

# AS TRANSFORMAÇÕES NA ESCUTA RADIOFÔNICA: DE AUDIÊNCIA À FONTE DE INFORMAÇÃO<sup>1</sup>

Filomena Salemmé<sup>2</sup>

**Resumo:** Este artigo se propõe a analisar as transformações no hábito da escuta do ouvinte influenciadas pela evolução tecnológica que deu mobilidade e interatividade ao rádio, além de utilidade pública como fonte de informação. De aparelho central da casa em sua Era de Ouro para ferramenta portátil nos dias atuais, destaque para os aparelhos celulares, que permitem um acesso ao rádio de qualquer lugar. Os estudos de Menezes (2007) e Baitello (2008) sobre o meio de comunicação em questão foram os escolhidos para servir de base para a pesquisa.

**Palavras-chave:** 1. Interatividade 2. Escuta radiofônica 3. *Habitus* 4. Mobilidade

## THE TRANSFORMATION IN LISTENING RADIO: FROM AUDIENCE TO INFORMATION SOURCE

**Abstract:** This article aims to analyze the changes in the habit of listening listener influenced by technological evolution that gave mobility and interactivity to radio, besides public utility as information source. From central apparatus of the house in its Golden Age for portable tool nowadays, especially mobile devices, which facilitate access to radio anywhere. Studies by Menezes (2007) and Baitello (2008) on the medium in question were chosen as the basis for research.

**Keywords:** 1. Interactivity 2. Listening radio 3. *Habitus* 4. Mobile

O ato de ouvir é inerente à vontade ou à disposição do indivíduo, ao contrário da imagem, que exige do expectador atenção e estado de espírito para receber e absorver a cena que está ilustrada à sua frente:

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

Criado no final do século XIX, o rádio, já na década de 30, trazia o mundo para dentro das casas. O aparelho se transformou em objeto de desejo das famílias, com uma presença constante no dia a dia da sociedade. Neste período, se inicia a chamada era de

---

<sup>1</sup>Artigo enviado na modalidade Rádio e TV

<sup>2</sup> Mestranda em Comunicação Social pela Faculdade Cásper Líbero. Grupo de Pesquisa Comunicação e Cultura do Ouvir. Email: filomenasalemmé2102@gmail.com

ouro do rádio, que compreende as décadas de 30 até meados da década de 50. Como explica Calabre (2002), as ondas sonoras cumpriram um papel social de destaque, criaram moda, inovaram estilos, inventaram práticas cotidianas e estimularam novos tipos de sociabilidade. As famílias se reuniam em torno do rádio, como se ele projetasse uma imagem. “Lançado como uma novidade maravilhosa, o rádio transformou-se em parte integrante do cotidiano. Presença constante nos lares, converteu-se em um meio fundamental de informação e entretenimento” (CALABRE, 2002, p.7 e 8).

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

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

### **O ouvinte e o rádio: vínculo**

A afinidade entre o ouvinte e o rádio tem parâmetros particulares que se distingue de outros meios de comunicação. “Ele é um veículo temível, porque não se pode ver quem ou o quê produz o som: um excitação invisível para os nervos” (SCHAFER apud MEDITSCH, 2005, p. 237). A ausência da imagem envolve características para a relação entre o emissor e o receptor que outras mídias como a televisão, o cinema ou a internet, que são audiovisuais, não apresentam. “O rádio, que como mídia sonora envolve todo o corpo, tem a capacidade de vincular os corpos e, em conjunto com outras mídias, possibilitar a sincronização da vida em sociedade” (MENEZES, 2007, p. 22). Continua o autor,

O ouvido, além de captar sons, isto é, perceber ondas de compreensão e rarefação propagadas através de um meio, também é responsável pelo sentido do equilíbrio. O ouvido também é de fundamental importância para o homem perceber a distância entre as coisas ou os indivíduos (MENEZES, 2007, p.34).

Harry Pross anunciou no final da década de 1960 que “toda comunicação começa no corpo e nele termina”. Sobre o tema, Baitello (2008) acrescenta que os meios

primordiais de comunicação, como os gestos, as fisionomias, as posturas e os odores partem do corpo:

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

O olho não precisa de outros sentidos para ter uma imagem completa do mundo, já ato de escutar também pode incitar o ouvinte a utilizar a imaginação, para que, por meio dela, a imagem derivada do som esteja completa. No entanto, essa ideia não é compartilhada por Arnheim (apud MEDITSCH, 2005, p. 62), que acredita que nada falta ao rádio para fornecer ao ouvinte o cenário em sua completude: “Pois a essência do rádio consiste justamente em oferecer a totalidade somente por meio sonoro”.

Pode se discutir se o mundo sonoro é rico o suficiente para nos fornecer representações autênticas da vida, mas se concordarmos com isso, mesmo com reservas, não pode restar nenhuma dúvida de que o visual deve ser deixado de lado, e que não deve nem mesmo ser contrabandeado através do poder de imaginação visual do ouvinte. As estátuas não precisam ser pintadas na cor da pele, e um programa de rádio também não precisa se fazer visível (ARNHEIM, apud MEDITSCH, 2005, p. 62).

Os vínculos entre o emissor e receptor se reforçam por meio dos sons. A palavra vincular que, no sentido literal, significa aquilo que liga ou estabelece relação, é utilizada neste texto (que discorre sobre a ligação entre o ouvinte e o rádio), como um vocábulo que expressa a união de dois espaços. “Vincular no sentido de se ter ou criar um elo simbólico ou material, constituir um espaço (ou um território) comum, a base primeira para a comunicação” (BAITELLO, 1997:p.86). Este elo simbólico pode ser frágil e exigir sempre atenção dos dois lados, como mostra Meditsch (1999, p. 152): “se o ouvinte desvia a atenção ou interrompe a emissão, para escapar de uma proximidade às vezes perturbadora, suspende junto a comunicação”.

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

O rádio propiciou a primeira experiência maciça de implosão eletrônica, a reversão da direção e do sentido da civilização ocidental letrada (McLUHAN, 2005). Esta afirmação do autor demonstra o poder deste veículo de comunicação na persuasão e no modo como influenciou e influencia a sociedade: “A famosa emissão de Orson Welles

sobre a invasão marciana não passou de uma pequena mostra do escopo todo-inclusivo e todo-envolvente da imagem auditiva do rádio” (McLUHAN, 2007, p. 337). Esta transmissão ao vivo da ficção convertida em formato jornalístico (inspirado na peça Guerra dos Mundos), que ocorreu em 30 de outubro de 1938 pelo programa Radioteatro Mercury, dirigido e apresentado por Orson Wells, na opinião desta autora, colocou o rádio como protagonista de uma época e foi o divisor de águas para evidenciar o poder e a credibilidade deste meio de comunicação. Meditsch (2008, p. 7) enfatiza no artigo “O pecado original da mídia” que, a partir deste evento, passou a existir mais precaução nas produções radiofônicas: “Desde então, os limites entre os diversos gêneros têm sido mais fortemente patrulhados, pelos códigos de ética e pelas legislações de radiodifusão de todos os países”.

Este comportamento no modo de escutar rádio como um ritual, com o horário e o local definidos, onde todos da casa (família) vivenciam a mesma atitude<sup>3</sup>, nos remete ao conceito de *habitus* de Bourdieu, que configura a predisposição para a ação. Ou seja, não é o que o indivíduo faz, mas é a predisposição a fazer o princípio gerador de fazer. A predisposição vem de uma trajetória social:

As estruturas constitutivas de um tipo particular de meio (as condições materiais de existência características de uma condição de classe), que podem ser apreendidas empiricamente sob a forma de regularidades associadas a um meio socialmente estruturado, produzem *habitus*, sistemas de disposições duráveis, estruturas estruturadas predispostas a funcionar como estruturas estruturantes, isto é como princípio gerador e estruturador das práticas e das representações que podem ser objetivamente reguladas e regulares (BOURDIEU, 1994, p. 60 e 61).

O vocábulo predisposição que, na definição literal, quer dizer disposição para contrair certas doenças ou certos hábitos, é muito adequado para este conceito (*habitus*), pois expressa o resultado de uma ação, uma maneira de ser, um estado habitual, em que o ouvinte, se predispõe, (empregando também o corpo físico), para o ato de ouvir o rádio. (BOURDIEU, 1994).

O *habitus*, no conceito de Bourdieu é composto de cada uma das experiências do indivíduo. Os indivíduos que residem na mesma casa e se reúnem para escutar o rádio têm histórias diferentes, formadas por determinadas condições sociais e culturais, o que os coloca em campos diferentes, de acordo com o conceito bourdieusiano. Porém, os mesmos se constituem em uma família, seja pelos laços sanguíneos, seja pelos laços afetivos, ou mesmo por dividirem o mesmo teto. O campo, na definição bourdeusiana, se

caracteriza como um espaço onde se manifestam as relações de poder e a estrutura deste campo se classifica entre dominados e dominantes, de acordo com o capital social. Este capital é formado por vários fatores: cultural, escolar, estético, linguístico e financeiro (material), que é ponto de partida:

Ao pólo dominante correspondem as práticas de uma ortodoxia que pretende conservar intacto o capital social acumulado; ao pólo dominado, as práticas heterodoxas que tendem a desacreditar os detentores reais de um capital legítimo (BOURDIEU, 1994, p.22).

Cada campo tem essência própria, sua autonomia, mas também se inter-relaciona com outros campos. No caso dos ouvintes de rádio, a ação de “ouvir” se refere a sujeitos de diferentes campos de atuação, além do campo profissional e o *habitus* é constituído, ainda, por outras estruturas, como familiares e religiosas, as quais têm também suas crenças e seus jogos simbólicos (KASEKER, 2012).

O *habitus* adquirido na família está no princípio da estruturação das experiências escolares, o *habitus* transformado pela escola, ele mesmo diversificado, estando por sua vez no princípio da estruturação de todas as experiências ulteriores (BOURDIEU, 1994, p.18).

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

A era móvel do rádio teve início com a chegada do transistor que revolucionou este veículo de comunicação. A tecnologia desenvolvida em 1947 por três cientistas da Bell Telephone Laboratories, em Nova Jersey, nos Estados Unidos (FERRARETTO, 2000), permitiu a redução do tamanho do aparelho e que o mesmo se libertasse da imobilidade:

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

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

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

### **A interatividade: Do telefone ao *whatsapp***

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

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

Essas transformações conferiram ao ouvinte uma nova atribuição: a de não apenas ouvir, mas de interagir com quem está do outro lado do aparelho. Esta nova função do ouvinte, como nos revela José Eugenio Menezes, faz parte de um imprevisível modelo orquestral de comunicação:

A inserção em uma teia de vínculos, que marca o uso do *medium* rádio, nos permite compreender que cada indivíduo participa da comunicação; mas do que ser sua origem ou ponto de chegada, cada cidadão integra um imprevisível modelo orquestral de comunicação (MENEZES, 2006 p.203).

O termo orquestral surge na Escola de Palo Alto em 1942 na Califórnia, Estados Unidos. O Colégio Invisível, como também era chamada, teve como um dos propulsores o antropólogo Gregory Bateson. Os pesquisadores de Palo Alto com formação antropológica entendem que cada ator social, dentro de uma cultura, é integrante de uma

orquestra onde cada membro toca e um se encaixa ao outro. “O modelo orquestral equivale, na verdade, a ver na comunicação o fenômeno social que o primeiro sentido da palavra traduzia muito bem, tanto em francês quanto em inglês: o pôr em comum, a participação, a comunhão” (WINKIN, 1998 p. 34).

Esta interação entre emissor e receptor já havia sido preconizada pelo dramaturgo alemão Bertold Brecht que, no artigo *Teoria do Rádio*, escrito entre 1927 e 1932, já avistava as potencialidades do então novo veículo de comunicação que estava surgindo:

É preciso transformar o rádio, convertê-lo de aparelho de distribuição em aparelho de comunicação. O rádio seria o mais fabuloso sistema de canalização. Isto é, seria se não somente fosse capaz de emitir, como também de receber; portanto, se conseguisse não apenas se fazer escutar pelo ouvinte, mas também pôr-se em comunicação com ele (BRECHT, 2005, p.42).

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

Para ilustrar um momento da história do rádio, vamos nos dispor do filme *Verdades que matam* (no original, *Talk radio*, 1988), dirigido por Oliver Stone. A película converte o rádio em imagens, transporta o ouvinte/expectador para o interior de um estúdio radiofônico e expõe os bastidores da “caixinha falante” com a veracidade que só o cinema que mescla a ficção e a realidade pode desvendar. Na tela, são revelados os mecanismos e as engrenagens que compõem e formam uma emissora de rádio, sem se esquecer dos mistérios que ficam ocultos e fazem parte da magia deste veículo sonoro. No livro de Jacques Aumont, *Teoria dos Cineastas*, é possível entender esta mistura de ficção e realidade como uma das características da arte cinematográfica:

O cinema escreve a realidade tal como ela escreveria a si mesma caso se escrevesse (sem escrita de tipo verbal). O cinema faz surgir em nosso pensamento categorias da realidade que nosso cérebro sozinho não percebeu bem ou congelou demais em leis universais. Essas duas teorias são, no fundo, variantes singulares de uma idéia mais ampla: a de que o cinema “revela” a realidade – faz com seja vista como é (AMOUNT, 2002, p.72).

“O rádio é seu vizinho, ninguém mais fala com ninguém”: a frase, pronunciada no longa em uma das cenas em que o locutor *Barry Champlain* da rádio KGAB interage com o ouvinte da cidade de Dallas no estado americano do Texas, revela o poder deste veículo como intermediador da sociedade. O apresentador é o personagem central desta

película rodada na década de 80. Na trama, que tem a mídia rádio como protagonista da história, o programa apresentado por Barry Champlain, *Conversa da Noite* (no original, *Talk tonight*), é um dos mais populares da cidade.

Este formato de programa radiofônico, em que o locutor ao dialogar com o ouvinte (utilizando ironia, sagacidade ou até mesmo a crueldade), opina e interfere na linha de pensamento do ouvinte, é uma configuração, como ressaltava Ferraretto, mais utilizada em Rádios americanas:

Programa de opinião”: o lado opinativo do apresentador predomina, tornando-se a atração principal, secundada por comentaristas e mesmo repórteres. Constitui-se por si só em uma visão quase pessoal da realidade, cujo sucesso está vinculado às polêmicas geradas pelo condutor do programa. É mais comum no rádio dos Estados Unidos, aparecendo na forma dos chamados *talk-shows*. (FERRARETTO 2013)

O filme que traz no enredo a proposição implícita e explícita de uma crítica a sociedade americana, propaga-se com uma bagagem ainda maior, quando revelado que a ficção é espelhada na realidade. O personagem central da trama, locutor Barry Champlain, foi inspirado na vida do radialista Alan Berg que trabalhou em várias emissoras em Denver no estado norte-americano do Colorado e, por último, na Newsradio 850- KOA-AM, emissora onde apresentava um talk show. O apresentador, de origem judaica, era polêmico por emitir suas opiniões no ar durante as conversas ao vivo com os ouvintes. Em 18 de junho de 1984, Alan Berg foi morto a tiros por um grupo racista denominado A Ordem (The Order).

O roteiro do longa foi adaptado do livro *Conversei com a morte. A vida e o assassinato de Alan Berg* (Talked to death - The life and murder of Alan Berg) do escritor Stephen Singular. A obra conta a trajetória do radialista Alan Berger, desde quando foi descoberto por um apresentador de rádio quando era um vendedor de ternos em uma loja, até o seu assassinato, após ser transformado em um dos mais famosos locutores de rádio em vários estados americanos. A adaptação da obra literária de Stephen Singular para o teatro e para o cinema foi escrita pelo ator e diretor Eric Bogosian que participa do filme interpretando o locutor Barry Champlain.

O filme é uma demonstração evidenciada da interatividade, essa comunicação de duas mãos entre o ouvinte e a locução radiofônica. O longa-metragem revela o rádio como um canal de comunicação com o público. No programa *Conversa da noite*, a audiência não é passiva. Pelo contrário, pois o ouvinte, por meio do telefone, interage e serve-se do



rádio como um parceiro, um amigo ou até mesmo uma válvula de escape para as angústias, medos e, além disso, utiliza-o ainda como um instrumento político para pleitear benefícios e reivindicar soluções para as mazelas da comunidade e da sociedade.

Se o transitor revolucionou o rádio, o telefone celular transformou e ampliou a relação entre emissor e receptor. A mobilidade do aparato telefônico permitiu ao ouvinte (no caso do rádio) ouvir o conteúdo radiofônico onde quiser e interagir com o meio onde estiver. Para apontar um exemplo dessa interação, como já preconizava Brecht, podemos citar o ouvinte que se transformou em repórter na década de 90, na Rádio Eldorado de São Paulo (emissora que faz parte do Grupo Estado).

Em dezembro de 1993, o jornalista Marcelo Parada, então diretor da emissora, estava à frente do microfone no comando de uma cobertura de início de férias com informações sobre a situação do trânsito nas ruas e nas rodovias. O celular havia chegado a São Paulo uns meses antes e, portanto, ainda era uma novidade. Nesse dia, chovia muito e o trânsito em várias vias e rodovias estava um caos. A reportagem da emissora estava nas ruas, mas não havia como realizar uma cobertura jornalística de todos os fatos que estavam acontecendo na cidade e principalmente prestar serviço ao ouvinte que estava naquele momento sem alternativas em meio a desordem nos caminhos da cidade. Neste contexto toca o telefone na redação, trata-se de um ouvinte que liga para rádio e informa que está parado em um congestionamento na Marginal do Tietê<sup>3</sup>. Imediatamente, surgiu a ideia de colocá-lo ao vivo no ar, para que o mesmo relatasse *in loco* o ocorrido (a transmissão da informação ao vivo só foi possível graças ao telefone celular que proporcionou mobilidade ao ouvinte). Após a entrevista com o ouvinte, o jornalista Marcelo Parada fez um chamado no ar para que outros motoristas que estivessem com telefone celular também ligassem para rádio para relatar a situação sobre o local onde estavam. A iniciativa foi um sucesso e continuou a partir de então, como uma marca registrada da rádio Eldorado:

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

---

<sup>3</sup> Importante via expressa que liga as Zona Norte e Sul da capital paulista.

Ao longo do tempo, as formas de interatividade foram se modificando no ritmo dos avanços tecnológicos e também dos hábitos e convívio social do ouvinte. Com o custo elevado das ligações e a proibição, por meio de legislação, de se falar ao celular enquanto se está ao volante<sup>4</sup> – e aqui cabe uma ressalva: na Capital paulista e também nos grandes centros, o ouvinte, em sua maioria, escuta rádio enquanto está no carro – a interatividade foi explorada em outros formatos: o email e o próprio telefone celular, com suas várias funções, ampliaram a interatividade do ouvinte com meio rádio. A mensagem de texto, SMS (Short Message Service), com uma tarifa menor, também foi uma das possibilidades de comunicação móvel utilizadas pelos ouvintes para a interação com o rádio. Essa interação, explica Bufara Junior (2009, p. 9) “coloca a emissora como a mediadora de um diálogo feito entre os ouvintes presos no congestionamento, dando a cada um a sensação de aproximação e solidariedade em torno de um problema comum”.

Por um período, o SMS se mostrou uma ferramenta ágil para a interação, já que a maioria das emissoras paulistas utilizou deste mecanismo não só como um canal de comunicação com o ouvinte, mas como instrumento útil para que as emissoras aferissem informalmente a audiência<sup>5</sup> com especificações como o gênero do ouvinte e local de onde ele fala, pois a mensagem de texto trazia informações a respeito do ouvinte sem custo.

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

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

---

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

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

As ferramentas de interação entre o rádio e a audiência se amplificam à medida que a tecnologia desenvolve novos mecanismos facilitadores para um o maior diálogo entre o emissor e o receptor, ou melhor, os protagonistas do diálogo. Esses novos dispositivos de comunicação são quase que imediatamente incorporados pelas emissoras para dilatar o relacionamento com o ouvinte. Um exemplo são as redes sociais conectadas, como *facebook* e o *twitter*, que já estão agregadas ao cotidiano das emissoras radiofônicas e também dos ouvintes. Os dois lados adotaram as redes sociais para a interação.

O mais recente instrumento tecnológico absorvido pelo meio rádio para interagir com a audiência é o *WhatsApp*<sup>6</sup>: um aplicativo de troca de mensagens instantâneas, porém com diferenças significativas em relação ao SMS (Short Message Service). Uma delas é o custo, pois o *WhatsApp* é gratuito; e outra diferença que o torna ainda mais próximo do rádio é a possibilidade de gravação de mensagem em áudio. O impacto da chegada deste novo mecanismo de interação ainda precisa ser estudado e pesquisado, uma vez que as rádios passaram a utilizá-lo somente a partir de 2014. Contudo, mesmo ainda sem uma base de dados de análise dos efeitos desse mais novo aparato tecnológico para a radiodifusão, dois sinais já se mostram em evidência: Em primeiro lugar, o aplicativo (*WhatsApp*) está se revelando útil na prestação de serviços e um segundo ponto a ser ressaltado é que sua instantaneidade e gratuidade estão estimulando os ouvintes, que aumentaram a interação e passaram a reportar problemas da cidade, como transporte, segurança e até fatos do cotidiano. Isto é, o ouvinte deixa de ser somente parte de uma audiência para se transformar em uma fonte de informação.

## Referências

BAITELLO, Norval, Corpo e Imagem: Comunicação, ambientes e vínculos. In: RODRIGUES, David (org) **Os valores e as atividades corporais**. São Paulo: Summus Editorial, 2008.

\_\_\_\_\_ O animal que parou os relógios. São Paulo: Annablume, 1997

BOURDIEU, Pierre. **Sociologia**. (org) Renato Ortiz, Ática, 1994.

---

<sup>6</sup> WhatsApp Messenger é um aplicativo de mensagens multiplataforma que permite trocar mensagens pelo celular sem pagar por SMS. Está disponível para iPhone, BlackBerry, Android, Windows Phone, e Nokia e esses telefones podem trocar mensagens entre si! Fonte: [Whatsapp.com](http://Whatsapp.com)

BRECHT, Bertold. Teoria do rádio. In: MEDITSCH, Eduardo (org). **Teorias do Rádio – Textos e Contextos**. Florianópolis: Insular, 2005.

BUFARAH JUNIOR, Alvaro. **O radiojornalismo brasileiro diante das ferramentas de interação da WEB 2.0**. In: VII Encontro Nacional de Pesquisadores em Jornalismo, 2009, São Paulo. Disponível em:

<[http://sbpjour.kamotini.kinghost.net/sbpjour/admjor/arquivos/alvaro\\_bufarah\\_junior.pdf](http://sbpjour.kamotini.kinghost.net/sbpjour/admjor/arquivos/alvaro_bufarah_junior.pdf)>

Acesso em: 2 fev. 2015

CALABRE, Lia. **A era do rádio**. Rio de Janeiro. Ed. Jorge Zahar, 2002.

FERRARETO, Luiz Arthur. **Rádio no ar: o veículo, a história e a técnica**. Porto Alegre: Sagra Luzzatto, 2000.

\_\_\_\_\_. **O de lá e o de cá: apontamentos para uma categorização do conteúdo das emissoras comerciais brasileiras com base na influência do rádio dos Estados Unidos**, Revista Significação v. 40, n.39 ,2013.

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

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

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

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

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

\_\_\_\_\_. **Teorias do rádio II – textos e contextos**. Florianópolis: Insular, 2008.

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

\_\_\_\_\_. **Os símbolos vivem mais que os homens: ensaios de comunicação, cultura e mídia**. Organizadores Norval Baitello Junior, Luciano Guimarães, José Eugenio de Oliveira Menezes, Denise Paiero. São Paulo: Ed. Annablume 2006

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

PARADA, Marcelo. **Rádio: 24 horas de jornalismo**. São Paulo: Editora Panda, 2000.

TALK RADIO. Direção: Oliver Stone. Produção: Eric Bogosian. EUA, 1988. DVD

WINKIN, Yves. **A nova comunicação**. Da Teoria ao trabalho de campo. Campinas: Papirus Editora, 1998.