

Rádio AM em MS: o cenário das emissoras que aderiram a plataforma na web ¹

Helder Samuel dos Santos Lima²
Daniela Cristiane Ota³

Resumo: Antes restrito a transmissão no formato tradicional, através da propagação das ondas hertzianas, o rádio AM viu na internet uma oportunidade para romper as barreiras geográficas e se tornar um meio com abrangência global. Além do ganho de qualidade na transmissão do áudio, a plataforma disponibiliza inúmeras outras formas de interatividade entre locutores e ouvintes. Por meio de estudo exploratório, realizado de 10 a 21 de agosto, através de busca na internet, identificamos que 29 das 51 emissoras AMs de Mato Grosso do Sul, possuem portais na web. No levantamento, foi possível identificar, também, que nem todas aproveitam as potencialidades que a internet oferece, se restringindo, em sua grande maioria, a disponibilizar apenas a transmissão online de sua programação replicada do dial tradicional. Este levantamento, ainda que preliminar, nos ajuda a compreender como se configuram os portais das rádios AMs no estado a partir dos recursos de conteúdo e de interatividade.

Palavras-chave: Rádio. AM. Internet. Convergência.

¹ Artigo enviado na modalidade – Interatividade, Novas Narrativas e Convergência do 8º Congresso Internacional de Ciberjornalismo.

² Mestrando do Curso de Comunicação da Faculdade de Artes, Letras e Comunicação (FAALC) da Universidade Federal de Mato Grosso do Sul-UFMS. E-mail: helder_jorn@hotmail.com

³ Doutora em Comunicação pela Escola de Comunicação e Artes (ECA) da Universidade de São Paulo - USP. Professora do Programa de Pós-graduação em Comunicação da Universidade Federal de Mato Grosso do Sul e do curso de Jornalismo da mesma instituição. E-mail: daniela.ota@ufms.br

INTRODUÇÃO

Um dos meios tradicionais mais imponentes da história, o rádio tem se reinventado com o intuito de se manter no mercado como uma das mídias preferidas. Desde seu surgimento na década de 20, o meio tem passado por profundas transformações cujo objetivo é driblar as ameaças impostas pelos avanços tecnológicos dos meios de comunicação.

No final do século XX, após sofrer ameaças da TV e do rádio em Frequência Modulada (FM), as emissoras em Amplitude Modulada (AMs) se depararam com o avanço da internet. A nova ferramenta, mudou paradigmas e estabeleceu novas rotinas de produção nos meios de massa.

Se no início a internet representou uma ameaça aos meios tradicionais, na atualidade, ela representa oportunidades. Da mesma forma que o jornal impresso e a TV, o rádio também aproveitou as potencialidades da web com o intuito de oferecer ao público experiências distintas da proporcionada pelo dial tradicional.

Hoje, a transmissão do meio não é mais essencialmente local ou regional, limitada a determinados espaços geográficos, demarcados por obstáculos físicos ou pelo alcance das transmissões, mas sim global, possibilitando com que as estações sejam ouvidas em qualquer lugar do mundo e a qualquer hora, graças a inserção na internet.

Além da web, há de se reconhecer que o rádio aproveitou-se das novas plataformas de consumo tais como dispositivos móveis, aparelhos de MP3 Player, tablets, smartphones, etc, para atrair novos públicos. A Pesquisa Brasileira de Mídia de 2016 revela que o número de ouvintes de rádio pelo aparelho celular mais que dobrou em relação a 2015, passando de 8 para 17% dos entrevistados. A mesma pesquisa mostra que 2% afirmaram ouvir rádio pela internet (em 2015 o índice era de 1%), e 4% do tipo MP3 player (1% em 2015). (BRASIL, 2016)

Diante deste novo cenário, com a tendência de crescimento de ouvintes de estações de rádio por meio de dispositivos móveis e na internet, as emissoras traçam novas estratégias a fim de alavancar a sua programação. Além de permitir aos ouvintes navegar na página das emissoras, ouvir a programação, e armazenar os programas, a presença das emissoras na web, reforçou o caráter interativo do rádio.

Neste trabalho, buscamos apresentar o levantamento das emissoras AMs de Mato Grosso do Sul que apresentam sites. Optamos pelas AMs, por representarem o pioneirismo da radiodifusão no Brasil, e por estarem numa fase de transição para o FM, após a autorização de migração proposta em 2013 pelo Governo Federal. A investigação se mostra pertinente, uma vez que será possível identificar como se configuram as páginas na web de emissoras sul-mato-grossenses AMs e quais as ferramentas de interação predominantes num cenário cada vez mais convergente dos meios de massa.

1. O rádio na Internet

O rádio brasileiro em Amplitude Modulada (AM) passou por inúmeras transformações com o intuito de se adaptar à transição imposta pela tecnologia. Na década de 50, o meio apostou na especialização do conteúdo com enfoque para a notícia, o esporte e a música, para superar a concorrência da TV que oferecia além do áudio, a imagem.

Na década de 60, as emissoras FMs nascem com programação estritamente musical e as AMs passam a se firmar como emissoras “faladas” (MOREIRA, 2002). Após redefinir seu formato com o surgimento da TV e do rádio FM, a sobrevivência do rádio novamente é colocada em xeque. Segundo Azevedo *et al.* (2015), o surgimento da TV e da internet forçaram o rádio a redefinir sua linguagem e o modo de se relacionar com seu público.

Moreira (2002, p.147), afirma que após o surgimento do telégrafo, telefone, rádio e TV, a internet representou “um novo marco entre os inventos ligados à comunicação”, sendo considerada por Nair Prata, “uma fabulosa rede de comunicação que une pessoas de todas as partes do mundo”. (PRATA, 2008)

Diante das as potencialidades que a Internet apresentou, não restou outra alternativa para as estações de rádio, a não ser convergir na Web – *World Wibe Web*. Moreira (2002), reforça que a transmissão da programação radiofônica na internet foi, inegavelmente, um dos acontecimentos de maior impacto na radiodifusão na década de 90.

Ferraretto (2010) observa que no final da primeira década do século 21, sob o ponto de vista dos canais, as emissoras comerciais já constatavam a necessidade de

ter à transmissão de seu áudio, disponível na maior quantidade de suportes, não restrito apenas ao aparelho receptor convencional. As primeiras estações a transmitirem ao vivo pela internet no Brasil foram: Gaúcha de Porto Alegre (RS), Joven Pan e Eldorado de São Paulo (SP), e as CBNs de Campinas (SP) e São Paulo (SP). (MOREIRA, 2002, p.147 – 148).

Em sua tese “Webrádio: novos gêneros, novas formas de interação”, a pesquisadora Nair Prata relata que existem, pelo viés tecnológico, dois modelos de radiofonia: as analógicas, representadas pelas emissoras de rádio hertzianas tradicionais; e as digitais, representadas pelas as emissoras hertzianas que também estão na internet e pelas emissoras de rádio com transmissão exclusiva pela internet, denominadas *webrádios*.

O advento da internet, porém, faz surgir uma nova forma de radiofonia, onde o usuário não apenas ouve as mensagens transmitidas, mas também as encontra em textos, vídeos, fotografias, desenhos, hipertextos. Além do áudio, há toda uma profusão de elementos textuais e imagéticos que ressignificam o velho invento de Marconi⁴. (PRATA, 2008, p.50)

Apesar do impacto gerado pelas possibilidades que a internet representou para o setor, o número de rádios com transmissão ao vivo na web era tímido na década de 90. Segundo Moreira, os sites contavam apenas com informações institucionais, dados gerais sobre a programação, sem disponibilizar a transmissão de áudio. “Naquela época, o internauta brasileiro conseguia apenas ler, ao invés de ouvir rádio”, explica. (MOREIRA, 2002, p.147)

A interatividade, que sempre foi uma das marcas do rádio, ganhou ainda mais plataformas com o surgimento da internet. Ferraretto (2010, p.551) lembra que as emissoras incorporaram uma interatividade mais simbólica na qual a Internet, através de seus e-mails, chats e MSNs; e o aparelho celular com suas mensagens de texto, desbancaram as formas de participação convencional dos ouvintes nos conteúdos como o telefone e as cartas.

Cebrian Herreros *apud* Ferraretto (2010), destaca que além de alterar a forma de levar informação as pessoas, a internet possibilitou aos receptores acumularem um poder que antes não possuíam: o de buscar e contrastar informações e também o

⁴ O italiano Guglielmo Marconi é oficialmente reconhecido como um dos responsáveis pela descoberta das transmissões de mensagens à distância sem fio, que posteriormente dariam origem ao rádio.

de incorporar informação gerada ou conhecida por eles. O pesquisador espanhol enfatiza que o rádio deve buscar uma informação personalizada, interatividade para não perder a capacidade de atingir novos públicos.

Numa crítica, ao uso reduzido que as emissoras fazem das potencialidades da web, Bufarah Junior *in* Ferraretto (2010, p.586) afirma que as estações “estão longe de utilizar todos os recursos disponíveis para favorecer a interação com o ouvinte”. (*Ibidem*). Interação esta que já havia sido vislumbrada por Bertolt Brecht em 1927. Segundo Brecht, o rádio “constituiria um fantástico sistema de canalização, se fosse capaz, não apenas de emitir, mas também de receber. O ouvinte não deveria apenas ouvir, mas também falar”. (BRECHT, 2005, p.42)

Nair Prata (2008) explica a distinção entre os conceitos de interação e disponibilização de informação nas páginas de emissoras na web. Segundo a autora, apesar de parecerem processos semelhantes, a disponibilização de conteúdo corresponde a um serviço oferecido na web que pode provocar um número maior de acessos ao site e “uma possível interação/ interatividade do usuário com a rádio ou com outros membros da comunidade radiofônica”. Já a interatividade corresponde a possibilidade que o usuário tem de interagir com a máquina. (PRATA, 2008, p. 102)

Nas páginas das emissoras é possível encontrar informações e fotografias dos locutores e artistas, tabelas de preços de publicidade, notícias, arquivo de áudio para ouvir ou fazer download de programas e entrevistas, vídeos, informações sobre história da rádio, grade de programação, letras de música, sistema de busca, etc.

As ferramentas de interatividade das rádios na web podem ser diversas. As mais comuns, no entanto, são formadas por: chat, fóruns, e-mail, fale conosco, peça sua música, mural de recados, enquetes, entre outras. Além destas, as emissoras contam também com outras ferramentas digitais, que se somam as disponibilizadas em seu portal como formas de interação com os ouvintes: Facebook, whatsapp, e até aplicativos para dispositivos móveis. Os aplicativos, por sua vez, reforçaram o aspecto de mobilidade do rádio, uma vez que possibilitou ao ouvinte acompanhar a programação não mais preso a uma tela de computador. (AMORIM e DINIZ, 2015).

A seguir, apresentamos uma discussão acerca das características do rádio, sob os conceitos elencados por Gisela Ortrivano (1985). O intuito é entender como se

estabelecem estas características do meio a partir da nova configuração das emissoras que possuem sites na internet.

2. Características do Rádio no formato tradicional e na web

Gisela Ortriwano (1985) elenca oito características intrínsecas ao rádio: linguagem oral, penetração, mobilidade, baixo custo, imediatismo, instantaneidade, sensorialidade e autonomia. Na web, algumas destas características foram mantidas, outras ampliadas e algumas deixaram de existir, fruto deste novo momento propiciado pela convergência de mídia.

A linguagem oral é uma das características principais do rádio, pois é a partir da fala que a mensagem é transmitida ao receptor. “O rádio fala e, para receber a mensagem, é apenas necessário ouvir”. (ORTRIWANO, 1985, p.78)

Prata (2008) entende que esta característica deixa de existir, pois “a webradio é também textual e imagética”. Em nossa concepção, a linguagem oral continua sendo a “essência do rádio”. Com a transmissão da programação radiofônica na internet, as emissoras não descartaram a linguagem oral do rádio tradicional, mas sim ampliaram seu potencial com o reforço do texto e da imagem, e ampliou os modos de recepção deixando de ser limitada apenas ao dial tradicional, mas avançando em outros suportes tais como: internet e por meio de dispositivos móveis.

Fruto desta ampliação de modos de transmissão, o rádio passou a alcançar uma penetração maior. Segundo Ferraretto (2001), em seu formato tradicional, o rádio esteve limitado apenas a potência dos transmissores e pela legislação que regulamenta o raio de abrangência. Com a internet, o rádio deixa de ser essencialmente local ou regional e passa a ser um meio de abrangência global por conta da propagação na web.

Sob o aspecto da mobilidade, o rádio também viu na internet e nos dispositivos móveis uma forma de ampliar suas potencialidades. Do ponto de vista do emissor, o rádio continua a levar vantagem pois a transmissão imediata da notícia, do local do acontecimento, ganhou o reforço do aparelho celular. Já sob o ponto de vista do receptor, os dispositivos móveis se configuraram como novas ferramentas de recepção, podendo ser sintonizados no dial tradicional, a depender do modelo e marca

dos aparelhos; e também através da conexão nos sites das emissoras ou em aplicativos próprios de transmissão da programação.

O caráter instantâneo do rádio, após a ampliação da transmissão na web, foi minimizado, uma vez que algumas emissoras passaram a disponibilizar em seus sites arquivos de áudio dos programas exibidos diariamente no dial tradicional. Assim, a mensagem não precisaria ser, necessariamente, recebida no momento em que é emitida. Conforme pontuou Ortriwano (1985, p.80), “guardar as mensagens emitidas por rádio e televisão está se tornando mais viável e usual”, no entanto, segundo ela, a iniciativa “foge as características do meio” de instantaneidade.

O baixo custo, também apontado como uma das características do rádio por Gisela Ortriwano, só faz sentido quando se tratar de aparelhos receptores tradicionais. Na internet, para receber a transmissão radiofônica, o custo se torna maior por conta dos valores superiores dos dispositivos móveis e computadores. Há que considerar ainda os custos de acesso à Internet.

A sensorialidade, por sua vez, é uma das características mantidas no rádio sob o aspecto sonoro, uma vez que o áudio, tanto o transmitido no formato tradicional quanto na web, desperta a “imaginação através da emocionalidade das palavras e dos recursos de sonoplastia”. (ORTRIWANO, 1985, p.80). No tocante aos recursos textuais e imagéticos, a sensorialidade perde o sentido (PRATA, 2008, p.55)

Em relação a autonomia, na internet o rádio ainda é preso a fios e tomadas se for acessado a partir de um desktop. A configuração é alterada a partir da recepção por meio de dispositivos móveis que se assemelha ao receptor transistorizado reforçando o caráter de mobilidade e individual do rádio.

Graças à sua simplicidade e o caráter de mobilidade, o rádio apresenta um caráter de simultaneidade podendo ser ouvido paralelo a outras atividades do cotidiano. Assim, a atividade de ouvir não exclui a possibilidade de desenvolver outras tarefas, como ler, dirigir, trabalhar.

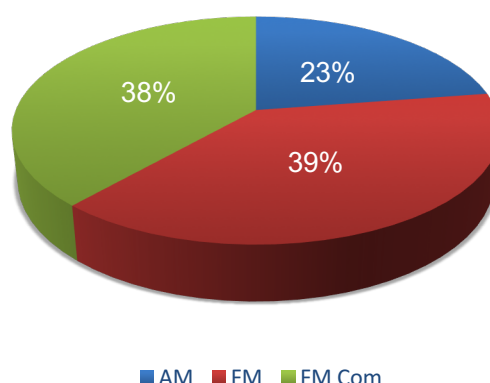
Em função de todas estas características elencadas, Ortriwano (1985) apontou que o rádio levava vantagem em relação aos impressos, sobrevivendo inclusive a concorrência da TV. Na atualidade, o rádio apostou nas potencialidades que a internet oferece para migrar e ampliar suas características, com o intuito de driblar os demais

meios na busca por audiência. A seguir, apresentamos o levantamento das AMs em Mato Grosso do Sul que também estão na internet.

3. Rádios AMs na Web em Mato Grosso do Sul

O estado de Mato Grosso do Sul conta atualmente com 230 emissoras de rádio que operam nas modalidades comunitárias, comerciais e educativas. Quanto à tecnologia, são 51 emissoras AMs: 47 operando em Ondas Médias; 3 com licença para operar em Ondas Médias e Tropicais; e 1 em Ondas Tropicais; 88 FMs comerciais ou educativas; e 87 FMs comunitárias, conforme gráfico 1, abaixo:

Gráfico 1 - Emissoras hertzianas em Mato Grosso do Sul



Fonte: Do autor com informações do SRD ANATEL

Na pesquisa em desenvolvimento para elaboração da dissertação de Mestrado no Programa de Pós-graduação em Comunicação na Universidade Federal de Mato Grosso do Sul (UFMS), temos mapeado as estações em Amplitude Modulada (AMs) que operam em Ondas Médias (OM) que estão na fase de transição para o espectro de FM. Neste levantamento, foi possível identificar que, antes mesmo de se consolidar o processo de migração do AM para FM, boa parte das estações sul-mato-grossenses apostaram na criação de páginas na web para se adequar aos novos padrões digitais, porém mantendo a essência e as características do rádio tradicional, transmitido pela propagação das ondas hertzianas.

Na pesquisa exploratória, realizada de 10 a 21 de agosto de 2017 após busca na internet, identificamos que dentre as 51 emissoras AMs⁵, 56,8% ou 29 delas contam com sítio oficial na web. Além de explorar os recursos que as páginas na web disponibilizam, as emissoras do estado, também se aproveitaram das redes sociais e criaram perfis como ferramentas para atrair e propiciar interação com o ouvinte.

Foi possível identificar, também, a predominância dos recursos de conteúdo disponíveis na interface das páginas na web e os principais recursos de interatividade. Dentre os recursos de conteúdo disponíveis na interface dos sites estão: transmissão de áudio, notícias, informações sobre programação, vídeo/ videoclipes, fotografia dos locutores, tabela de preços e publicidade.

No aspecto interatividade, observamos a existência de chats, contato/fale conosco, torpedos/mural de recados, enquetes. Além disso constatamos que algumas emissoras apresentam aplicativos em dispositivos móveis próprios, perfis em redes sociais como o facebook, e o uso do whatsapp conforme dados relacionados na tabela abaixo.

Tabela 1 – Configuração dos sites de emissoras AMs em MS

Recursos		Total de Emissoras	%
Conteúdo	Transmissão de áudio	25	86,2
	Notícias	23	79,3
	Informações sobre a programação	16	55,2
	Vídeo/videoclipes	12	41,4
	Fotografias dos locutores	11	37,9
	Tabelas de preços de publicidade	1	3,4
Interatividade	Facebook	26	89,7
	Contato/Fale Conosco	22	75,9
	Torpedos/Mural de recados	6	20,7
	Whatsapp	5	17,2
	Enquetes	2	6,9
	Aplicativos de celular	4	13,8
	Chat	1	3,4

Fonte: Do autor

Após o levantamento dos dados, foi possível observar no contexto regional que a transmissão da programação é predominante em quase a totalidade das estações

⁵ Mato Grosso do Sul possuía 54 emissoras em Ondas Médias até o início deste ano. Porém, quatro já estão operando em FM em caráter experimental: a Rádio Difusora Pantanal de Campo Grande, Rádio Portal de Bataguassu, Rádio Cidade de Aparecida do Taboado e Rádio Caçula de Três Lagoas. Todas aderiram ao processo de migração para FM proposto pelo Decreto 8.139 de 2013 do Governo Federal.

AMs sul-mato-grossenses que estão na web. Das 29 emissoras, 25 delas o que representa mais de 86% das emissoras que possuem página na web, fazem a transmissão do áudio na internet, reforçando a linguagem oral por meio da transmissão do áudio.

O segundo item identificado com maior incidência no site das emissoras foi a presença de notícias em 79,3% deles. Na contramão da característica do rádio tradicional marcado pela linguagem oral, os sites das emissoras com a disponibilização de notícias no formato escrito, retomam as características do jornal impresso. Este fenômeno reforça a convergência de mídias, onde todos os veículos migraram para o mesmo suporte: a internet.

Se no passado Moreira (2002), considerava que o site das emissoras se restringiam apenas a linguagem escrita com informações institucionais, em Mato Grosso do Sul, 55,2% das emissoras AMs, identificadas na pesquisa, trazem em seus sites informações de programação, endereço, telefone e histórico.

A ferramenta vídeos foi observada em 12 páginas de emissoras mapeadas o que corresponde a 41,4% das emissoras AMs. No entanto, não há no site das emissoras, a divulgação de vídeos dos programas de entrevista em estúdio. As estações, se restringiram apenas a reproduzir link da rede social YouTube de clipes musicais de cantores nacionais e internacionais.

Presente em pouco mais de 37,9% dos sites levantados, o que corresponde a 11 sites de emissoras AMs, os dados dos locutores com nome e fotografia é uma informação que desmistifica a imagem construída pelo rádio tradicional. No passado, os locutores eram anônimos sendo reconhecidos pelos ouvintes apenas pelo timbre da sua voz. Com a criação de página na web e a disponibilização de dados dos locutores com fotografias, a imagem do locutor torna-se pública.

Em apenas uma emissora do estado, encontrou-se informações sobre tabelas de preço de publicidade. Denominada pela emissora como Mídia – Kit Rádio, a página da Transamérica Hits de Ponta Porã, traz tabela de preços por horário e o plano de patrocínio da emissora. Este tipo de informação, conforme observou-se, não é comum nas emissoras do estado, estando presente apenas na AM Transamérica Hits, que transmite em rede a partir da sede em São Paulo.

Figura 1 – Tabela de Preços no site da Transamérica Hits de Ponta Porã



Dentre as ferramentas de interatividade disponibilizadas pelas emissoras de maior predominância destaca-se o perfil na rede social Facebook. Das 51 emissoras AMs em Ondas Médias, 25 contam com página na rede social, o que representa 49% do total. Deste total, 8 emissoras não apresentam site institucional, mas contam com páginas exclusivas no Facebook, representando 15,6% do total de estações AMs com perfil nesta rede social em Mato Grosso do Sul.

Tentamos averiguar o número de curtidas das emissoras no Facebook e identificamos que apenas 4 emissoras possuem mais de 5 mil curtidas em suas respectivas fanpages que são: Rádio Pindomara de Sidrolândia (9.514), Rádio Imaculada Conceição de Campo Grande (8.777), Rádio Difusora de Aquidauana (5.892), Rádio Difusora Paranaibense (5.000)⁶. Oito emissoras têm menos de 1.000 fãs em suas páginas e 13 emissoras tem popularidade média entre 1.000 e 4.600 fãs.

Os campos de contato e fale conosco foram agrupados por se tratarem apenas de distinção de nomenclaturas. O objetivo é semelhante: ser uma ferramenta de comunicação entre a emissora e o ouvinte por meio de um formulário que pode ser preenchido na própria página da emissora. Disponível no site de 22 estações AMs, o que representa 75,9%, o formulário deve ser preenchido pelo ouvinte com dados tais como: nome completo, endereço de e-mail, telefone e a mensagem que em geral são direcionadas para a caixa de entrada do e-mail da emissora.

Outra ferramenta semelhante de interatividade é o Mural de Torpedos/Recados presente em apenas 6 sites de emissoras AMs analisadas. Nesta categoria, o destinatário pode ser tanto a emissora quanto os ouvintes em geral. (PRATA, 2008,

⁶ Levantamento realizado no dia 27/08/2017.

p.199). O ouvinte preenche o formulário e a mensagem fica visível para leitura na página da emissora, podendo ser acessado por todos que navegarem pelo portal. Geralmente, neste campo o ouvinte interage pedindo música, enviando recado para locutores, amigos, fazendo reclamações do serviço público, etc.

Ainda que hajam aplicativos para sintonia de estações de rádio AM ou FM no Play Store (para smartphones com sistema operacional Android) e na Apple Store (Iphones do sistema operacional IOS), identificamos 4 emissoras AMs com links em suas páginas para download de aplicativos exclusivos para transmissão de sua programação nos dispositivos móveis: Rádio Novo Tempo e Concórdia AM de Campo Grande; Rádio Clube de Dourados e Rádio Transamérica Hits de Ponta Porã.

O que todas apresentam em comum é o fato de pertencerem a redes de rádio. A Rádio Novo Tempo faz parte da rede de rádios da Igreja Adventista do Sétimo Dia. (FERNANDES, 2011). A Concórdia AM de Campo Grande e a Rádio Clube de Dourados fazem parte de uma rede de rádio mantida pela Igreja Pentecostal Deus é Amor. A Transamérica Hits de Ponta Porã, como já citado anteriormente, integra a rede Transamérica de Rádios. Assim, observamos que as estações locais ainda não apostaram nas potencialidades dos aplicativos para dispositivos móveis como forma de alavancar a audiência.

As enquetes também são ferramentas de interação raramente utilizadas pelas emissoras AMs em suas páginas na web. Segundo Prata (2008), a enquete é uma pesquisa para aferição da opinião de ouvintes, normalmente chamada de “Povo fala”. Identificamos apenas 2 enquetes em portais de rádio AM em Mato Grosso do Sul: na Difusora Norte Estado de São Gabriel do Oeste, e no portal Rádio Jota que engloba 5 emissoras de rádio AM e 11 FMs que pertencem ao Grupo Feitosa de Comunicação⁷, um exemplo de conglomerado de mídia tradicional em Mato Grosso do Sul pelo número de concessões que possui de rádio tanto AM quanto FM.

Em nossa pesquisa foi possível levantar também que 7 emissoras fazem o uso do whatsapp, um aplicativo de troca de mensagens instantâneas por meio de dispositivos móveis. O número não representa a totalidade das estações que possam

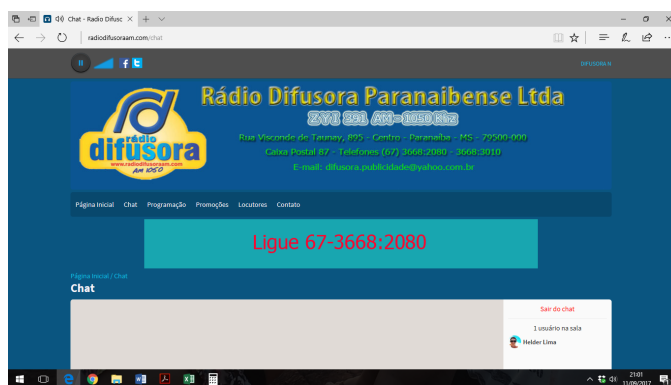
⁷ O Grupo Feitosa de Comunicação é um exemplo de conglomerados de mídia, possuindo o maior número de estações de rádio em Mato Grosso do Sul. Além das 16 emissoras de rádio, o grupo possui o jornal A Crítica de Campo Grande e a gráfica Central Impressora de Jornais.

utilizar o aplicativo como forma de interação com os ouvintes, pois foram consideradas apenas as estações que disponibilizavam o contato do whatsapp em suas páginas na web.

A ferramenta *Chat* foi identificada no portal de apenas uma emissora: Rádio Difusora Paranaibense. Segundo Prata (2008), esta ferramenta possibilita uma conversa formal ou informal entre o comunicador e o ouvinte. Na página da emissora, observamos que o chat se configura como um bate papo aberto que possibilita aos ouvintes encaminharem recados aqueles que estiverem conectados na página da emissora.

No site da Difusora Paranaibense, o chat é vinculado ao Facebook. Desta forma, para ter acesso a sala do bate papo é preciso que o usuário possua perfil e esteja logado na rede social.

Figura 2 – Página de Chat da Rádio Difusora Paranaibense



Considerações finais

A partir deste mapeamento, foi possível traçar um panorama geral das emissoras AMs que possuem sites na web em Mato Grosso do Sul. Consideramos, nesta análise preliminar, que apesar das novas possibilidades que o meio digital propicia, as estações ainda exploram de forma tímida os recursos de interatividade disponíveis na internet.

Observou-se que, embora haja inúmeras ferramentas de interatividade a serem inseridas nos sites das emissoras, os radiodifusores preferiam apostar em sites que reproduzem o formato inicial de rádio na web, restrito apenas a transmissão de sua

programação, e com prioridade para os recursos de conteúdo tais como informações sobre a programação e fotografia dos locutores.

Além disso, observamos que os recursos que demandam investimentos em tecnologia, como é o caso de aplicativos específicos para acesso a transmissão ao vivo de programação das emissoras, estão disponíveis apenas em estações de rede comerciais ou associadas a grupos religiosos.

Constatamos também que as emissoras sul-mato-grossenses privilegiam, em seus portais, a notícia no formato escrito ao invés de disponibilizar arquivos de áudio dos programas para download, podcasts ou boletins, ferramenta que já é utilizado em sites de emissoras em outras capitais brasileiras.

Foi possível observar também, neste levantamento, a ausência de fóruns de discussão e a presença ínfima de enquetes em sites de estações AMs. Além disso, não identificamos nos portais das AMs vídeos de transmissão da programação com imagens direto do estúdio das emissoras, uma potencialidade já explorada em emissoras de outros estados brasileiros.

Esta ausência de boa parte dos recursos de interatividade e conteúdo nas emissoras, nos leva a crer que as estações AMs sul-mato-grossenses, que possuem plataforma na web, preferem continuar apostando no dial tradicional, ficando longe de oferecer ferramentas de interatividade que propiciem novas experiências aos seus ouvintes, mantendo as características do rádio hertziano tradicional.

REFERÊNCIAS

ANATEL. **Sistema de Controle de Radiodifusão**. 2017. Disponível em: <<http://sistemas.anatel.gov.br/srd/>>. Acesso em: 10 ago de 2017

BRASIL. Presidência da República. Secretaria de Comunicação Social. **Pesquisa brasileira de mídia 2016**. Brasília, 2016. Disponível em: <<http://www.secom.gov.br/atuacao/pesquisa/lista-de-pesquisas-quantitativas-e-qualitativas-de-contratos-atuais/pesquisa-brasileira-de-midia-pbm-2016.pdf/view>>. Acesso em: 02 jul de 2017.

BRECHT, Bertolt. **Teoria do Rádio**. In: Meditsch, Eduardo (org.). Teorias do Rádio: textos e contextos. Vol.I. Florianópolis: Insular, 2005.

BUFARAH JUNIOR, ALVARO. **O rádio diante das novas tecnologias de comunicação**: uma nova forma de gestão. In: FERRARETTO, Luiz A.; Klöckner, Luciano (Orgs). **E o rádio?** novos horizontes midiáticos. Porto Alegre: Edipucrs, 2010. 646 p. Disponível em: < <http://www.pucrs.br/edipucrs/eoradio.pdf>> Acesso em: 10 ago de 2017.

FERNANDES, Mario L. **Panorama do Rádio em Campo Grande**. In: PRATA, Nair. (org.). **Panorama do Rádio no Brasil**. V. 1. Florianópolis: Insular, 2011.

FERRARETTO, Luiz A. **Rádio: o veículo, a história e a técnica**. Porto Alegre: Editora Sagra Luzatto, 2001.

_____. **Possibilidades de convergência tecnológica: pistas para a compreensão do rádio e das formas do seu uso no século 21**. In: XXX Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação – Santos – 29 de agosto a 2 de setembro de 2007. Disponível em: < <http://www.intercom.org.br/papers/nacionais/2007/resumos/R0046-1.pdf>>. Acesso em 12 ago de 2017.

_____. **Alterações no modelo comunicacional radiofônico: perspectivas de conteúdo em um cenário de convergência tecnológica e multiplicidade da oferta**. In: FERRARETTO, Luiz A.; Klöckner, Luciano (Orgs). **E o rádio?** novos horizontes midiáticos. Porto Alegre: Edipucrs, 2010. 646 p. Disponível em: < <http://www.pucrs.br/edipucrs/eoradio.pdf>> Acesso em: 10 ago de 2017.

MOREIRA, Sonia Virgínia. **Rádio em Transição - tecnologias e leis nos Estados Unidos e no Brasil**. 1. ed. Rio de Janeiro: Mil Palavras, 2002.

ORTRIWANO, Gisela S. **A informação no rádio**: os grupos de poder e a determinação dos conteúdos. 5ª ed. São Paulo: Summus, 1985.

PRATA, NAIR. **Webradio**: novos gêneros, novas formas de interação. Tese (Doutorado) – Universidade Federal de Minas Gerais (UFMG). Belo Horizonte, 2008. Disponível em: <http://www.bibliotecadigital.ufmg.br/dspace/bitstream/handle/1843/AIRR-7DDJD8/nair_prata_tese.pdf;sequence=1> Acesso em: 10 jan 2017.