

Centro de Educação Superior Reinaldo Ramos – Cesrei
Faculdade Reinaldo Ramos – FARR
Especialização em Comunicação Digital

“A MÚSICA DO OUVINTE”: RÁDIO, AUDIÊNCIA E *STREAMINGS*

Gilberto José Gomes MOTA¹
Adelino Pereira da SILVA²

RESUMO

Com o advento e o crescimento de novas tecnologias, o rádio contemporâneo teve que adaptar-se, atualmente encontra-se em transformação bem como disponível em várias plataformas digitais. Diante desse feito, objetivamos buscar compreender a relação entre esse meio de comunicação, tendo como corpus de estudo o programa “A Música do Ouvinte” da Serra Branca FM – Paraíba, e seus ouvintes. Com isso, procuramos entender o que motiva os ouvintes, a continuarem escutando músicas no aparelho tradicional diante da facilidade de consumo de *streamings* em plataformas digitais e online para dispositivos móveis.

Palavras-chave: Rádio. Serra Branca FM. Ouvinte. *Streamings*.

1. INTRODUÇÃO

A história do rádio brasileiro é marcada por momentos de mudanças e de adaptações. Contemporaneamente, uma delas foi de incorporar novas tecnologias ou adequar-se aos novos contextos trazidos pelas inovações tecnológicas. A população do século XXI, permeada pela revolução tecnológica e pela globalização, consome muitas informações ao mesmo tempo, sua relação com os meios de comunicação e principalmente o rádio tem sido tema de estudos acadêmicos. Assim, poderíamos nos indagar: Como ainda se consome rádio (em seu meio tradicional) diante da *webradio*³ e *streamings*⁴?

Diante do cenário atual, o rádio Serra Branca FM se abastece fortemente de informações locais e nacionais para compor os seus programas, constrói suas

¹ Pós-graduando em Comunicação Digital. Bacharel em Comunicação Social- Habilitação Jornalismo (UEPB)

² Orientador. Professor da Graduação e Pós-Graduação na Faculdade Cesrei. Doutorando em Filosofia (UFPE/UFPB/UFRN) e Mestre em Comunicação (UFPB).

³ Webrádio - é uma rádio digital ou online que é transmitida em tempo real por streaming pela Internet.

⁴ Streaming é uma tecnologia que envia informações multimídia, através da transferência de dados, utilizando redes de computadores, especialmente a Internet, e foi criada para tornar as conexões mais rápidas.

programações, investe em tecnologias e profissionais, buscando sempre a conquista e a manutenção do público.

A tecnologia trouxe proveito para o rádio, além da quebra de barreiras de alcance. Através da Internet, ele pode ser ouvido em todo o mundo por vinte e quatro horas, levando não apenas música como forma de entretenimento, mas também acesso às informações. Além da web, os aparelhos tecnológicos também trouxeram uma série de benefícios para o meio, pois o ouvinte não mais precisa estar parado em um local para ter acesso ao conteúdo radiofônico. Celulares, *tablets*⁵, *smartphones*⁶, entre outras tecnologias tornaram-se facilitadores da comunicação em massa favorecendo esse meio.

Em outros tempos a participação do ouvinte era através de cartas ou telefonemas à emissora, atualmente os recursos tecnológicos têm sido alternativas aliadas que permitem uma participação muito maior deste público. Ele tem possibilidade de enviar um *WhatsApp*⁷ pedindo a música que deseja escutar, mandar uma mensagem no Facebook dando sugestões à rádio, ou usar o Twitter para opinar sobre determinado assunto. Deste modo, percebe-se que as mídias sociais podem e são usadas para complementar os recursos da rádio, tornando o veículo interativo perante seu público.

A escuta radiofônica é um hábito que acaba passando as gerações, é exatamente nessa persistência que a pesquisa busca compreender o ouvinte portador de tecnologias móveis que ainda consome o produto radiofônico em aparelhos tradicionais. A escolha do rádio como meio de comunicação a ser investigado dar-se pelo caráter popular que ele traz, pois consegue alcançar todos os lugares.

2.0 RÁDIO E O SEU DESENVOLVIMENTO

A primeira transmissão pública de radiodifusão brasileira ocorreu no Rio de Janeiro em 07 de setembro de 1922, nas comemorações do centenário da

⁵ Tablet - é um tipo de computador portátil, de tamanho pequeno, fina espessura e com tela sensível ao toque.

⁶ Smartphones - é um telefone celular com tecnologias avançadas, o que inclui programas executados um sistema operacional, equivalente aos computadores.

⁷WhatsApp - é um software para smartphones utilizado para troca de mensagens de texto, além de vídeos, fotos e áudios instantaneamente através de uma conexão à Internet.

Independência. A emissão experimental foi realizada pelas empresas norte-americanas Westinghouse e Western Electric. Segundo Prata, (2008, p.23):

O discurso do então presidente da República, Epitácio Pessoa, foi ouvido no Rio de Janeiro e também em Niterói, Petrópolis e São Paulo, graças à instalação de uma retransmissora e de aparelhos de recepção. Mas somente no dia 20 de abril de 1923 começou a funcionar realmente a Rádio Sociedade do Rio de Janeiro, considerada a emissora pioneira no Brasil. Segundo seus fundadores, Roquette Pinto e Henrique Morize, o objetivo da emissora era lutar pela cultura e educação do povo brasileiro. Alguns autores atestam, porém, que a Rádio Clube de Pernambuco, fundada por Oscar Moreira Pinto, em Recife, foi a primeira a realizar uma transmissão radiofônica no Brasil, no dia 6 de abril de 1919, com um transmissor importado da França.

O rádio FM despontou no Brasil por volta da década de 1960, tendo se fortalecido na década seguinte, trazendo uma qualidade técnica melhor. Com música ambiente ou locução rápida dirigida ao público jovem, o FM ganhou seu lugar hoje, este tipo de estação é muito consistente também em termos de jornalismo, esportes e prestadora de serviços.

Assim, a guerra pela audiência tornava-se incitada, sobretudo a partir da chamada Era de Ouro do rádio brasileiro, que teve início na década de 1940. Tal fato contribuiu para a evolução tecnológica, uma vez que as emissoras desejavam melhorar a qualidade técnica, além disso, facilitar o processo de produção de conteúdos.

A Lei nº 4 117/62, que instituiu o Código Brasileiro de Telecomunicações (CBT) estabeleceu os serviços de telecomunicações no Brasil, do qual faz parte o serviço de radiodifusão “destinado a ser recebido direta e livremente pelo público em geral, compreendendo a radiodifusão sonora (popularmente conhecido como ‘rádio’) e a televisão (mais conhecida pela abreviatura ‘TV’)”. O acesso é gratuito, bastando que os interessados adquiram aparelhos para a recepção.

Tornou-se obsoleta a relação comercial de rádios FM e de multinacionais da área fonográfica, surge a possibilidade de sua transmissão por meio da rede mundial de computadores, assim o rádio começa a entrar em baixa novamente.

Como o veículo vem passando por transformações desde a década de 50 com a chegada da TV no Brasil, também teve que se recriar na maneira de se fazer

rádio coma chegada da Internet e mais uma vez no século XXI com a chegada das redes sociais. Segundo Lopez(2014, p.172):

Entre esses novos canais para a participação do ouvinte, destacam-se as redes sociais na Internet. Sites como Facebook, Whatsapp, Twitter, entre outros se tornam cada vez mais populares e apropriados por emissoras de rádio, configuram-se como uma nova plataforma de comunicação entre ouvinte e comunicador.

Mas, com o avanço da tecnologia e com as transmutações ocorridas, o rádio se reinventou, começou a disponibilizar seus conteúdos na net, criando assim um espaço para a implantação da web rádio, que conquistou uma produção específica para o novo meio.

Além dos *sites*⁸, as rádios usam alguns mecanismos como: transmissão via streaming (distribuição de conteúdo multimídia); podcast (arquivos de áudio disponíveis para download); o RSS (permite ao usuário cadastrado receber no celular e no e-mail notícias atualizadas sobre determinado assunto); o uso de chats; o SMS (mensagem por celular), e os tradicionais e-mails (correio eletrônico). As redes sociais são excelentes aliadas das emissoras de rádio, porque são canais que ajudam a aumentar a interação com o ouvinte e destacar conteúdos que tenham importância para o seu público.

O futuro não reserva uma melhor popularidade e índice, pois praticamente não há produção de aparelhos exclusivamente de rádio. No entanto, o seu destino não está perdido. As novas tecnologias estão convergindo às mídias para os mesmos aparelhos, e dessa forma, ele segue sua trajetória de quase 100 anos de sucesso. A portabilidade proporcionada por celulares que, reúnem acesso à Internet, rádio, televisão e telefonia e aparelhos de MP3 são, hoje, alternativas para ouvir rádio a partir de diferentes locais e horários. Porém, ainda é mais ouvido em casa.

Atualmente, encontra-se em processo de mudança o sistema analógico para o digital e, apesar de ainda não ser uma realidade na maioria das emissoras, é um caminho sem volta que precisa ser aproveitado mais do que temido. Hoje, o *streaming* é o mais recente fenômeno na longa trajetória de evolução da música gravada, pois reconfigura toda a experiência musical, que vai desde

⁸Site - Local ou endereço de página na Internet. Pode ser acessado através de um computador ou outro dispositivo.

alternativas de lidar com apropriedade intelectual, passando pela criação de novos hábitos de consumo do público e, finalmente, atrransformação dos ouvintes em agentes participativos.A lógica do *streaming* é, portanto, uma “metáfora para o fluxo de informações na era digital”(MORRIS;POWERS, 2015: p.107), marcada pela abundância e acessibilidade de conteúdo.

Quando falamos então da música, o público jovem tende a acessar a rede mundial de computadores.Existe uma série de redes emergentes específicas para esse seguimento como o Spotify,Deezer, Soundcloud e YouTube – que apresentou um crescimento muito grande nos últimos anos.Segundo Tepper e Hargittai (2009, p. 232), há três principais fontes de descoberta musical: 1)redes sociais, através da recomendação de amigos e familiares; 2) meios de comunicação em massa,através da exposição a anúncios e consumo de rádio ou TV; 3) plataformas digitais, através de sugestõese recomendações personalizadas.

Hoje, tem possibilidades tecnológicas disponíveis para poder se comunicar e está se utilizando as mesmas. O significado desta forma que o ouvinte participa junto às emissoras pode ser explicado, pontualmente, pelas próprias características do rádio e da rede mundial de computadores, pois é um meio de representação do público. Ele tem umaconcepção ativa frente à formação personalizada da Internet.

O veículo na web perde sua característica de instrumento massivo decomunicação social, mas adquire outras modalidades que podemorientar-se para um serviço e um acesso público de intercâmbioentre todos os participantes, com diversaspossibilidades: foros,chats, listas, correioseletrônicos, blogs, navegações por diversostemas.

Há muitas razões para explicar essa progressão, porém de maneira geral é provável que o tempo gasto com o rádio decresça ainda bastante conforme aumentem o fornecimento e a variedade das opções de serviços radiofônicos ou dos substitutos deles,já que o número de pessoas acessando todo tipo de conteúdo midiático pela web só cresce o tempo todo.Não há nenhumadúvida de que o papel dela como forma de oferecer o rádio e amídia sonora será muito maior e mais importante do quena contemporaneidade.

Segundo Bianco (2010, p.561), ouvir rádio em suportes digitais não é simplesmente estar presente em novas tecnologias, massim participar da convergência com outros meios dentro da mesma linguagem e algumas vantagens

como a melhoria da qualidade de som, novos usos e funcionalidades para o aparelho receptor de rádio.

3. RÁDIO SERRA BRANCA FM E O PROGRAMA “A MÚSICA DO OUVINTE”

Fundada pelo jornalista Hilton Carneiro Motta, em 11 de janeiro de 1992, a Serra Branca FM tem como característica marcante o pioneirismo⁹. Além de ter sido a primeira rádio em frequência modulada do Cariri Paraibano, caracteriza-se por utilizar equipamentos e softwares de última geração em seus departamentos de produção, comercial, estúdio principal e transmissores.

A Serra Branca FM transmite sua programação para toda a região do Cariri, parte do Brejo, Curimataú e Sertão Paraibano, atingindo várias cidades dos vizinhos estados de Pernambuco e Rio Grande do Norte, através de frequência modulada. Foi a primeira FM a transmitir o seu áudio também na rede mundial de computadores da sua região. Esses e outros detalhes fazem da 103.3, a rádio da região com o maior número de ouvintes em todos os horários.

A emissora é voltada para entretenimento e prestação de serviços, juntando à programação musical para todos os estilos, religiosidade e notícias do Estado, Nacionais e principalmente da região do Cariri Paraibano. Contudo, a tônica da rádio é a participação do ouvinte, que se faz presente diretamente através de redes sociais e telefonemas.

O programa “A Música do ouvinte” tem 26 anos no ar; foi criado desde a inauguração da grade da emissora e vai ao ar de segunda a sexta, no horário das 9h às 11h. É produzido pelos pedidos musicais, citações dos nomes dos ouvintes que fazem as solicitações ou escutam o programa e de quadros como: mensagens de fé e de otimismo; bem estar e informações diversas como as últimas da Internet (notícias do mundo artístico e musical), “hora certa”, “temperatura”, “simpatias”, “horóscopos”, anúncios de utilidade pública, aniversários e eventos comunitários, além da participação do ouvinte “ao vivo” por telefone e no “bombarelógio” que é um quiz.

⁹ Fonte: serrabrancafm.com.br/emissora

Os blocos comerciais, por sua vez, duram, em média, cinco minutos. Com isso, leva a emissora a se relacionar com diferentes públicos. Segundo Cidoval Moraes de Sousa (2016, p.358), a mídia local/regional ocupa papel fundamental no desenvolvimento da cidadania, com as conexões nas questões sociais, econômicas, políticas e culturais. Embora haja crescimento e diversidade da mídia local, esta ainda se espelha nos padrões da grande mídia nacional/global, pois elas convergiram para outros suportes digitais.

3.1 SERRA BRANCA

Serra Branca é um município brasileiro localizado na microrregião do Cariri Ocidental, Paraíba, que foi habitada por índios cariris, hábeis oleiros. Próximo de Campina Grande, que se iniciava como vila comercial e caminho de tropeiros. Atraiu habitantes de outros lugares interessados em adquirir terras férteis. Era chamada de Pedra Branca pelos índios em alusão a serra do Jatobá. Em 1943, o topônimo foi mudado para Itamorotinga em tupi: pedra-branca. Com o nome de Serra Branca devido à pedra esbranquiçada, foi elevada à cidade em 1947 e nela fixava sede do município, antes distrito do município de São João do Cariri. A emancipação política foi alcançada em 1960. Possui uma população de 13.707 habitantes (segundo dados do IBGE/2017), distribuídos numa área geográfica de 687,535 km². Sua economia baseia-se na agricultura, comércio e principalmente no funcionalismo público. As principais culturas são milho e feijão. Na pecuária predomina a criação de caprinos e ovinos. Existe também uma pequena indústria de beneficiamento da castanha de caju e da apicultura em pequena produção. A cidade possui três emissoras de rádios, duas comerciais: Serra Branca FM – 103.3, Independente FM – 107.7 e uma comunitária: Solidariedade FM – 87.9¹⁰.

José Trajano de Assis Neto (Trajano Netto), nove anos de rádio, produz e apresenta o programa “A música do Ouvinte” na Rádio Serra Branca FM há quatro anos, revela que tem uma relação quase que de amizade, não com todos os ouvintes, pois seria impossível, porém tem contato com boa parte deles, haja vista que faz parte do dia-a-dia de cada um que ouve a rádio, entrando na casa ou no trabalho deles através das ondas da Serra Branca FM diariamente.

¹⁰ Fonte: serrabranca.pb.gov.br/historico

As redes sociais também ajudam a manter um contato mais direto, fazendo com que o profissional entenda bastante as preferências dos ouvintes. “Os ouvintes que ligam para o telefone da rádio tenho menos contato, posto que existe uma pessoa que os atende e o pedido logo é passado pra mim, pelas redes sociais ou aplicativo já vem direto para o meu computador, o contato é direto.” O pedido musical é uma das pilastras do programa, pois através dessas indicações é que é montado uma seleção musical que agrada o ouvinte, independente do ritmo ou da época em que a música foi lançada. No programa “A Música do Ouvinte” é perceptível que a maioria dos ouvintes interage para ouvir a música que tanto gosta, pois, nem sempre tem promoção no programa. O locutor falou que não identifica uma menor participação nesses dias sem promoção.

As solicitações musicais antigamente eram feitas pelo telefone fixo e/ou por cartas. Agora além do telefone fixo e celular são feitas por diversos canais da emissora, pelo WhatsApp, aplicativo da rádio e redes sociais. Segundo o apresentador do programa, Trajano Netto:

Com o *site* e o aplicativo, chegamos a identificar participações de outras regiões e até de outros países, mas a maior parcela é de ouvintes regionais, pois o sinal da rádio atinge inúmeras cidades do Cariri e Seridó paraibanos.

Ele acredita que o rádio ainda está presente na vida das pessoas, apesar de toda a modernidade e tecnologia de canais para ouvi-lo. Por isso, crê que a maioria escuta pelo receptor de rádio, pelo menos os da região do Cariri paraibano. O locutor relata que os ouvintes sempre participam da programação, das promoções, dos eventos promovidos e sempre deixam opiniões a respeito de algum tema ou notícia nas redes sociais da rádio.

Por estarem sempre antenados com o que é sucesso no momento, por muitas vezes surpreendem com um pedido de lançamento musical. Por isso, que os locutores procuram atender aos pedidos. “Pelo bom gosto deles, descobrimos grandes sucessos da música antes da concorrência” disse o comunicador. Ele falou que tenta ser fiel a todos os pedidos, acolhem a 90% deles, os outros 10% não são atendidos por causa das músicas com áudio de má qualidade de reprodução, padrão estabelecido pela empresa.

As únicas alterações que Trajano faz são quando a música requisitada já tem sido executada para não repeti-la; outra situação é quando se requerem músicas diferentes do mesmo artista, há um diálogo com o ouvinte para ele mudar o pedido e dessa forma dar uma melhor dinâmica ao programa. Se por algum motivo a solicitação não foi atendida, pede-se desculpa e executa no dia seguinte. Ele acrescenta que: “É uma das melhores sensações quando você deixa um ouvinte satisfeito, essa será a garantia que ele vai voltar no outro dia”.

O apresentador acredita que o ouvinte gosta mais de ouvir seu nome ao anunciar de quem foi o pedido, pois, de certa forma está fazendo com que ele se sinta importante. O programa também tem um quadro de desafios de perguntas e através do telefone fixo eles participam respondendo, acertando são premiados. Essa é outra forma de estar mais perto do ouvinte batendo um “papo” com ele, disse Trajano Netto e completa:

O programa preza por atenção pelos ouvintes, principalmente nos dias de hoje com um leque de opções de entretenimento que o público tem. Ter o ouvinte todos os dias pedindo música é um prazer, então ele tem que ser atendido sempre, independentemente de qualquer coisa.

Em uma pesquisa realizada com 15 pessoas, em outubro de 2018, através do WhatsApp da emissora, de ambos os sexos, na faixa etária de 17-58 anos de idade, constatou-se que 80% fazem pedidos de música. Mesmo conhecendo e fazendo uso da Internet 100% afirmaram que ouve música pelo aparelho de rádio, quando perguntados se usam streaming, 40% possuem Spotify e 10% Google Play. As motivações pelas quais fazem os pedidos são os mais diversos: satisfação em colaborar com a programação, ouvir seu nome no ar, gostar da seleção musical do programa, ouvir música atualizada, participar das promoções, pedir alô, interagir com a rádio.

Nossas culturas e nossas sociedades são diferentes, e a progressão do rádio e sua audiência não são semelhantes em todos os lugares. Por isso, é necessário ter cautela para não haver generalizações sobre o desenvolvimento do rádio e sua audiência com base em qualquer dos mercados particulares, independentemente do seu tamanho e sua importância, ou seja, não se pode tomar por parâmetro a audiência de uma rádio de grande metrópole para uma cidade interiorana.

Estudar os caminhos que os ouvintes percorrem para a descoberta musical é essencial, pois “a variedade, a surpresa e a resolução do desconhecido são críticos para o desfrute e apreciação da música”. (TEPPER;HARGITTAI, 2009,p.228).

O rádio possibilita o tratamento de problemas regionais e locais, mesmo que algumas emissoras ainda sigam o conteúdo das grandes emissoras situadas nas cidades maiores.

Alguns estudiosos da área, ao referir-se a rádios de audiência popular, resume o conceito ao conjunto de emissoras as quais gozam da preferência dos setores populares e que constituem seus públicos ao tornar discurso modos de ser e de viver, modos de se relacionar dos destinatários, que servem como propostas identificatórias, como chaves de reconhecimento. Nesse processo de constituição de públicos, as rádios acabam por se construir a si próprias, na medida em que se inscrevem ativamente no dia-a-dia e no ambiente social dos indivíduos.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

A história do rádio brasileiro é marcada por diversos momentos de mudanças e adaptações. Algumas delas foram determinadas pela necessidade do veículo de acompanhar as transformações políticas, econômico-mercadoológicas, sociais e também de incorporar novas tecnologias ou de se adaptar aos novos contextos trazidos pelas inovações tecnológicas.

Em cada período decisivo, houve muita especulação acerca da sobrevivência desse veterano veículo de comunicação de massa. Com o surgimento da televisão e, posteriormente, da Internet, as previsões pessimistas sobre o futuro do rádio se tornaram mais recorrentes. Contudo, o rádio tem conseguido resistir aos anúncios apocalípticos exatamente por conta das características particulares que possui e que ainda tornam as emissoras radiofônicas bastante diferentes dos demais meios de comunicação de massa.

Ele continua sendo um dos veículos mais presentes na vida das pessoas, fazendo as vezes de despertador, companheiro de percurso para o trabalho e escola, proporciona informações e lazer. São várias as formas de se introduzir sua

escuta no cotidiano, pois ele continua presente na vida das pessoas, esta é a ideia a ser resguardada, seja qual for o desenvolvimento tecnológico futuro.

REFERÊNCIAS

ANATEL – **Código Brasileiro de Telecomunicações**. Publicado: 05 Outubro de 1962. Disponível em: <<http://www.anatel.gov.br/legislacao/leis/475-lei-4117>>. <<http://www.anatel.gov.br/Portal/exibirPortalNivelDois.do?codItemCanal=677>> Acesso em: 12 de outubro de 2018.

BIANCO, Nelia R. Del. **O Futuro do Rádio no Cenário da Convergência Frente às Incertezas Quanto aos Modelos de Transmissão Digital** Universidade de Brasília- Revista de Economia Política de las Tecnologías de la Información y Comunicación. vol. XII, n. 1, enero – abril 2010. www.eptic.com.br

SOUSA, Cidoval Morais. **Um convite à utopia** [Livro eletrônico]. (Organizador) – Campina Grande: EDUEPB, 2016. 2500 kb. 438 p. - (Coleção Um Convite à Utopia; v.1) Modo de acesso: <<http://www.uepb.edu.br/ebooks/>>.

LOPEZ, Débora Cristina. **Rádio e redes sociais: novas ferramentas para velhos usos?** Intexto. Porto Alegre, 2014. Disponível em: <<http://seer.ufrgs.br/index.php/intexto/article/view/47574>>. Acesso em: 12 de outubro de 2018.

LOPEZ, Débora Cristina. QUADROS, Mirian Redin de. **O rádio e a relação com o ouvinte no cenário de convergência: uma proposta de classificação dos tipos de interatividade**. Revista Famecos. Porto Alegre, 2015. Disponível em: <<http://revistaseletronicas.pucrs.br/ojs/index.php/revistafamecos/article/view/20523>>. Acesso em: 12 de outubro de 2018.

LOPEZ, Débora Cristina; FREIRE, Marcelo; PRATA, Nair. **Perspectivas radiofônicas**. Revista Rádio- Leituras, Mariana-MG, v. 07, n. 02, pp. 06-08, jul./dez. 2016.

MORRIS, Jeremy Wade; POWERS, Devon. **Control, Curation and Musical Experience in Streaming Music Services**. Creative Industries Journal (Online), 8, 2, 106–123. Disponível em: <<http://dx.doi.org/10.1080/17510694.2015.1090222>>. Acesso em: 12 de outubro de 2018.

PRATA, Nair. **Webradio: Novos Gêneros, Novas Formas De Interação**. Tese. Belo Horizonte: Faculdade de Letras da UFMG, 2008.

TEPPER, Steven J; HARGITTAI, Eszter. **Pathways to Music Exploration in a Digital Age**. Poetics (Online), 37, 3, 227–249. 2009. Disponível em: <<http://www.sciencedirect.com/science/journal/0304422X/37/3>>. Acesso em: 12 de outubro de 2018.