

Pandemia de coronavírus no Jornal da BandNews FM – 1ª Edição: Exercício da cidadania e participação do ouvinte no fluxo informativo

Coronavirus pandemic at Jornal da BandNews FM – 1st Edition: Exercising citizenship and participation of the listener in the information flow

Pandemia de coronavirus en Jornal da BandNews FM – 1a Edición: Ejercer la ciudadanía y participación del oyente en el flujo de información

Márcia Vidal Nunes

Resumo

Desde seu surgimento, por volta dos anos 1920, o rádio acompanhou muitas das tragédias e catástrofes que se abateram sobre a humanidade. Segunda Guerra Mundial, revoluções, desastres naturais e pandemias foram cobertas pelo radiojornalismo, com o envolvimento de milhares de profissionais no mundo inteiro. Durante a pandemia do coronavírus, no Brasil, com a ocorrência trágica de milhares de mortes, inúmeras coberturas radiofônicas vêm sendo realizadas. O principal objetivo deste artigo é analisar, dentro da dinâmica de produção do Jornal da BandNews FM – 1ª Edição, de 25 de maio a 25 de junho de 2020, como se dá a participação dos ouvintes através das mensagens enviadas à emissora via WhatsApp e chat de transmissões em lives no YouTube, e em que medida essa participação influencia o fluxo da cobertura.

Palavras-chave

Rádio hipermidiático; pandemia do coronavírus; participação do ouvinte; cobertura jornalística; cidadania

>> Informações adicionais:

artigo submetido em: 15/07/2020 aceito em: 19/11/2020.

>> Como citar este texto:

NUNES, M.V. Pandemia de coronavírus no Jornal da BandNews FM – 1ª Edição: exercício da cidadania e participação do ouvinte no fluxo informativo. *Radiofonias – Revista de Estudos em Mídia Sonora*, Mariana-MG, v. 11, n. 03, p.80-104, set./dez. 2020.

Sobre a autora

Márcia Vidal Nunes
marciavn@hotmail.com
<https://orcid.org/0000-0003-3318-4937>

Graduação em Comunicação Social pela Universidade Federal do Ceará (1983), Mestrado em Sociologia (1991) e Doutorado em Sociologia pela Universidade Federal do Ceará (1998). Atuou, durante três anos, como produtora do programa Universidade pelo Rádio, da Fundação Demócrito Rocha, no Ceará. Fundou e atuou na produtora radiofônica Rádio Extra durante quatro anos, no Ceará. Coordena o Grupo de Estudos Mídia, Cultura e Política. Atualmente é professora titular aposentada, atuando como professora permanente do Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Universidade Federal do Ceará, através do PROPAP/UFC (Programa Especial de Participação de Professores Aposentados da UFC), trabalhando, principalmente, com os seguintes temas: mídia, cidadania, radiojornalismo, políticas públicas e movimentos sociais.

Abstract

Since its emergence, around the 1920s, radio has followed many of the tragedies and catastrophes that have befallen humanity. World War II, natural disasters and pandemics were covered by radio journalism, with the involvement of thousands of professionals worldwide. During the coronavirus pandemic in Brazil, with the tragic occurrence of thousands of deaths, countless radio coverage has been carried out. The main objective of this article is to analyze, within the production dynamics of Jornal da BandNews FM – 1st Edition, from 25 May to 25 June 2020, how listeners participate through messages sent to the broadcaster via WhatsApp and through live broadcasts' chats, on YouTube, and to what extent this participation influences the flow of news coverage about the coronavirus.

Keywords: hypermedia radio; coronavirus pandemic; listener participation; news coverage; citizenship

Resumen

Desde su aparición, alrededor de la década de 1920, la radio ha seguido muchas de las tragedias y catástrofes que han afectado a la humanidad. Dos guerras mundiales, desastres naturales y pandemias fueron cubiertas por el periodismo radial, con la participación de miles de profesionales en todo el mundo. Durante la pandemia de coronavirus en Brasil, con la trágica ocurrencia de miles de muertes, se han llevado a cabo innumerables coberturas de radio durante todo el año 2020. El objetivo principal de este artículo es analizar, dentro de la dinámica de producción de Jornal da BandNews FM – Primera edición, en el período del 25 de mayo al 25 de junio de 2020, cómo los oyentes participan a través de mensajes enviados a la emisora a través de la aplicación WhatsApp y a través del chat junto con sus transmisiones en vivo en vivo, en YouTube, y en qué medida esta participación influye en el flujo de cobertura de noticias sobre el coronavirus.

Palabras llave: radio hipermedia; pandemia de coronavirus; participación del oyente; cobertura de noticias; ciudadanía

Introdução

Vários estudos já foram realizados sobre o uso de aplicativos e de redes sociais integrados à dinâmica de produção radiofônica no campo informativo. A Rádio BandNews FM procura integrar o rádio e as redes sociais no fortalecimento da participação do ouvinte e de sua integração no fluxo informativo. A proposta desenvolvida pela Rádio BandNews FM caminha na perspectiva da convergência midiática.

A rádio BandNews FM, que também opera em formato all news, foi criada em pleno processo de comunicação em rede e, portanto, rapidamente assimilou esse novo patamar de relacionamento, marcado especialmente pela chegada das redes sociais, como o Twitter e mais recentemente o WhatsApp. A intensidade e o conteúdo das mensagens mudaram. As mensagens passaram a ser não apenas sobre situações cotidianas da cidade, mas também com opiniões a respeito do que se noticia e do que se comenta (CURY, 2016, p. 60-61).

Nossa questão central, neste artigo, é: em que medida esta posição adotada pela Rádio BandNews FM, no Jornal da BandNews – 1ª edição especificamente, contribui para uma efetiva participação dos ouvintes e uma ampliação do exercício da cidadania comunicativa e como essa dinâmica interfere no fluxo da produção informativa durante a cobertura da pandemia de coronavírus?

Durante trinta dias, de 25 de maio a 25 de junho de 2020, acompanhamos a cobertura do Jornal da BandNews – 1ª Edição, no horário das 7h às 9h20, através de suas transmissões ao vivo, no YouTube. Essa análise foi guiada pelos elementos enfocados pelos produtores radiofônicos do que poderíamos caracterizar de tentativas de participação e de visibilização sobre a pandemia de coronavírus, realizados através da interação dos ouvintes pelo aplicativo WhatsApp e via chat do YouTube.

No caso do WhatsApp, ficou com os apresentadores a iniciativa de selecionar que comentários dos ouvintes foram levados ao ar. No que se refere ao chat do YouTube, onde não havia censura, nem delimitação de participação, para interagir, bastava o ouvinte se inscrever, entrar no chat e expressar suas ideias e pensamentos a respeito dos mais diversos temas.

A metodologia utilizada é a análise qualitativa, na qual a coleta e análise dos dados não são baseadas na quantificação. A dimensão qualitativa analisa e descreve o fenômeno em sua forma complexa, “evita números, lida com interpretações das realidades sociais, e é considerada pesquisa soft” (BAUER; GASKELL, 2013, p. 23). Concordamos com Strauss e Corbin (2008, p. 23) que definem a pesquisa qualitativa...

como qualquer tipo de pesquisa que produza resultados não alcançados através de procedimentos estatísticos ou de outros meios de quantificação. Pode se referir à pesquisa sobre a vida das pessoas, experiências vividas, comportamentos, emoções e sentimentos, e também à pesquisa sobre

funcionamento organizacional, movimentos sociais, fenômenos culturais e interação entre nações. Alguns dados podem ser quantificados, como no caso do censo ou de informações históricas sobre pessoas ou objetos estudados, mas o grosso da análise é interpretativa.

Além disso, utilizamos uma abordagem netnográfica, ao focar nosso estudo na participação dos ouvintes através das mensagens enviadas via aplicativo WhatsApp e pelo chat do YouTube, vinculado à transmissão ao vivo do Jornal da BandNews – 1ª Edição, no que se refere aos comentários sobre a cobertura jornalística em torno da pandemia de coronavírus. O recorte feito para este artigo só analisou as participações de ouvintes que implicaram interação com os apresentadores ou vice-versa, dos apresentadores na direção dos ouvintes.

Kozinets (1998) refere este método de investigação qualitativa acuñado como netnografía y concebido para investigar el comportamiento del consumidor en las comunidades que emergen de comunicaciones en línea (medidas por computadores o basadas en Internet). Esta comunicación mediada por computadores tiene un efecto en la generación de culturas (HINE, 2003) donde la comprensión de la comunicación a través de dispositivos informáticos tiene un efecto social al comprender la interacción de los usuarios y la experiencia de los miembros de la comunidad (TORRES; RENDÓN, 2016, p. 35).

O chat do YouTube da transmissão ao vivo do Jornal da BandNews FM – 1ª Edição conta com a participação de inúmeros ouvintes que conversam entre si sobre os temas abordados no radiojornal, de forma sincrônica e assincrônica, e sobre os mais variados assuntos também, não necessariamente relacionados às questões que estão sendo abordadas pelos apresentadores do radiojornal.

Las conversaciones que se tejen en las comunidades en línea o virtuales, contienen un alto grado de espontaneidad (TURPO, 2008) referido a la participación voluntaria de sus integrantes los cuales convierten el contenido de la información de la comunidad como fuente de información natural y confiable de los miembros de una comunidad. En esta medida, las técnicas etnográficas de investigación se convierten en un medio discreto e efectivo para estudiar las comunidades y la comunicación en línea que mantienen sus miembros (BENGRYHOWELL, WILES, NIND, & CROW, 2011 apud TORRES; RENDÓN, 2016, p. 35).

Ouvinte é protagonista?

Com o advento de novas tecnologias e a intensificação da comunicação via redes sociais através da internet, os receptores passam a ter um papel ativo na elaboração dos produtos de comunicação, saindo da sua posição passiva e assumindo o comando na produção de novas formas de comunicação na sociedade. No entanto, nem todos participam da mesma forma: "Muitas culturas estão se tornando mais participativas (em termos relativos) do que nas configurações anteriores do poder da mídia" (JENKINS; GREEN; FORD, 2014, p. 201-202).

As relações entre mídia, participação e exercício da cidadania se ligam a uma maior integração dos cidadãos aos canais viabilizados através da internet, como é o caso do aplicativo de mensagens WhatsApp e do chat acoplado à transmissão do Jornal da BandNews – 1ª Edição, ao vivo, por redes sociais como o YouTube: "A esperança era que, se o público pudesse expandir seu acesso a novos canais e processos de comunicação, poderia usá-los como uma ferramenta por meio da qual lutar por uma cultura mais democrática" (JENKINS; GREEN; FORD, 2014, p. 204).

Por si só, as redes sociais e as novas tecnologias não significam progresso e ampliação da interação entre as pessoas na sociedade. No momento, a participação plena e democrática da sociedade na produção midiática ainda constitui mais uma promessa do que uma realidade, pelo menos para a grande maioria das pessoas:

Quando dizemos que nossa cultura está em processo de se tornar mais participativa, falamos em termos relativos, ou seja, participativa em relação aos sistemas mais antigos de comunicação de massa, e não em termos absolutos. [...] Na medida em que a participação dentro dos públicos ligados em rede se torna uma fonte de poder discursivo e persuasivo, e na medida em que as capacidades de participar significativamente on-line estão vinculadas às oportunidades econômicas e educacionais, a luta pelo direito à participação está vinculada às questões fundamentais de igualdade e justiça social (JENKINS; GREEN; FORD, 2014, p. 240-241).

Sobre a dinâmica do rádio hipermidiático e refletindo sobre convergência e participação, Kischinhevsky (2016, p. 99) destaca:

Esse movimento em busca de maior participação se acirra na fase de convergência. Embora o ouvinte, na visão de Goffman (2008), não tenha, na maioria das vezes, a palavra franqueada, é fato que o rádio contemporâneo, em diversos segmentos, opera cada vez mais com a participação do público,

construindo discursos que não podem ser reduzidos a um script, às vezes estilizando os mecanismos de controle social impostos sobre a fala.

A interatividade plena é uma utopia a ser buscada e, muitas vezes, a multiplicidade de ferramentas não significa uma maior participação dos ouvintes.

As reflexões de Cebrián Herreros (2008, p. 39-40) levantam uma série de questionamentos. O autor enfatiza exageradamente as ferramentas de interatividade agregadas ao rádio via internet [...]. Há, ainda, uma percepção equivocada das práticas interacionais, como se estas, por si, fossem suficientes, para alterar, de modo radical, os papéis de emissor e receptor (KISCHINHEVSKY, 2016, p.101).

A interatividade no rádio não pode ser vista fora do contexto da mercantilização e da monetização crescentes às quais os ouvintes vêm sendo submetidos pelas emissoras de rádio: o valor publicitário do programa radiojornalístico é diretamente proporcional à quantidade de ouvintes.

Gallego (2012), contudo, acaba incorrendo no erro de Cebrián Herreros (2008), ao considerar que agora o ouvinte não é mais passivo – como se já tivesse sido em algum momento. O autor prioriza o ambiente midiático em que o rádio está hoje inserido, sem se aprofundar nos embates entre modelos de negócios, que condicionam as inovações em termos de linguagem e a própria oferta de conteúdos radiofônicos. E, por fim, enfatiza as práticas interacionais, em detrimento das mediações socioculturais envolvidas nos hábitos de escuta (KISCHINHEVSKY, 2016, p.103).

Portanto, a ideia de que o ouvinte é cada vez mais empoderado pela participação é refutada por diversos autores. Para Orozco Gómez (2011, p. 380, apud KISCHINHEVSKY, 2016, p. 99), "controlar o consumo ou personalizá-lo não é necessariamente um ato produtivo, inovador e transcendente, nem acarreta uma mutação de consumidor-receptor para produtor-emissor".

É inegável, contudo, que o papel exercido pelo ouvinte no rádio atualmente é muito mais ativo e atualizado pelo progresso tecnológico que lhe permite participar, de forma mais efetiva, da programação radiojornalística:

Apesar de levar em conta essa dura crítica à romantização do papel do receptor contemporâneo entende-se aqui que, de fato, a audiência se apropria do rádio – usando-o – em maior ou menor grau, de acordo com as condições políticas, econômicas, sociais e culturais em âmbito local – para se fazer representar, circular queixas e demandas, opinar, em suma, estabelecer (ou ao menos interferir em) uma agenda pública de debates (KISCHINHEVSKY, 2016, p. 103).

A visão estereotipada de que o “ouvinte é feito para ouvir” não faz mais sentido. Em função do desenvolvimento dos processos interativos no radiojornalismo, “reina o pensamento de que “o ouvinte faz a pauta” e, muito mais do que apenas isso, ele faz a pauta como protagonista da informação que leva à emissora ou ao âncora escolhido” (CURY, 2016, p. 95).

A audiência não quer só participar. Ela quer interagir, o que implica reciprocidade, dinâmica própria das redes sociais que se adequa à dinâmica do radiojornalismo. Para Waltz (2013, p. 5, apud CURY, 2016, p. 103), “a convergência multimídia é a base de articulação das novas ferramentas que permitem que o usuário/consumidor se torne usuário/produzidor”.

[...] interatividade é a “possibilidade de resposta autônoma, criativa e não prevista da audiência” ou pelo menos uma situação em que desaparecem os polos emissor e receptor, que é substituída pelo conceito de agentes intercomunicadores (FERREIRA apud WILLIAMS, 2004, p. 45, apud CURY, 2016, p. 96).

A participação no rádio hipermidiático (LOPEZ, 2010) e expandido (KISCHINHEVSKY, 2012) está diretamente relacionada ao progresso tecnológico, ao surgimento da internet e das redes sociais, que introduziram os ouvintes em novas ferramentas de inserção no fluxo do radiojornalismo:

Antes, as participações se davam em conversas com os comunicadores, em relatos de acontecimentos e denúncias – feitos ao vivo, no ar, ou como sugestão aos jornalistas pelo telefone ou carta –, o que caracterizava o ouvinte mais como fonte de informação do que como repórter. Hoje, com celulares de última geração que permitem a realização de fotografias, áudios e vídeos, os ouvintes se tornaram mais ativos (LOPEZ, 2010, p. 210).

A equipe que atua no Jornal da BandNews FM – 1ª Edição é formada por profissionais jovens, composta por Luiz Megale, Sheila Magalhães e Carla Bigatto, os apresentadores, que fazem locução e comentários, e que querem passar dinamismo e descontração, o que demonstra a aproximação com uma tentativa de renovação do modelo convencional do rádio. O slogan do Jornal da BandNews FM – 1ª Edição traduz bem esta intenção de sincronia com o ouvinte e a capacidade para lidar com o inesperado e a instantaneidade da internet e das redes sociais: “Em 1 segundo, tudo pode mudar”.

No jornal BandNews FM – 1ª Edição, identifica-se a desconstrução da imagem tradicional da apresentação de programas radiojornalísticos, que se faz com um locutor ou com uma dupla de apresentadores geralmente. Os jornalistas se reúnem em torno da mesa, no estúdio, conversando, discutindo as matérias, fazendo comentários e interagindo com os ouvintes, indiretamente, através dos comentários sobre algumas das mensagens enviadas por WhatsApp ou pelo chat do YouTube.

O diálogo entre os apresentadores também impacta no chat, no YouTube, na transmissão do Jornal da BandNews FM – 1ª Edição ao vivo, ainda que de forma entrecortada, na interação que se estabelece entre os ouvintes. Quem acompanha o radiojornal vê o apresentador falando diretamente, olhando nos olhos de quem está assistindo e isso amplia a sensação de intimidade, de proximidade, que já existe no âmbito radiofônico através do áudio e que se amplia com a imagem do apresentador.

Durante o relato de algumas matérias, há a apresentação de fotografias, áudios e vídeos, com a preocupação, sempre, de descrever o vídeo oralmente para aqueles que não acompanham as lives via YouTube pelo celular ou por dispositivos compatíveis com essas transmissões.

Participação e interação no rádio

No que se refere à evolução tecnológica e participação no áudio, as alterações no modo de participação dos ouvintes depois da convergência tecnológica foram enormes, “lembrando que, desde a disseminação da telefonia fixa em 1970, a participação da audiência já havia ganhado espaço dentro da programação, mas que, com a chegada da internet, essa participação cresceu ainda mais” (FERRARETTO, 2014, p. 189, apud CURY, 2016, p. 60).

Com o celular e a internet, as possibilidades de participação do público se multiplicam e se destacam, tendo como exemplos marcantes as mensagens de voz ou de texto por telefone, chats e redes sociais. “As primeiras alterações nessa relação emissora-ouvinte ocorreram via email: a troca de mensagens via internet

foi um início tímido, mas importante, daquilo que se chama hoje de interatividade" (CURY, 2016, p. 60).

Na perspectiva utópica de Cebrián Herreros (2008, p. 39-40), o ciberrádio impulsionaria a participação do público através da interatividade. Faz-se a passagem do rádio pela Rede ao rádio em rede comunicativa. O rádio tradicional foi integrando, pouco a pouco, a participação da audiência, a conversão da rádio de difusão em uma rádio de comunicação com a audiência, mas sempre a emissora prevaleceu como a controladora do processo. (KISCHINHEVSKY, 2016, p. 96)

A ferramenta mais utilizada nas rotinas da emissora é a internet, seja para buscar informações, para que os jornalistas se comuniquem entre si e com as fontes ou ainda para interagir com o ouvinte. "[...] a gente tenta fazer também da internet uma ferramenta para conversar com o ouvinte. A nossa programação depende demais do ouvinte, dessa interação com a gente" (MEGALE, 2009 apud LOPEZ, 2010, p.188).

Esta participação é gerada por novas ferramentas, por estratégias conversacionais síncronas, que se fazem presentes no dia a dia do comunicador e de seu ouvinte (LOPEZ, 2009), como é o caso do aplicativo de mensagens WhatsApp e do chat do YouTube. Hoje eles compartilham os mesmos espaços e ambientes, muitas vezes no mesmo círculo de relações através de redes sociais.

Desta forma, o ouvinte que antes glorificava, idealizava e notificava o comunicador tem a oportunidade de passar a vê-lo de maneira mais próxima, já que se lhe permite o diálogo, a interação. Orkut, Facebook, Flickr, Twitter, entre outros, se estabelecem como ambientes de troca, em que o espaço de fala é permitido e acaba aproximando-os de certa maneira (LOPEZ, 2010, p. 202-203).

Ao pesquisar veículos de comunicação que utilizaram o WhatsApp, Danelli (2015) capta, na emissora BandNews Fluminense FM, um modo interessante de apropriação do aplicativo, pois cada detalhe da informação pode ser aproveitado, seja durante a programação ou nas redes sociais da emissora. "O ouvinte pode enviar um vídeo, uma imagem, um áudio com sua fala ou apenas uma mensagem de texto e de alguma forma será aproveitado, gerando convergência midiática" (DANELLI, 2015, p. 12).

Na obra “A Terceira Onda”, Alvin Toffler utiliza o termo “prosumer”, um neologismo que une as palavras “produtor” e “consumidor”, o que bem define esse momento vivido pelo usuário-cidadão contemporâneo. Como “prosumer” entende-se o novo perfil do internauta 2.0: ele participa direta e indiretamente dos processos de criação e redesenho comportamental, se tornando um influenciador (DANELLI, 2015, p. 17).

Ao colocar a comunicação, enquanto interação, como uma relação de dois em que nenhum dos dois lados pode ser ignorado, Landowski (2008, apud CURY, 2016, p. 64) conclui que desde o princípio do ato, dentro dessa perspectiva interacional, é impossível analisar a intervenção de um emissor sem levar em conta o outro a quem ele se dirige e cujas respostas potenciais já atuam antecipadamente, em maior ou menor grau, no seu dizer.

Da mesma forma, torna-se inviável analisar o receptor separado dos estímulos que lhe foram enviados e que, de alguma forma, constituíram-no em sujeito daquela relação. Primo (2007, apud CURY, 2016, p.66) caracteriza a interação como mútua, quando há autonomia do sujeito, e reativa, quando todas as possibilidades já estão predeterminadas.

Já Lemos (2004) divide a interação em técnica ou analógica, do ser humano com a máquina e o conteúdo; e interação social que define a relação do ser humano com o mundo. Para Klöckner (2011), participação é “tomar parte” e interação implica “conquista de um lugar” na intenção de interagir mutuamente. Ele classifica a interação em três níveis: completa – diálogo direto ao vivo; parcial – ouvinte opina, pergunta, mas não conquista um lugar; reacional – o ouvinte reage a uma situação proposta no programa (CURY, 2016, p. 68-70).

Uma proposta de classificação da interatividade é apresentada por Quadros (2013, p. 85-92), destacando situações de interação dialógica e reacional e de participação, com e sem interferência identificada no conteúdo sonoro. Na interação dialógica simples, há trocas comunicacionais entre emissora e ouvinte de forma pública ou privada, em plataformas que não a sonora, sem interferência identificada no conteúdo sonoro. Já na interação dialógica ampliada, essas trocas comunicacionais entre emissora e ouvinte de forma pública ou privada, em plataformas que não a sonora, acontecem com interferência na programação sonora. Na interação dialógica imediata, as trocas comunicacionais entre emissora e ouvinte acontecem de forma pública com interferência ao vivo na programação

sonora. Na interação reacional simples, há a resposta do ouvinte para iniciativas “interativas” da emissora, de forma pública ou privada, em plataformas que não a sonora, sem interferência identificada no conteúdo sonoro. Já na interação reacional ampliada, a resposta do ouvinte a iniciativas interativas da emissora, de forma pública ou privada, em plataformas que não a sonora se dá com interferência identificada no conteúdo sonoro. Na participação espontânea simples, ocorrem manifestações espontâneas e isoladas do ouvinte com a emissora, de forma pública ou privada, sem interferência identificada no conteúdo sonoro. Já na participação espontânea ampliada, ocorrem manifestações espontâneas e isoladas do ouvinte com a emissora, de forma pública ou privada, com interferência no conteúdo sonoro.

Percebe-se que a interação e a participação passam a configurar valores para o radiojornalismo, que, assim, busca se legitimar e se afirmar como meio de comunicação mais próximo ao público – uma operação discursiva crucial numa fase de grande competição pela atenção dos ouvintes / leitores / telespectadores / internautas.

Contudo, nem todas as interações acabam por caracterizar-se como interatividade, se levamos em consideração a ideia de reciprocidade. Apesar disso, consideramos aqui o rádio não somente como meio de comunicação sonora, mas englobamos suas diferentes facetas, de acordo com a plataforma utilizada. Assim, o potencial interativo não fica restrito ao conteúdo da antena, podendo ser observado nos outros ambientes de atuação do veículo. Acreditamos que ao adotar novas ferramentas de interação com o ouvinte o rádio aumenta sua interatividade, ao ampliar sua atuação para outras plataformas e manter também nesses espaços um caráter dialógico (QUADROS; LOPEZ, 2015, p. 179).

Cobertura da pandemia de coronavírus no Jornal da BandNews – 1ª Edição

Durante a cobertura da pandemia de coronavírus no Jornal da BandNews FM – 1ª Edição, identificamos matérias, reportagens e intervenção de repórteres e comentaristas nacionais (Rodrigo Orengo, de Brasília; Carlos Andreazza, do Rio de Janeiro; Mônica Bérghamo, de São Paulo; José Simão, de São Paulo) e correspondentes internacionais (Eduardo Barão, de Nova York; e Felipe Keiling, de Londres).

Além disso, um quadro novo foi introduzido através da participação dos ouvintes pelo aplicativo WhatsApp: o “Delivery Band”, que consiste na veiculação de anúncios gratuitos de pequenos comerciantes atingidos pelo fechamento do comércio durante a quarentena de coronavírus, e que mandam suas mensagens através do WhatsApp da emissora.

Outro quadro, viabilizado através do aplicativo WhatsApp, é o “Saudasons”, que traz a participação de ouvintes, relatando do que eles sentem saudade durante a pandemia de coronavírus. Apesar da inserção de mensagens de ouvintes pelo WhatsApp ser objeto de comentário dos apresentadores durante todo o programa, com intervenções pontuais, sobretudo de Sheila Magalhães e de Carla Bigatto, após a apresentação do quadro sobre futebol com Milton Neves, sempre há um espaço mais ampliado para destacar estas participações dos ouvintes.

Tanto o “Delivery Band” quanto o “Saudasons” podem ser caracterizados como interações reacionais ampliadas, já que as intervenções dos ouvintes se dão como reações a solicitações da emissora e a participação se dá através do WhatsApp, plataforma não sonora, mas com interferência no conteúdo sonoro, já que se constituem em quadros do Jornal da BandNews FM - 1ª Edição.

O rádio não fala para um ouvinte passivo, mas para alguém que deseja participar, contribuir – mais do que fazia até então. O ouvinte – agora também ouvinte-internauta – busca outras fontes de informação, cruza, contesta, discute, corrige, atualiza, conversa com o jornalista que está no ar. Mais que nunca, o ouvinte participa (LOPEZ, 2010, p. 115).

Sheila Magalhães, em 5 de junho¹, fala sobre o papel dos ouvintes no trabalho que realizam após a divulgação do quadro “Saudasons”, que reúne depoimentos de ouvintes sobre de que sentem saudades durante o confinamento da pandemia de coronavírus.

Momento fofo... rádio cachaça. A gente ama também por causa deste contato com os ouvintes. Tem arranca rabo e beijo e abraço, tem de tudo, mas essa relação pra gente é fundamental. Essa é uma rádio feita por gente pra gente de verdade. E essa proximidade com os ouvintes e uma vontade de agradecer da maneira que for possível. Às vezes, uma simples mensagem de WhatsApp pode criar uma corrente de solidariedade que é de arrepiar [...].

¹. Disponível em <https://www.YouTube.com/watch?v=YDckvjF3m1Q&t=8817s>. Acesso em 01/07/2020.

A forma de lidar com as mensagens dos ouvintes também varia muito de uma rádio para outra e, mais ainda, de um âncora para outro. Mas, apesar de cada um adotar critérios próprios no trato com os ouvintes, os fatores que são levados em conta para essa variação são similares de alguma forma:

Critérios de noticiabilidade (a mensagem tem relevância jornalística?); tema da mensagem (se encaixa de alguma forma dentro do perfil do programa?); conteúdo da mensagem (o ouvinte expõe suas ideias de forma respeitosa?); tempo disponível no noticiário para inserção de mensagens (há algo de extrema relevância que precise ser abordado com entrevistas e reportagens naquele momento?) (CURY, 2016, p. 94).

As conclusões finais do trabalho de CURY (2016) podem ser estendidas a vários radiojornais que priorizam a participação dos ouvintes: "o que ocorre, neste momento, no radiojornalismo, é uma mediação entre as pretensões editoriais das emissoras, a opinião dos âncoras sobre o que é notícia e sobre a notícia em si e o posicionamento dos ouvintes diante do jornalismo veiculado" (CURY, 2016, p. 115).

O chat do YouTube, que transmite o Jornal da BandNews FM – 1ª edição, com imagens do estúdio em tempo real é um termômetro do impacto das colocações e das opiniões proferidas pelos apresentadores Luiz Megale, Sheila Magalhães e Carla Bigatto sobre temas ligados à pandemia de coronavírus.

Durante a cobertura da pandemia de coronavírus, a participação do ouvinte não se limita à informação sobre acidentes na via pública ou interdição de ruas, ou a outros acontecimentos que se passam nas cidades. Essas intervenções têm um teor opinativo, interpretativo, o que demarca um outro nível de participação popular.

Em 24 de junho², durante o Jornal da BandNews FM – 1ª Edição, Megale agradece a participação do público no encaminhamento das reclamações de diversos ouvintes sobre elevações abusivas nos preços das contas de energia elétrica e da relação dessas cobranças com um consumo maior, já que as pessoas se encontram confinadas em casa por causa da pandemia de coronavírus. Trata-se de uma participação espontânea ampliada que levou a uma interação dialógica ampliada, já que "[...] nela não há diálogo com a emissora, apenas uma ação isolada

². Disponível em <https://www.YouTube.com/watch?v=cd82vevQ3iU&t=9019s>. Acesso em 04/07/2020.

por parte do ouvinte que, contudo, pode evoluir para uma interatividade dialógica a partir do momento em que a emissora responder à sua manifestação" (QUADROS, 2013, p. 91). A iniciativa dos ouvintes em denunciar o fato levou à realização da pauta. Megale diz: "É assim que a gente vai chegando às pautas. Obrigado pela participação. A gente vai continuar nesse assunto".

Os ouvintes querem participar ativamente, falar, responder aos posicionamentos dos apresentadores e dos outros ouvintes: "Também é cada vez mais comum a interferência na pauta, no sentido de questionar a condição de uma reportagem, as perguntas feitas durante uma entrevista, o tema que está em destaque numa programação (CURY, 2016, p. 108).

Em 12 de junho³, vários ouvintes pedem para que sejam anunciados os números de doentes recuperados da Covid-19, e um deles, que se apresenta como Márcio Parque, questiona por que a grande imprensa não divulga os dados da Covid-19 como o Jornal da Band: "Brasil – trigésimo segundo em casos por milhão de habitantes; décimo nono em mortes por milhão de habitantes; segundo no mundo em recuperação". O ouvinte insiste com várias postagens em sequência, no chat do YouTube do Jornal da BandNews FM – 1ª Edição, que repetem o mesmo texto. Então, Sheila Magalhães responde que são 340 mil recuperados até aquele momento. Neste caso, ocorreu uma participação espontânea ampliada que desencadeou uma interação dialógica ampliada, já que houve trocas comunicativas entre a emissora e o ouvinte, de forma pública, através de plataforma não sonora, com interferência no conteúdo sonoro, e a mudança na forma como estavam sendo anunciados os dados sobre a pandemia de coronavírus, atendendo à sugestão do ouvinte.

Em outro episódio, ocorrido na terça, dia 23 de junho de 2020⁴, durante a transmissão do Jornal da BandNews FM – 1ª Edição pelo YouTube, o apresentador Luiz Megale mencionou que uma forma possível de combater a pandemia de

³. Disponível em <https://www.YouTube.com/watch?v=sIfPNCcYvH8&t=8805s>. Acesso em 01/07/2020.

⁴. Disponível em: <https://www.YouTube.com/watch?v=CZh6TXIizbQ&t=7070s> Acesso em 06/07/2020.

coronavírus e de viabilizar o retorno às atividades normais seria a contaminação maciça da população, que definiria a imunidade de rebanho.

As reações, nas redes sociais, foram imediatas e identificadas por Sheila Magalhães, que o advertiu, levando-o a se explicar alguns minutos depois de ter dado tal declaração. "Algo ficou mal compreendido. Eu não defendi a contaminação de rebanho. Obrigado, aqui, aos ouvintes que escreveram reclamando", respondeu Luiz Megale. Aqui, houve uma interação dialógica ampliada, já que houve trocas comunicacionais entre a emissora e os ouvintes, de forma pública ou privada, em plataformas que não a sonora, com interferência no conteúdo sonoro do programa.

No dia 4 de junho⁵, pudemos constatar como os ouvintes acompanham e acabam por influenciar a cobertura da pandemia do coronavírus do Jornal da BandNews FM – 1ª Edição, contribuindo para a retificação de erros cometidos pelos jornalistas durante comentário sobre uma matéria do jornal *O Estado de S. Paulo*, que relatava a falta de anestésicos e de medicamentos necessários para entubar os pacientes com Covid-19.

Enquanto os apresentadores Sheila Magalhães e Luiz Megale falavam sobre a falta de anestésicos e relaxantes musculares para entubar os pacientes com coronavírus nos hospitais do SUS, os participantes do chat no YouTube chamavam a atenção para o abandono da saúde pública no Brasil, de forma síncrona. O ouvinte e participante do chat Manoel Amaral diz: "Sheila, agora você vê o quanto devem ser mais pesadas as leis e penas para aqueles que sempre desviaram o dinheiro público, destinado para a saúde". O ouvinte Washington Correia acrescenta: "O SUS agoniza desde seu nascimento, infelizmente. A corrupção e a falta de interesse político são os grandes vilões no SUS". Outra ouvinte, Marcela Tucci, diz: "O Mandetta⁶ já havia cantado essa pedra". Outros ouvintes se pronunciam sobre o mesmo tema e a ouvinte Marcela Tucci volta a falar: "Apesar de saber... ninguém faz nada pra resolver". A ouvinte Deise Navarro então diz: "Milton Santos: 'Não temos cidadania'".

⁵. Disponível em https://www.YouTube.com/watch?v=1nlg_052NmA&t=8526s. Acesso em 01/07/2020.

⁶. Luiz Henrique Mandetta, ministro da Saúde do governo Bolsonaro no período de 16 de novembro de 2018 a 16 de abril de 2020.

Alguns ouvintes que participavam do chat advertiam que os relaxantes musculares em falta não eram aqueles usados para dores musculares e que Luiz Megale havia se equivocado ao mencionar este tipo de medicamento. Na sequência, alguns minutos mais tarde, Sheila Magalhães agradece aos ouvintes que avisaram sobre o equívoco, deixando clara a importância da participação dos ouvintes, inclusive para corrigir os possíveis erros cometidos pelos apresentadores:

Quem tem ouvinte tem tudo nessa vida. A gente tem ouvintes muito generosos. A gente toma um pau danado, mas os ouvintes nos acolhem, nos ajudam. Temos muitos ouvintes médicos, enfermeiras, profissionais de saúde, gente atuando na linha de frente. Agora há pouquinho, eu citava uma reportagem do *Estado de S. Paulo*, recorrendo à reportagem, porque falava da falta de medicamento pra sedar e entubar as pessoas, que seriam sedativos e relaxantes musculares usados nesta entubação e aí a gente fez um comentário aqui, né, Megale, falando sobre a falta desses medicamentos [...] uma alta bem expressiva da utilização desses medicamentos desde o início da pandemia de mais de 700% [...]. Não é aquele relaxante muscular que a gente compra na farmácia, como a gente disse. Só pra ser mais específica, eu peguei a mensagem do Fernando, mas agradeço a todos os ouvintes, porque foram muitos que mandaram mensagens. O Fernando, ele falou o seguinte. Ele é médico [...], o relaxante muscular em falta não é esse que a gente compra em farmácias pra contraturas musculares. É um bloqueador neuromuscular de uso intravenoso [...]. Ele dá toda a explicação técnica aqui. Então, muito obrigada, Fernando, e a todos os profissionais de saúde que escreveram pra cá, fazendo a devida correção, trazendo a informação precisa.

Nesse momento em que Sheila Magalhães estava falando, um ouvinte no chat, o Vitor Mib, diz: "Vão corrigir o Megale", reportando-se ao erro cometido minutos antes pelo apresentador Luiz Megale, ao se referir ao relaxante muscular em falta para entubar pacientes de coronavírus no SUS.

Neste caso, ocorreu uma interação dialógica ampliada, já que houve interferência pública através de plataforma não sonora (YouTube, no caso) no conteúdo sonoro, com a consequente retificação do erro cometido pelo apresentador.

No dia 16 de junho⁷, um ouvinte reclama: "Parece que eles não leem o chat". Pouco tempo depois, Sheila Magalhães retruca, respondendo a @Maumau Afonso: "Rapaz, nunca trabalhei tanto na minha vida. Fico no celular, respondendo a ouvintes,

⁷. Disponível em <https://www.YouTube.com/watch?v=ZqZinxylRk&t=8827s>. Acesso em 01/07/2020.

passando pautas adiante, passando diretrizes para a equipe sobre os conteúdos enviados pelos ouvintes". Aqui se configura uma interação dialógica ampliada, já que houve troca comunicacional entre a emissora e o ouvinte de forma pública ou privada, em plataforma que não a sonora, com interferência na programação da emissora. É bem verdade que a Sheila está mais focada nas intervenções enviadas pelos ouvintes via WhatsApp, citando e respondendo mensagens ocasionalmente; mas, neste caso, estabeleceu-se um diálogo entre ouvinte e a produção do programa, quase que de forma instantânea, com repercussão no conteúdo sonoro.

No dia 23 de junho, um ouvinte entra no chat do YouTube⁸ acoplado ao Jornal da BandNews FM – 1ª Edição, com a seguinte saudação: "Bom dia, aguardando o jornalismo imparcial". Ao que outro ouvinte responde: "São profissionais como vocês que aprofundam o país". Os participantes do chat abordam assuntos diversos, entremeados de comentários sobre a elegância e beleza das apresentadoras e ataques à competência do apresentador como âncora, portanto nem sempre relacionados às notícias que estão sendo apresentadas. Identificamos, aqui, participações espontâneas simples, já que ocorreram manifestações espontâneas e isoladas de ouvintes com a emissora, de forma pública ou privada, sem interferência identificada no conteúdo sonoro. Este comportamento dá a impressão, muitas vezes, que os ouvintes estão mais interessados em debater assuntos entre si e em ganharem o debate, tendo suas posições mais apreciadas do que a de seus oponentes em relação aos temas que estão sendo debatidos, sem preocupação em interferir no conteúdo sonoro do programa.

No dia 11 de junho⁹, Megale comenta as mensagens dos ouvintes e reclama que ele e a Sheila são muito criticados, caracterizando uma participação espontânea ampliada, já que ocorreram manifestações isoladas dos ouvintes com a emissora de forma pública ou privada, com interferência no conteúdo sonoro:

Nós dois... a gente fica tomando pau aqui dos ouvintes. Apanha mais do que cachorro de rua. A Carla só recebe carinho [...]. Nem todo mundo sabe, mas quem responde às perguntas no WhatsApp somos nós, que ficamos aqui em

⁸. Disponível em <https://www.YouTube.com/watch?v=GZh6TXlzbQ&t=7070s>. Acesso em 06/07/2020.

⁹. Disponível em <https://www.YouTube.com/watch?v=Yx28zsL9zuY&t=8903s>. Acesso em 01/07/2020.

contato com os ouvintes. Nem sempre a gente consegue responder a todas as mensagens. Nós até temos estagiários, mas eles têm mais o que fazer.

Em 15 de junho¹⁰, numa matéria sobre a reabertura do comércio popular no Brás, em São Paulo, como parte das medidas de retorno à normalidade adotadas pela prefeitura e pelo governo de São Paulo durante a pandemia de coronavírus, Sheila cita a participação de um ouvinte, através de uma mensagem pelo aplicativo WhatsApp, comentando a aglomeração nas ruas do Brás: "Um ouvinte com final de telefone 9576, avisa. 'Hoje, tá a milhão o Brás'". Esta é uma participação espontânea ampliada, com repercussão no conteúdo sonoro, já que a mensagem integrou a narrativa do programa.

Exercício da cidadania no Jornal da BandNews FM – 1ª Edição

Gomes (1998, p.163-164) ressalta a decadência da esfera pública moderna. Ele destaca a diluição entre os contornos das esferas pública, privada e íntima e identifica a perda das três características básicas da esfera pública que são a acessibilidade, a discursividade e a racionalidade, sem falar na degeneração do seu resultado mais essencial, a opinião pública. E é justamente a vinculação da esfera pública aos *mass media* e à *mass culture*, a sua submissão a estes, o fenômeno que configura da maneira mais evidente a degeneração da esfera pública moderna.

Para Canclini (1997, p. 247-248), é no contexto da apropriação da cena pública pelos meios eletrônicos de Comunicação, que se converteram nos principais formadores do imaginário coletivo, que estão presentes os cenários de consumo onde se formam o que poderíamos chamar de bases estéticas da cidadania.

A noção de cidadania ligada ao consumo leva também à redefinição do conceito de comunidade. Para Canclini (1997, p. 261), a história recente da América Latina sugere que, se ainda existe algo como um desejo de comunidade, este se relaciona cada vez menos a entidades macrossociais tais como a nação ou a classe, dirigindo-se, em troca, a grupos religiosos, conglomerados esportivos, solidariedades

¹⁰. Disponível em <https://www.YouTube.com/watch?v=SarzGtoMyxo&t=8762s>. Acesso em 01/07/2020.

geracionais e círculos de consumidores de comunicação de massa. Um traço comum a estas comunidades atomizadas é que elas se organizam mais em torno de consumos simbólicos do que em relação a processos produtivos:

É difícil imaginar, por isso, como poderiam contribuir para reanimar a economia. Só em caso de extrema necessidade ressurgem solidariedades econômicas: greves, ondas populares, cooperação nas situações de catástrofe. As sociedades civis aparecem cada vez menos como comunidades nacionais, atendidas como unidades territoriais, linguísticas e políticas, manifestam-se, principalmente, como comunidades hermenêuticas de consumidores, ou melhor, como conjuntos de pessoas que compartilham gostos e pactos de leitura em relação a certos bens (gastronômicos, desportivos, musicais), os quais lhes fornecem identidades comuns (CANCLINI, 1997, p.261).

Durante a transmissão ao vivo do Jornal da BandNews FM – 1ª Edição, a participação diária dos ouvintes no chat do YouTube demarca a existência dessa comunidade de ouvintes que se encontra através do chat para comentar os temas tratados sobre a pandemia de coronavírus e a fim de debater, também, outros assuntos que não estão sendo abordados pelos apresentadores. O consumo do mesmo produto, a cobertura sobre a pandemia, aproxima os ouvintes e lhes fornece uma identidade comum, gerando uma comunidade de consumidores do programa.

Na sociedade atual, em que a tecnologia e a velocidade se colocam em evidência nas dinâmicas sociais, faz-se necessário pensar a comunicação que se pode realizar nos meios populares. Mais do que as deficiências, até mesmo estruturais, em áreas como educação, saúde, moradia, trabalho e lazer, com as quais as camadas populares são obrigadas a conviver cotidianamente, a exclusão na produção social de informação e, logo, de comunicação, destitui esses grupos dos direitos de decisão, participação e exercício da cidadania (SPENILLO, 2001, p. 2).

O rádio confere às pessoas a ilusão de estar exercendo sua cidadania através da mídia. A participação no chat do YouTube de transmissão ao vivo do Jornal da BandNews FM – 1ª Edição parece colocar o ouvinte numa posição mais elevada em relação àqueles que não estão participando. Pelo menos dentro do chat, há um reconhecimento de uns pelos outros participantes.

No caso da participação dos ouvintes através do envio de mensagens pelo aplicativo WhatsApp, cada vez que um apresentador cita uma mensagem, e chama o participante pelo nome, ele retira a pessoa comum do anonimato e, por um momento, ela se vê reconhecida como membro da sociedade que terá seu pedido atendido, encaminhado, ou será valorizado por ter prestado uma informação de utilidade pública, ou de relevante interesse social.

Para Mohme (1999, p.108), os meios de comunicação de massa devem contribuir para a democratização da comunicação, sendo os intermediários entre a cidadania e a classe política, canalizando, difundindo, multiplicando ou diminuindo determinadas opiniões. Outorgam e retiram a credibilidade a determinados líderes e formações políticas. Uma segunda tarefa em prol da democratização é permitir a expressão das opiniões do cidadão comum, de maneira que termine o círculo vicioso de opiniões e confirmações ou discrepâncias entre os membros da classe política que termina afastada, cada vez mais, dos interesses e inquietudes concretos da cidadania. Porque se a informação somente flui em um só sentido, estamos criando e reproduzindo cidadãos passivos que só se contentam em estar informados e não em participar ativamente dos assuntos públicos.

Uma outra tarefa dos meios de comunicação, segundo Mohme (1999, p. 108), é informação relevante e não só de dados acessórios que ocorrem cotidianamente. Outra postura dos meios é a fiscalização da gestão pública. Finalmente, os meios de comunicação podem contribuir à democratização da política, estabelecendo comunicação com seus diversos atores, dando a conhecer suas posições, suas discrepâncias e coincidências e buscando consensos em meio aos conflitos, pois sabemos que sua influência entre os cidadãos é enorme.

Utilizando o aplicativo de mensagens WhatsApp e o chat do YouTube associado ao Jornal BandNews FM – 1ª Edição, através das práticas interacionais e participativas associadas à produção jornalística nos processos de cobertura sobre a pandemia de coronavírus, os indivíduos estariam buscando exercer a cidadania comunicativa:

Pensada de este modo, y reconociendo la indisoluble articulación entre discurso y acción, el ejercicio de la “ciudadanía comunicativa” se vuelve

imprescindible para la existencia de una sociedad de ciudadanos. Si no existen posibilidades de ejercer ese conjunto de derechos y prácticas expresivas, se debilitan las capacidades y posibilidades de los individuos para constituirse como sujetos de demanda y proposición en múltiples esferas de la realidad, toda vez que la producción de esas demandas y proposiciones resulta impensable sin el ejercicio autónomo del derecho a comunicar, es decir, a poner en común. (MATA, 2006, p. 14).

A participação dos ouvintes através do aplicativo WhatsApp e do chat do YouTube contribui, em alguma medida, ainda que de forma insuficiente e limitada, para descentralizar a informação e exercitar a liberdade de expressão, levando a uma iniciação ao exercício da cidadania durante a cobertura jornalística da pandemia de coronavírus no Jornal da BandNews FM – 1ª Edição.

Não há como deixar de reconhecer que esta postura representa um progresso significativo (ainda que restrito), se nos remetermos aos anos 80, quando a participação do ouvinte era completamente instrumentalizada pelos apresentadores de programas ao vivo, que transformavam as vidas e necessidades dos ouvintes num espetáculo sensacionalista, convertendo-se em verdadeiros “delegados do ouvinte” (NUNES, 2000) junto ao poder público, mediando, assim, o exercício da cidadania.

Ao democratizar a comunicação social, é possível estabelecer novas condições para se formar alternatividade futura em conteúdos, por exemplo, com a formação de uma opinião pública mais próxima à realidade, com o desenvolvimento da consciência crítica e da própria educação.

Considerações finais

Acompanhando o Jornal da BandNews FM – 1ª Edição durante o período de um mês, de 25 de maio a 25 de junho de 2020, no horário de 7h às 9h20 da manhã, com a apresentação de Carla Bigatto, Sheila Magalhães e Luiz Megale, pudemos constatar a participação espontânea de ouvintes e de sua influência no fluxo informativo, de forma simples e ampliada, em algumas ocasiões. Constatamos, também, várias interações dialógicas ampliadas, assim como interações relacionais ampliadas.

No entanto, no caso específico em análise, da cobertura da pandemia de coronavírus pelo Jornal da BandNews FM – 1ª Edição, apesar de havermos identificado uma facilitação da ampliação de inserções das interações relacionais e dialógicas e da participação simples e ampliada dos ouvintes pelo aplicativo WhatsApp e pelo chat no YouTube, acoplado à transmissão ao vivo do programa, não encontramos uma participação dos ouvintes como emissores-produtores, ou seja, produzindo pautas e gerando matérias durante o período estudado. Eles atuaram em colaboração com os jornalistas, ajudando a aprofundar determinados assuntos, fazendo correções ou contribuindo com sugestões, que vieram a se transformar em notícias ou reportagens.

Apesar da enorme euforia que está vinculada à cultura participativa, é necessário cuidado redobrado com a análise das iniciativas tomadas nessa direção, sobretudo na mídia comercial, cujas propostas interativas, muitas vezes, estão mais relacionadas à ampliação da audiência e dos lucros do que ao exercício da cidadania.

Contudo, participar do chat do YouTube do Jornal da BandNews FM – 1ª edição, ainda que seja uma forma precária de exercício da cidadania, é extremamente válido como iniciação a uma integração maior à vida pública, como iniciação à cidadania comunicativa, de que toda sociedade democrática tem extrema necessidade. Na pior das hipóteses, o cidadão é confrontado com ideias que diferem das suas, e é obrigado a pensar, posicionar-se, inquietar-se; na maioria das vezes, identifica-se com aqueles que compartilham das mesmas opiniões que as suas.

No entanto, o ouvinte que participa está muito distante de se constituir em protagonista da produção da notícia. Este papel e o controle do processo continuam nas mãos do jornalista e isto limita o exercício da cidadania, porque a decisão do que será ou não transformado em pauta e notícia continua sendo única e exclusivamente dos jornalistas que produzem e apresentam o programa.

Assim, pudemos constatar que esses espaços de participação cidadã estão sendo insuficientemente aproveitados e levados em conta pela produção de programas radiofônicos, porque o acompanhamento desse material se dá de forma

individualizada e episódica, no caso da Rádio BandNews FM, e, particularmente, no Jornal da BandNews FM – 1ª Edição, durante a cobertura da pandemia de coronavírus. Seria necessária a presença de uma equipe maior de profissionais ou um direcionamento editorial mais consistente da participação dos ouvintes, para que essa contribuição fosse considerada de forma mais relevante e as sugestões aí apresentadas pudessem ser encampadas no processo produtivo do radiojornalismo realizado pela emissora.

Essas práticas de ampliação de participação dos ouvintes em espaços como o aplicativo de mensagens WhatsApp e os chats de programas radiofônicos transmitidos ao vivo pelo YouTube representariam, para a comunicação social, a geração de novas relações de poder, descentralizadas e democratizadas. O primeiro passo para isso é admitir que o exercício do poder compartilhado é bom, pode libertar e emancipar. A força que os monopólios possuem, a nível nacional, de influenciar comportamentos ou opiniões públicas pode ser dividida, sem ser reduzida na sua intensidade, porque será outra e com referências localizadas.

É claro que não se pode ignorar que por trás da ampliação da participação popular há também um modelo de negócios do rádio hipermediático em configuração e em consolidação, no qual a fidelização do ouvinte exerce papel de grande relevância, usado como moeda de valor junto aos anunciantes. Há a questão, também, da reserva de mercado, do temor que o espaço conquistado pelos jornalistas possa ser suprido por uma ampliação da participação dos ouvintes, que não são remunerados para realizar este trabalho e estariam dispostos a continuar contribuindo gratuitamente. Talvez sejam estes os dois fatores que mais impeçam uma participação plena do ouvinte no processo de produção jornalística do Jornal da BandNews FM – 1ª Edição, foco desta análise que procuramos realizar neste trabalho.

Referências bibliográficas

BAUER, Martin W; GASKELL, George. **Pesquisa qualitativa com texto, imagem e som: um manual prático**. 11ª ed. Rio de Janeiro: Vozes, 2013.

CANCLINI, Nestor Garcia. **Consumidores e Cidadãos** – Conflitos Multiculturais da Globalização. Rio de Janeiro: Editora UFRJ, 1997.

CURY, Adriana Aparecida. **A convergência tecnológica no radiojornalismo do rádio em que o ouvinte é feito para ouvir para o rádio em que o ouvinte faz a pauta**: lógicas de produção em tempos de interatividade. Dissertação (Mestrado em comunicação) – UNIP. São Paulo: 2016. Disponível em:

https://unip.br/presencial/ensino/pos_graduacao/strictosensu/comunicacao/download/com_adrianaaparecidacury.pdf. Acesso em 20.07.2020.

DANELLI, Carolina Miranda. **Interatividade no Radiojornalismo e o uso do WhatsApp**: o caso da BandNews Fluminense FM. Monografia (graduação em Jornalismo) – UFRRJ. Seropédica: 2015.

FERRARETTO, Luiz Artur. **Rádio, Teoria e Prática**. São Paulo: Summus Editorial, 2014.

GOMES, Wilson. Esfera Pública e Media: com Habermas contra Habermas. In: RUBIM, Antonio Albino Canelas; BENTZ, Ione Maria G. e PINTO, Milton José (org.). **Produção e Recepção dos Sentidos Midiáticos**. Petropolis: Vozes, 1998, p.155-185.

JENKINS, Henry; GREEN, Joshua; FORD, Sam. **Cultura da Conexão**: criando valor e significado por meio da mídia propagável. São Paulo: Aleph, 2014.

KISCHINHEVSKY, Marcelo. **Rádio e Mídias Sociais**: Mediações e Interações Radiofônicas em Plataformas Digitais de Comunicação. Rio de Janeiro: Mauad X, 2016.

KISCHINHEVSKY, Marcelo. Radiojornalismo comunitário em mídias sociais e microblogs – Circulação de conteúdos publicados no portal RadioTube. **Estudos em Jornalismo e Mídia**, v. 9, n. 1, p. 136-148, jan-jun.2012.

LOPEZ, Débora Cristina. **Radiojornalismo Hipermidiático**: tendências e perspectivas do jornalismo de rádio *all news* brasileiro em um contexto de convergência tecnológica. Covilhã: Livros LabCom, 2010.

LOPEZ, Débora Cristina. Marcos tecnológicos do radiojornalismo no Brasil: uma revisão histórica. In: KLÖCKNER, Luciano; PRATA, Nair (orgs). **História da mídia sonora**: experiências, memórias e afetos de norte a sul do Brasil. Porto Alegre: EDIPUCRS, 2009.

MATA, Maria Cristina. Comunicación y ciudadanía: problemas teórico-políticos de su articulación. **Revista Fronteiras** – Estudos Midiáticos. São Leopoldo, v. 8, n.1, p. 5-15, janeiro/abril 2006.

MOHME, Gustave et al. **Medios de Comunicacion y Cultura Politica**. Madrid: Editorial Pablo Iglesias, 1999.

NUNES, Márcia Vidal. **Rádio e política**: do microfone ao palanque – Os radialistas políticos em Fortaleza (1982-1996). São Paulo: ANNABLUME, 2000.

QUADROS, Miriam Redin. **As redes sociais no jornalismo radiofônico**: as estratégias interativas adotadas pelas rádios Gaúcha e CBN. Dissertação (Mestrado em comunicação) – Programa de Pós-Graduação em Comunicação Midiática, Faculdade de Comunicação Social, UFSM, Santa Maria, 2013.

QUADROS, Miriam Redin; LOPEZ, Débora Cristina. O rádio e a relação com o ouvinte no cenário de convergência: uma proposta de classificação dos tipos de interatividade. **Revista Famecos**, Porto Alegre, v. 22, n.3, p. 164- 180, 2015.

SPENILLO, Giuseppa. Comunicação Comunitária e novas tecnologias – por uma formação profissional em busca da cidadania. In: INTERCOM – Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação - Congresso Brasileiro da Comunicação, XXIV, 2001, Campo Grande /MS. **Anais...** Campo Grande: INTERCOM, setembro 2001.

STRAUSS, Anselm; CORBIN, Juliet. **Pesquisa Qualitativa: técnicas e procedimentos para o desenvolvimento de teoria fundamentada**. 2ª ed. Porto Alegre, Artmed, 2008.

TORRES, William Camilo Sánchez; RENDÓN, Paola Andrea Ortiz. La netnografia, um modelo etnográfico na era digital. **Revista Espacios**. v. 38, n. 13, p. 28-41, 2017.