das emissões eletromagnéticas.

De início, suportes não hertzianos como *web rádios* ou o *podcastinng* não foram aceitos como radiofônicos por parcela significativa da comunidade científica brasileira. Dentro do Grupo de Pesquisa Rádio e Mídia Sonora da Intercom, ocorreram debates intensos, opondo a visão singular à plural. No entanto, na atualidade, a tendência é aceitar o rádio como uma linguagem comunicacional específica, que usa a voz (em especial, na forma da fala), a música, os efeitos sonoros e o silêncio, independentemente do suporte tecnológico ao qual está vinculada (FERRARETTO, KISCHINHEVSKY, 2010, p. 1.010) (grifo do autor).

O veículo deixa de ser exclusivamente sonoro passando então a ser um rádio expandido. Esse novo conceito tem porta de entrada na ideia de remediação (BOLTER E GRUSIN, 1999) e “seria, portanto, a representação de um meio em outro”, e exige (re)adaptações empresariais, do ouvinte, e dos profissionais que precisam entender o alargamento de suas atividades. Lopez (2010) destaca preocupação com as novas demandas ao afirmar que:

O jornalista de rádio, além de compreender que seu principal compromisso é com a informação e com a narrativa sonora, deve compreender a importância da construção de uma narrativa multimídia no jornalismo contemporâneo. E deve ter em mente que esta nova configuração altera a sua rotina de produção. Isso

porque a estrutura de organização e a forma como os profissionais de comunicação e os empresários dos grupos de mídia veem o jornalismo neste contexto também passa por alterações (LOPEZ, 2010, p. 117).

Não se pode deixar de lado a possibilidade de expandir o conteúdo através dos elementos parassonoros, no entanto, o radiofônico “se caracteriza e se define, no conjunto dos meios, pelos processos comunicativos, pelos conteúdos e pelos tratamentos sonoros” (CEBRIÁN HERREROS, 2007, p. 23). É preciso ter em mente que o ouvinte pode ou não ter acesso à informação fora do dial, seja ela informativa ou de entretenimento.

Com isso, o rádio expandido tem o desafio de continuar sendo uma mídia de conteúdo sonoro, sem abrir mão das múltiplas possibilidades que a comunicação digital permite. Há a viabilidade de utilizar os chamados sites de redes sociais digitais³ como amplificadores de conteúdo. Mesmo tendo a consciência de que o sonoro é o eixo da informação radiofônica, o vídeo é uma ferramenta cada vez mais usada no rádio expandido. Por isso, “acredita-se que o vídeo – com características específicas e não com a estrutura fechada da produção audiovisual – e a infografia estão entre as principais produções a serem desenvolvidas neste novo rádio” (LOPEZ, 2010, p. 144).

Reconfiguração das redações

As mudanças tecnológicas fazem surgir novas formas de produção e, conseqüentemente, novas funções e atribuições dentro da emissora. O profissional precisa ser, a cada dia, mais familiarizado com as ferramentas tecnológicas e assumir múltiplas competências, como, por exemplo, dominar técnicas de produção e edição de áudio, imagem e vídeo. Entre as atividades, podemos incluir a alimentação do portal da emissora e redes sociais digitais.

Esse aumento de demanda não é um fenômeno exclusivo das rádios populares analisadas na pesquisa. Marcelo Kischinhevsky (2016) afirma que entender essa novidade “é um primeiro passo para compreender as novas lógicas que regem as rotinas de produção, distribuição e consumo do meio, mas, como visto, a convergência midiática é um processo complexo, de muitas facetas” (KISCHINHEVSKY, 2016. P. 53).

Em se tratando especificamente das mudanças trazidas pela convergência de mídias no campo profissional Marcelo afirma que:

³ Redes sociais digitais – Facebook e o *microblog* Twitter, por exemplo.

No âmbito profissional, cresceu a demanda por trabalhadores polivalentes, que assumiram diversas tarefas nas rotinas de produção. A carga horária aumentou, bem como a cobrança de produtividade. Repórteres de emissoras do segmento *All News* chegaram a entrar no ar, num único dia, com até 30 notas curtas sobre crimes, trânsito e outros temas de interesse local, geralmente municipalities pelos poderes públicos e suas máquinas de assessoria de comunicação. Passam também a gravar e editar as próprias reportagens sem a ajuda de um editor ou de um operador, sendo cada vez mais responsáveis pelo produto final (KISCHINHEVSKY, 2016. P. 54).

O jornalista, o produtor e o comunicador, que antes se relacionavam com o ouvinte por carta e telefone, agora precisam checar o “fale conosco” do site, Facebook, WhatsApp e demais redes sociais usadas pela emissora. É ele quem faz a foto, edita, coloca legenda, posta, responde aos comentários. Surgem novas demandas, e entre as atividades, as que estão vinculadas à produção e distribuição de informação na rede.

É importante evidenciar que a presente pesquisa tem enfoque na análise da reconfiguração das rotinas produtivas diante da remediação da linguagem radiofônica, propiciada pela webcam no estúdio, entretanto, houve a necessidade de abordar o conteúdo disponibilizado nas redes sociais digitais, dando destaque ao Facebook, e suas *lives*.

Do início dos anos 2000 pra cá, o profissional que não conseguiu se adaptar a essas novas demandas produtivas e adquirir múltiplas competências foi gradualmente deixando as redações. Na visão de Sodré (2001), essa transformação mudou o perfil do jornalista que precisa adaptar-se às novas demandas “ou vai ficar submerso pela internet”. O raciocínio vale para toda equipe, incluindo jornalistas, produtores e comunicadores.

Ao longo da pesquisa, foi observado um considerável número de afastamentos de profissionais listados no perfil inicial de possíveis entrevistados. Portanto, indo ao encontro do que diz Debora Lopez (2011, p. 140) sobre a nova demanda nas redações, em consequência do jornalismo hipermediático, “atualmente, compreende-se a produção jornalística a partir da convergência – de conteúdo, profissional, tecnológica e de gestão”.

A autora completa:

São mudanças, metamorfoses, revisões na configuração e nas práticas do jornalismo radiofônico. Pode-se dizer que este é o momento que, historicamente, demanda mais reflexões e pró-atividade dos comunicadores e gestores do rádio que, se perderem o *timing* para se atualizarem e acompanharem as tendências, podem levar a um envelhecimento do veículo (LOPEZ, 2011, p. 111).

A demanda de conteúdo fora do dial já faz parte do cotidiano, e isso inclui pensar o rádio em seu conceito expandido, de forma multimídia e convergente. O desafio é ter o áudio como carro-chefe, sem perder a oportunidade de experimentar novos formatos e possibilidades de interação. Há novas formas de escuta que demandam adaptações e reformulações para atender à nova audiência, que almeja ouvir, participar, ler, assistir, curtir e compartilhar.

Os ouvintes são distribuidores – ou potenciais distribuidores – do conteúdo disponibilizado na rede fazendo com que a emissora perca o controle de onde e como esse material circula. Ele passa a ser também um colaborador da produção e do jornalismo e é estimulado ao envio de pautas, informações sobre o trânsito, cidade, denúncias. Não é incomum ouvir na programação chamadas de participação via WhatsApp, Facebook e Instagram, por exemplo.

Sônia Caldas Pessoa discorre sobre o empoderamento sutil do ouvinte no radiojornalismo, e ao refletir sobre essa nova audiência aponta os desafios de uma cultura além da escuta e salienta que:

As próprias emissoras de rádio têm se valido da colaboração do público na cobertura cotidiana, o que continua garantindo agilidade no mercado jornalístico e constituindo-se como alternativa às dificuldades econômicas para a produção, além de uma suposta aproximação com a audiência. O uso de perfis em redes sociais *online* e de aplicativos para a comunicação direta entre ouvintes, produção e emissoras, permite aos ouvintes vislumbrar papéis outros. Eles alternariam, por meio destas ferramentas, o lugar de fonte e o lugar de produtor da notícia. Podem, assim, ser alçados ao *status* de colaborador sem, no entanto, serem alijados do seu lugar primeiro, o da escuta (PESSOA, 2016, p. 365)⁴.

O alargamento da possibilidade de escuta traz para o veículo o desafio de atender à necessidade do consumo sob demanda. O ouvinte tem a viabilidade de consumir informação em múltiplas plataformas e de maneira convergente. Assim sendo, carece ao rádio permitir também o consumo de acordo com as possibilidades de escuta e combinações de informações, no dial e fora dele, de material sonoro e parassonoro, conforme ânsia do ouvinte-internauta.

Breve histórico da evolução da transmissão do áudio em vídeo pela internet das rádios Tupi e Globo

⁴ Disponível em: <<http://200.144.189.84/ebooks/arquivos/estudos-radiofonicos-no-brasil.pdf>>.

A primeira transmissão oficial da Rádio Tupi foi em setembro de 1935 com o apelido “cacique no ar”, no prefixo PRG-3 (G-3) e a escuta exclusiva pelo dial ocorreu por seis décadas, até a primeira transmissão de áudio pela internet em *broadcasting*, em 1997. No aniversário dos 70 anos da rádio, 25 de setembro, o presente foi o transistor digital. A programação do AM passou a ser transmitida simultaneamente no FM, em 01 de junho de 2009, pela 96.5, antiga Nativa FM, que migrou para 103.7. Em 2012, inovou com o serviço *on demand* no site, disponibilizando 24 horas de programação. Ficam disponíveis os últimos sete dias, em frações de uma hora. No mesmo ano lançou o aplicativo de celular Super Tupi. Hoje dispõe de página em redes sociais digitais, como o Facebook⁵, Twitter⁶, YouTube⁷ e Instagram⁸. Possui também um dos grandes portais de rádio na internet.

Em 18 de junho de 2014, a emissora passa a funcionar no endereço atual, em São Cristóvão⁹, deixando para trás o antigo prédio na Gamboa¹⁰. A nova instalação conta com estúdios modernos e equipamentos de última geração. No entanto, uma suposta crise leva a empresa a atrasar salários. O ano de 2016 foi marcado por paralisações e demissões. Só em julho foram desligados 58 funcionários. Em meio à reestruturação da programação, saem do ar, das 20h às 6h, programas informativos, como Sentinelas da Tupi e Tupi Notícias. Em dezembro foram 4 greves com períodos crescentes fora do ar, tendo o ápice no dia 30, quando a emissora ficou 35 dias fora do ar, voltando apenas em 4 de fevereiro de 2017. Foi informado no site da ABI¹¹, e no site Comunique-se¹², que a Super Rádio Tupi foi vendida para o empresário Paulo Masci Abreu, que adquiriu parte do grupo Diários Associados. Houve mudanças na grade de programação em 29 de maio, o comunicador Antônio Carlos (e parte da equipe) assume o horário matutino, e Alexandre Ferreira passa a animar as madrugadas.

A rádio Tupi foi a primeira a transmitir pela internet as imagens do que acontece dentro do habitat natural do radialista pela webcam, em 2009. Nenhum dos funcionários

⁵ Disponível em: <www.facebook.com/radiotupi>.

⁶ Disponível em: <twitter.com/radiotupi>.

⁷ Disponível em: <www.youtube.com/user/tupiamfm>.

⁸ Disponível em: <www.instagram.com/radiotupi>.

⁹ Rua Fonseca Teles, 189, São Cristóvão.

¹⁰ Rua do Livramento, 189, 8º andar, Gamboa.

¹¹ Disponível em: <<http://www.abi.org.br/super-radio-tupi-e-vendida-e-deve-mudar-de-nome/>>. Em 06/01/2017>. 2017.

¹² Tela que aceita comando com o toque dos dedos.

¹² Disponível em: <<http://portal.comunique-se.com.br/super-radio-tupi-e-vendida-e-deve-mudar-de-nome/>>. Acesso em: 05 jan. 2017.

entrevistados soube afirmar a data exata. As primeiras imagens lembravam as de câmeras de vigilância, com baixa qualidade e sempre estáticas. Os vídeos podiam ser vistos 24 horas, sem interrupção. O enquadramento era o mesmo, contemplando a mesa do comunicador em plano aberto.

O antigo prédio na Gamboa foi substituído por um novo e bem equipado, em São Cristóvão, em 19 de junho de 2014. O estúdio principal ganhou mais espaço, mesa digital para operação, computadores com monitor *touch screen*¹³, e três câmeras digitais com mesa de controle. Embora o equipamento de transmissão possibilite muitos recursos, não houve mudança representativa na dinâmica das imagens transmitidas, apenas uma melhora na qualidade da imagem. Ao longo do monitoramento, a mesa sempre aparece em plano aberto mostrando todos os lugares. No painel digital, novidade do novo estúdio, revezam artes com dizeres como: “O Rio é a Tupi”, “Tupi, rádio danada de boa!”, o número do WhatsApp, o logo da emissora etc.

Novidades foram implantadas na transmissão do programa de rádio em vídeo a partir de 26 de abril de 2017, quando o vídeo também é transmitido pelo Facebook. Um programa por dia é escolhido e este tem transmissão simultânea no site e em *live* do Facebook. Nestes casos, a transmissão recebe uma atenção especial da equipe de TI, que faz um trabalho de enquadramento e corte dando dinâmica à transmissão.

Com a transmissão simultânea no site e no Facebook, é possível constatar uma maior interação entre o comunicador e os ouvintes-internautas. Antes, a interação existia, mas o internauta precisava abrir mais de uma janela para a ação. Agora, em uma única janela, a da rede social, ele pode ver e comentar. Não foi feito um estudo quantitativo ou qualitativo dos comentários nas *lives*, mas se pode afirmar que essa nova dinâmica facilita a comunicação entre internauta e emissora.

Outra novidade é que a narração esportiva, a partir de março de 2017, também passa a ser transmitida da cabine do estádio (até o momento a transmissão era feita apenas em estádios de futebol no município do Rio quando há narração da cabine). Sendo assim, há a possibilidade de ver na tela o narrador esportivo no estádio e, quando ele aciona um repórter ou produção no estúdio, há um corte de câmera que enquadra quem foi chamado. O futebol é transmitido simultaneamente no site e no Facebook e disponibilizado no YouTube. Até o momento, os programas com essa dinâmica são: a narração esportiva e

¹³ Tela que aceita comando com o toque dos dedos.

o “Show do Pedro Augusto”. Os demais são disponibilizados pelo site 24 horas e pelo Facebook, com base em tabela semanal divulgada no site.

A rádio Globo foi a primeira emissora de rádio das organizações Globo, sendo inaugurada por Roberto Marinho, em 2 de dezembro de 1944. Ao sair da frequência 1180 AM para a 1220 AM, em 1976, ela passa a ser ouvida em todo o Brasil, com maior amplitude no turno da noite. Como estratégia do Grupo Globo, a Rádio CBN – Central Brasileira de Notícias – entra no ar em 2001 com foco em jornalismo, e a Rádio Globo passa a ter um perfil ainda mais direcionado para o segmento popular com prestação de serviço e entretenimento. A transmissão em rede via satélite começa em 2001 com a “Rádio Globo Brasil”. Em 2009, a identidade visual – a logo – da emissora se desvincula a da TV Globo e passa a usar o slogan “Bota Amizade Nisso”. Pouco tempo depois, em 2013, a nova direção comandada por Bruno Thys regionaliza a programação reforçando a identidade com o Rio de Janeiro, o futebol e notícias locais. Em 2016, o futebol passa a ser conduzido pela “Seleção Rádio Globo/CBN”, com a unificação das equipes. Em dezembro, a Rádio Globo Minas e Rádio Globo Curitiba encerram as transmissões e as duas passam a retransmitir a programação da CBN.

No final de 2016, início de 2017, com o enfoque na audiência FM e *online*, são divulgados planos para uma “Nova Rádio Globo”, que inclui um perfil mais jovem do público. Mudanças na grade foram apresentadas, tais como a saída dos comunicadores Antônio Carlos e Alexandre Ferreira e mudança de horário do Padre Marcelo Rossi (que foi para a madrugada). Na lista de contratados estavam: o ator e apresentador de TV Otaviano Costa (diretamente de um estúdio montado no Projac), Maria Júlia Coutinho (a moça do tempo do “Jornal Nacional”), a atriz Mônica Martelli, o cantor Léo Jaime.

Em matéria divulgada pelo jornal *O Globo*¹⁴, Marcelo Soares, diretor-geral do Sistema Globo de Rádio, explica que a mudança na programação foi fruto de um estudo que levou em conta o mercado de rádio para entender as necessidades e vontades dos ouvintes do Brasil. Porém, em matéria publicada no portal de notícias SRZD¹⁵, o motivo da reestruturação da emissora foi divulgado para os funcionários no final de 2016, em um comunicado natalino do diretor-geral da Som Livre e do Sistema Globo de Rádio, Marcelo Soares. Leia a carta na íntegra, conforme divulgado pelo portal SRZD:

¹⁴ Matéria *O Globo*, publicada em 06/06/2017. Disponível em: <<https://oglobo.globo.com/cultura/radio-globo-se-renova-ganha-uma-nova-programacao-21435324>>.

¹⁵ Depois de demissões, Rádio Globo será relançada em 2017. Matéria publicada em: 07/12/2016. Link de acesso: <<http://www.srzd.com/brasil/demissoes-radio-globo-relancamento-2017/>>.

Pessoal, estamos chegando ao fim de um ano muito duro. Como boa parte do país, também nós sofremos em 2016 com uma grande crise econômica que resultou em metas não atingidas. O mercado teve um desempenho no ano abaixo de expectativas que já não eram boas e, apesar de toda disciplina de gastos que conseguimos manter, ficamos muito distantes dos nossos objetivos financeiros. Os ajustes iniciais que fizemos em 2016 não foram suficientes para reverter uma tendência negativa que se iniciou já faz algum tempo. Por isso, tivemos que fazer agora ajustes mais profundos que infelizmente incluíram a demissão de um grupo muito grande de funcionários. É um momento difícil que exige decisões igualmente difíceis, mas necessárias para recuperar a força do SGR.

Apostamos em um 2017 melhor e assim, junto com as medidas mais duras, vamos também tomando uma série de decisões estruturantes. Estamos preparando a Rádio Globo para um grande relançamento em 2017, em uma operação inicialmente concentrada em Rio e São Paulo, por isso o fechamento da Rádio Globo BH. Estamos afiando as grandes qualidades da CBN para que continue sendo a referência de credibilidade que sempre foi. Estamos orgulhosos dos resultados atingidos pela BHFm que fecha o ano batendo metas de audiência e receita, e continuaremos investindo nela. Estamos desenvolvendo um plano sólido de distribuição digital que nos ajudará a competir no desafiador cenário dos próximos anos. Estamos investindo em infraestrutura como há muito não fazíamos. Em resumo, estamos preparando nossa equipe e nossos processos para conduzir o SGR pelos próximos tempos.

Ficam aqui nosso profundo respeito, agradecimento e melhores votos para aqueles que muito fizeram pela empresa e que não continuam conosco. Para os que seguem no time, peço otimismo e determinação para superarmos nossos imensos desafios.

Continuo acreditando no futuro do rádio e tenho a convicção de que podemos ser muito mais relevantes do que somos hoje. Temos talento, disposição e genética para ser a maior empresa de rádio do Brasil. Essa é a nossa meta, nada menos que isso. Abraços, Marcelo (SRZD, publicado em 07/12/2016).

A nova grade entrou no ar, em caráter experimental, em 05 de junho, apenas para internet e aplicativo. Em 12 de junho de 2017, a Nova Rádio Globo entra no ar no dial. A transmissão dos vídeos pela webcam do estúdio começou na Rádio Globo em 2009, aproximadamente 3 meses após a Tupi iniciar a atividade. No início, era de uma Sony doméstica, com imagem de baixa qualidade, e o que se via na tela mais parecia com imagens de monitoramento de segurança, com quadro estático, em plano aberto.

Em 13 de julho de 2012, novas câmeras começaram a transmitir em fase de teste, imagem em qualidade HD, com muitas possibilidades de corte, enquadramento e até cenário virtual. No dia seguinte, 14 de julho, o Estúdio Rafael Marques recebe a presença do repórter esportivo homenageado no programa “Manhã da Globo”¹⁶. O jovem ficou internado por 9 meses, lutando pela vida, após um quadro de septicemia. Roberto Canázio conversou, ao vivo, com o diretor de Mercado e Novos Negócios Zé Luiz Nascimento –

¹⁶ Vídeo do programa em homenagem ao jornalista Rafael Marques na inauguração do estúdio que recebe seu nome, em 2012. Disponível em: <<https://www.youtube.com/watch?v=aX68MhNullU>>.

que representou a direção, a equipe médica que cuidou de Rafael, a família do jovem e jornalistas que o recepcionaram com muita emoção. E foi com esse apelo que as novas câmeras começaram a operar.

São três câmeras, duas atrás da mesa do operador e uma na lateral do estúdio, próxima à mesa da produção que fica de frente para a arquibancada. O estúdio novo conta com uma estética moderna, mais iluminada, ganha uma arquibancada para acolher ouvintes visitantes, um painel com a nova logo da emissora, mesa do comunicador confortável com seis microfones, mesa de operação de última geração com monitores *touch screen* e mesa de corte das câmeras. Mas, apesar de toda tecnologia, a imagem transmitida em vídeo, 24 horas no site da emissora, continua sendo, no geral, em plano aberto e estática.

Como o monitoramento do vídeo começou a ser feito a partir de 2014, de forma aleatória, e a partir de maio de 2015, com orientação para a pesquisa, pode-se dizer que, nesses dois anos, o equipamento de transmissão era subutilizado, visto que, em raras exceções, a imagem era sempre de plano aberto, contemplando a mesa do comunicador, e a logo da emissora ao fundo. Raras eram as exceções em que se observava dinâmica das imagens. Contudo, seria errôneo dizer que, em nenhum momento, os comunicadores interagiram com a câmera.

Algumas imagens causaram estranhamento como, por exemplo: discussões; a equipe de serviços gerais recolhendo lixo no estúdio e passando na frente da câmera. Outra cena que chama atenção é o estúdio vazio, apagado, com programa gravado simulando ao vivo com hora certa. E na tela o que se vê é o estúdio escuro, com a mesa do comunicador sem ninguém e, de vez em quando, passa alguém da produção, o operador ou o faxineiro. Em 2015, os programas da madrugada de sábado eram gravados e o estúdio ficava sempre vazio.

No segundo semestre, apareceram as primeiras cartelas inseridas na tela para não mostrar o estúdio às escuras. Os programas diurnos também começaram a apresentar as cartelas nos *breaks* comerciais, ou em quadros específicos, por estarem gravados simulando o ao vivo, ou por apresentarem características em que a transmissão do vídeo não seria positiva. No último trimestre de 2015, surgem as primeiras legendas abaixo do vídeo com informações jornalísticas curtas e indicações da grade de programação. As cartelas foram ficando cada vez mais presentes no vídeo até que, em março de 2016, a Rádio Globo decide suspender a transmissão em vídeo pelo site.

No final de 2016, começaram a surgir transmissões esporádicas. Na opinião de Rafaela Araújo¹⁷, assistente de mídias sociais, eram em caráter experimental e apenas trechos de programas com convidados ilustres. Os vídeos não passavam de 15 minutos e podiam ser vistos em *live* do Facebook. Nessa época, segundo Alex Calheiros¹⁸, apresentador vascaíno do “Pop Bola”, o programa já fazia *lives* com certa frequência (aproximadamente duas por semana) e produzia vídeos externos que, publicados na linha do tempo da rede social oficial do programa, não da emissora.

No início de 2017, as cartelas mudaram, passando a informar uma grade de transmissão simultânea no site e no Facebook. De segunda a sexta um programa por dia é transmitido em vídeo e com uma dinâmica mais parecida com a da TV. Agora a responsabilidade pela transmissão é da equipe de web e não mais dos operadores ou da produção. Há um pensar em conjunto do que será transmitido e como. Entretanto, é a equipe de web que senta no estúdio para operar a transmissão em vídeo, programar enquadramentos, fazer cortes, escrever legendas etc. São transmitidos somente programas com conteúdo que justifique abrir as câmeras, entre elas, a presença de um famoso ou uma atividade específica. Ainda no primeiro trimestre de 2017, o cenário do estúdio sofre nova mudança com painel (que lembra o de um telejornal), com nova logo e iluminação pensados para a transmissão de vídeo dentro do estúdio.

Considerações

É importante lembrar que este artigo traz algumas das observações feitas em um trabalho maior de mestrado. No percorrer da pesquisa observou-se que, de modo geral, o vídeo foi “se adaptando” ao longo do tempo. A Rádio Globo, que passava por um período de reformulações, demonstrou um número maior de ações em relação às possibilidades de transmissão. Entre as experiências houve o uso de cartelas, letreiros informativos e um período considerável sem a transmissão de vídeo até a retomada com as *lives* no Facebook. Já a Rádio Tupi demorou um pouco mais para levar novidades aos internautas, talvez pelo fato de ter passado por períodos difíceis em sua administração, principalmente em 2016, com grande número de demissões e algumas paralisações.

¹⁷ Araújo, Rafaela. Assistente de Mídias Sociais, na Rádio Globo. Entrevista realizada pessoalmente, no dia 16/01/2017. Entrevista realizada por telefone, no dia 29/05/2017.

¹⁸ CALHEIROS, Alexandre. Apresentador do “Pop Bola”, na Rádio Globo. Entrevista realizada pessoalmente, no dia 16/01/2017. Entrevista realizada por telefone, no dia 29/05/2017.

A Tupi começa a fazer *lives* com um pouco mais de dinâmica no vídeo com corte e diferentes enquadramentos, em janeiro de 2017. No entanto, essa transmissão acontece em apenas um programa por dia – conforme divulgado na tabela de programação de *lives* – com as imagens das câmeras do estúdio. Há maior investida nas narrações esportivas feitas nas cabines dos estádios de futebol do município do Rio e no “Show do Pedro Augusto”. Segundo a equipe Web, estes foram escolhidos por apresentarem um público ativo no Facebook, que interage nas redes sociais e circula pela internet à procura de novidades. Por isso, as *lives* desses dois programas vão para o Facebook e depois são disponibilizadas no YouTube.

No início, o uso do vídeo era, em certa medida, apenas mais um espaço para o ouvinte sanar a curiosidade (como é o comunicador, alguém da equipe, um convidado, o estúdio) do que um lugar para interação. Com as *lives* há maior interação entre internauta e emissora, uma vez que em apenas uma janela o internauta vê, comenta, curte e compartilha sem precisar necessariamente circular em outras páginas. Isso não anula o fato de a *live* poder levar o internauta a outras redes sociais, ao site e a uma escuta no dial, por exemplo.

As duas emissoras passam por um momento em que precisam de reestruturação para se adaptar ao novo cenário em que a comunicação está inserida. Com isso, cada uma optou por estratégias diferentes. Na Tupi, um grande número de profissionais foi demitido, principalmente entre 2016 e início de 2017. A emissora está funcionando com um número reduzido de profissionais. Poucas contratações foram feitas. Já a “Nova Rádio Globo”, que também reduziu o número de funcionários, escolheu contratar atores, jornalistas e apresentadores da TV para seus microfones, como Otaviano Costa, Mônica Martelli e Tiago Abravanel. No esporte, houve a unificação Globo e CBN com a chamada Sinergia do Grupo Globo, com a estreia de Alex Escobar, Júnior Casagrande, Juninho Pernambucano, Roger Flores e outros nomes.

Em certa medida, pode-se afirmar que na Rádio Globo há um processo contrário do que aconteceu nos anos 50 e 60, onde artistas do rádio foram para a TV. A Tupi preferiu continuar com uma programação muito similar ao que já vinha fazendo, ou seja, o modelo popular talk porém, reforça a importância do comunicador nos nomes dos programas. O “Show da Manhã, por exemplo, passa a se chamar “Show do Clovis Monteiro”. A grande maioria dos programas da grade da emissora leva o nome de seus comunicadores, exceto “Patrulha da Cidade”, “Radar Tupi” e os programas de esporte

“Tupi na Rede” e Giro Esportivo”. A sonoplastia é rica em aplausos e coros que fazem lembrar a ambiência dos grandes auditórios.

Quanto à presença de Otaviano Costa na programação da Rádio Globo, mesmo sendo um programa mais musical do que era de costume no horário matutino, a emissora construiu um estúdio no Projac para aproximar o rádio com o núcleo de TV e seus artistas. Esta pesquisa não se aprofunda nessa nova fase da emissora por uma questão de tempo, entretanto, aqui também se apresentam novas interrogações que merecem futuras investigações.

Entre adaptações nesse processo de reestruturação, hoje a produção radiofônica precisa prestar atenção em detalhes que eram primordiais na época dos programas de rádio dos grandes teatros, como, por exemplo, a vestimenta dos participantes, disposição em cena (onde sentar ou se posicionar para que o ouvinte possa ver melhor, ou não ver), iluminação, cenografia e objetos de cena, participação de artistas e celebridades ao vivo no estúdio. É incorreto afirmar que estas ações são pensadas igualmente ao que já foi um dia, no entanto, tais preocupações estão de volta e são, em certa medida, consequências da transmissão de programas de rádio em vídeo, ou ainda da utilização que a radiofonia faz do vídeo para transbordar o dial.

Referências

BOLTER, J. D. e GRUSIN R. *Remediation: understanding new media*, Massachusetts: MIT Press, 1999.

CEBRIÁN HERREIROS, Mariano. *Modelos de rádio, desarrollos e innovaciones: del diálogo y participación a la interactividad*. Madrid: Fragua. 2007.

FERRARETTO, Luiz Artur; KISCHINHEVSKY, Marcelo. **Rádio e convergência**: uma abordagem pela economia política da comunicação. Revista Famecos, Porto Alegre, v. 17, n. 3, p. 173-180, 2010. Disponível em: <<http://revistaseletronicas.pucrs.br/ojs/index.php/revistafamecos/article/viewFile/8185/5873>>.

LOPEZ, Debora. **Radiojornalismo Hipermediático**: tendências e perspectivas em um contexto de convergência tecnológica. Série Estudos em Comunicação. Covilhã: LabCom Books, 2010. Disponível em:

<http://www.academia.edu/542615/Radiojornalismo_hipermedi%C3%A1tico_tend%C3%Aancias_e_perspectivas_do_jornalismo_de_r%C3%A1dio_all_news_brasileiro_em_um_contexto_de_converg%C3%Aancia_tecnol%C3%B3gica>.

_____. **Rádio com imagens**: um estudo sobre o uso de vídeos em páginas de emissoras de rádio brasileiras e espanholas. Anais do 9º Encontro Nacional de Pesquisadores em Jornalismo. Rio de Janeiro: SBPJor – Associação Brasileira de Pesquisadores em Jornalismo, Universidade Federal do Rio de Janeiro, novembro de 2011.

PESSOA, Sônia Caldas. **O empoderamento sutil do ouvinte no radiojornalismo**: os desafios de uma cultura além da escuta, p. 357 a p.369. Estudos Radiofônicos no Brasil: 25 anos do Grupo de Pesquisa Rádio e Mídia Sonora da Intercom. ZUCULOTO, Valci, LOPEZ, Debora e KISCHINHEVSKY, Marcelo (org.), Coleção GP's E-books V 22.
<<http://200.144.189.84/ebooks/arquivos/estudos-radiofonicos-no-brasil.pdf>>.

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

SODRÉ, Muniz de Araújo Cabral. **Objeto da comunicação é a vinculação social**. PCLA, v. 3, n. 1, out./nov./dez. 2001. Não paginado Disponível em:
<<http://www2.metodista.br/unesco/PCLA/revista9/entrevista%209-1.htm>>.

Sites

<<http://www.tupi.am>>.

<www.facebook.com/radiotupi>.

<<http://radioglobo.globo.com>>.

<<https://www.facebook.com/RadioGloboBrasil/>>.

<<http://www.abi.org.br/super-radio-tupi-e-vendida-e-deve-mudar-de-nome/> Em 06/01/2017>.

<<http://portal.comunique-se.com.br/super-radio-tupi-e-vendida-e-deve-mudar-de-nome/>>.
Acesso em: 05 jan. 2017.

<<https://tudoradio.com/noticias/ver/16885-super-radio-tupi-retoma-programacao-no-rio-de-janeiro>>. Acesso em 04\03\2017.

Matéria O Globo, Disponível em: <<https://oglobo.globo.com/cultura/radio-globo-se-renova-ganha-uma-nova-programacao-21435324>>. Acesso em 06/06/2017.

Depois de demissões, Rádio Globo será relançada em 2017. Disponível em:
<<http://www.srd.com/brasil/demissoes-radio-globo-relancamento-2017/>>.
Acesso em: 07/12/2016.

Vídeo do programa em homenagem ao jornalista Rafael Marques na inauguração do estúdio que recebe seu nome, em 2012. Disponível em:
<<https://www.youtube.com/watch?v=aX68MhNuIIU>>.