

VELISE DE OLIVEIRA MACIEL

**Rádio Inconfidência e Lazer:** um estudo de caso do Programa  
Casa Aberta no contexto do rádio expandido

Belo Horizonte

Escola de Educação Física, Fisioterapia e Terapia Ocupacional/UFMG

2020

VELISE DE OLIVEIRA MACIEL

**Rádio Inconfidência e Lazer:** um estudo de caso do Programa  
Casa Aberta no contexto do rádio expandido

Dissertação de Mestrado apresentada ao programa de Pós-Graduação Interdisciplinar em Estudos do Lazer da Universidade Federal de Minas Gerais, como requisito para a obtenção do título de Mestre em Estudos do Lazer.

Linha de Pesquisa: Memória e História do Lazer.

Orientador: Prof. Dr. Elcio Loureiro Cornelsen

Belo Horizonte

Escola de Educação Física, Fisioterapia e Terapia Ocupacional/UFMG

2020

M152r Maciel, Velise de Oliveira  
2020 Rádio Inconfidência e Lazer: um estudo de caso do Programa Casa Aberta no contexto do rádio expandido. [manuscrito] / Velise de Oliveira Maciel– 2020. 389 f., enc.: il.

Orientador: Élcio Loureiro Cornelsen

Dissertação (mestrado) – Universidade Federal de Minas Gerais, Escola de Educação Física, Fisioterapia e Terapia Ocupacional.

Bibliografia: f. 235-239

1. Lazer – Teses. 2. Cultura – Teses. 3. Comunicação de massa – Teses. I. Cornelsen, Élcio Loureiro. II. Universidade Federal de Minas Gerais. Escola de Educação Física, Fisioterapia e Terapia Ocupacional. III. Título.

CDU: 379.8

Ficha catalográfica elaborada pelo bibliotecário Danilo Francisco de Souza Lage, CRB 6: nº 3132, da Biblioteca da Escola de Educação Física, Fisioterapia e Terapia Ocupacional da UFMG.



Escola de Educação Física, Fisioterapia e Terapia Ocupacional  
Programa de Pós-Graduação Interdisciplinar em Estudos do Lazer  
Email: [ppgiel@eeffto.ufmg.br](mailto:ppgiel@eeffto.ufmg.br) Telefone: (31) 3409-2335



## ATA DA 160ª DEFESA DE DISSERTAÇÃO

### VELISE DE OLIVEIRA MACIEL

Às 14h00min do dia 31 de julho de 2020 reuniu-se de forma virtual (via videoconferência pela plataforma “Google Meet”) a Comissão Examinadora de Dissertação, indicada pelo Colegiado do Programa para julgar, em exame final, o trabalho “*Rádio Inconfidência e Lazer: um estudo de caso do programa Casa Aberta no contexto do rádio expandido*”, requisito final para a obtenção do Grau de Mestre em Estudos do Lazer. Abrindo a sessão, o Presidente da Comissão, Prof. Dr. Elcio Loureiro Cornelsen, após dar a conhecer aos presentes o teor das Normas Regulamentares do Trabalho Final, passou a palavra para a candidata, para apresentação de seu trabalho. Seguiu-se a arguição pelos examinadores, com a respectiva defesa da candidata. Logo após, a Comissão se reuniu, sem a presença da candidata e do público, para julgamento e expedição do resultado final. Foram atribuídas as seguintes indicações:

Membros da Banca Examinadora	Aprovada	Reprovada
Prof. Dr. Elcio Loureiro Cornelsen (Orientador)	X	
Prof. Dr. Cleber Augusto Gonçalves Dias (UFMG)	X	
Profa. Dra. Graziela Valadares Gomes de Mello Vianna (UFMG)	X	

Após as indicações a candidata foi considerada: Aprovada

O **resultado final** foi comunicado publicamente, para a candidata pelo Presidente da Comissão. Nada mais havendo a tratar o Presidente encerrou a reunião e lavrou a presente ATA que será assinada por todos os membros participantes da Comissão Examinadora. Belo Horizonte, 31 de julho de 2020.

Prof. Dr. Elcio Loureiro Cornelsen \_\_\_\_\_ 

Prof. Dr. Cleber Augusto Gonçalves Dias \_\_\_\_\_ 

Profa. Dra. Graziela Valadares Gomes de Mello Vianna \_\_\_\_\_ 

## AGRADECIMENTOS

Uma das questões da prova aberta para entrar neste Mestrado foi problematizar o lazer e a vida com qualidade, em tempos de violações de direitos sociais. Eu me lembro de, no momento da prova, ter respondido com muita sinceridade tudo sobre o que eu achava daqueles tempos ‘temerosos’. Quando cheguei em casa e minha mãe me perguntou como tinha sido, eu disse que estava com medo de não passar, porque achava que eu tinha sido muito sincera nessa questão. Mas eu passei e, hoje, penso que em nenhum dos piores cenários do “Fora Temer” eu podia supor que esse Mestrado viria com ameaças tão graves às duas instituições que o justificam: a Universidade Federal de Minas Gerais e a Rádio Inconfidência.

No dia 04 de abril de 2019, durante a cerimônia de posse dos novos dirigentes do setor da Secretaria de Cultura de Minas Gerais, o então secretário da Cultura Marcelo Matte anunciou que o governo de Minas iria acabar com a frequência AM da Rádio Inconfidência. Um mês depois, em maio de 2019, o ministro da Educação, Abraham Weintraub, anunciou que cortaria 30% dos orçamentos das universidades federais porque elas estariam promovendo "balbúrdia" nos seus campi e não teriam apresentado os resultados acadêmicos esperados. Além disso, anunciou a suspensão de novas bolsas de Mestrado e Doutorado pela Coordenação de Pessoal de Nível Superior (Capes), uma das principais entidades de fomento a pesquisas em nível de pós-graduação no Brasil.

Meu agradecimento, nesse contexto, não poderia ser diferente, vai para essas duas instituições públicas tão importantes e que são, infelizmente, constantemente atacadas por pessoas infelizes e ignorantes.

Vou começar falando da UFMG, da emoção de fazer parte de uma federal. Quando eu tinha 17 anos e tentei o vestibular nessa mesma instituição, sem sucesso, acabei acreditando que nunca ela faria parte da minha vida. Lembro ainda daqueles primeiros dias de aula, nesse campus imenso, sem saber o rumo certo de onde ir, ao mesmo tempo em que contemplava a natureza e os passarinhos do lugar, olhava admirada para todo aquele mundo de pessoas diferentes da minha bolha. Lembro do espanto de ver alunos de chinelo indo para uma sala de aula, tão diferente da minha realidade anos atrás numa faculdade particular. E enquanto eu ainda me deslumbrava com o ambiente, vejo um grupo de idosas entrando na mesma portaria que eu. Era um grupo da terceira idade de um projeto de extensão. Lembro ainda do professor que dava ginástica para elas me impressionar com suas frases motivacionais. Ainda observando

as idosas, vejo uma criança de oito anos chegar desacompanhada, para o que depois eu viria a saber que se tratava da ginástica artística para crianças de baixa renda.

Minhas impressões nos dias que se seguiram foram ainda melhores. Sempre encontrei os livros que precisava na biblioteca, as aulas eram pontuais e organizadas e os professores eram comprometidos e com grande capacidade intelectual e técnica.

Instituições são formadas por pessoas, e na UFMG eu conheci algumas realmente incríveis. Vou começar por meus colegas. Apesar de estar numa sala multidisciplinar, eu nunca senti tanta identificação com uma turma como a minha do Mestrado. E era realmente bacana ver o empenho de cada um para estar ali. Gente que veio de longe, lá do norte do país, e gente aqui de perto mesmo, da região metropolitana de Belo Horizonte, pessoas que possuíam *posts* no Facebook agradecendo a política de assistência estudantil que permitia na moradia da UFMG terem, pela primeira vez na vida, um banheiro com azulejos brancos, um quarto com portas, uma cama, uma mesa de estudos e um guarda-roupas só seu.

Apesar de não ser bolsista, acompanhei de perto o sufoco de meus colegas a cada início de mês e no grupo do WhatsApp a cada mensagem angustiante de “caiu a bolsa”. Foram várias as vezes que falaram durante o Mestrado em acabar com a pós-graduação ou ter que se pagar para fazer o Mestrado. Mesmo estando no mercado de trabalho desde que me formei, eu nunca tive condições de pagar por um Mestrado em universidade particular. E fiquei pensando que fantástica é essa oportunidade de conseguir se manter enquanto se aperfeiçoa, com tempo inclusive para frequentar os grupos de estudos que a UFMG oferece, entra tantas atividades e oportunidades que existem.

Também preciso reconhecer o grupo maravilhoso de professores que fazem parte desse programa de Estudos do Lazer. Todos me marcaram muito e é difícil citar um e não outro. Mas quero fazer um agradecimento especial ao professor Silvio, que durante uma entrevista no Casa Aberta me apresentou o programa e falou da abertura do processo seletivo para o Mestrado, sendo um grande incentivador para eu chegar até aqui. Também preciso agradecer nesse momento ao professor Luciano, que no processo de definição do objeto de estudo do Mestrado me disse uma frase que nunca vou esquecer: Velise, faça sobre o Programa Casa Aberta. Se o programa terminar, você vai encontrar ainda mais sentido em tudo o que está fazendo. E hoje penso em como ele tinha razão. E também preciso agradecer imensamente ao meu orientador, professor Élcio Cornelsen, que desde o início sempre me respondeu com muita atenção as minhas dúvidas e solicitações, e ao Danilo, secretário do programa, que me salvou

várias vezes nos processos burocráticos. Eles fizeram muita diferença ao longo do processo. Lamento não ter tido mais tempo para usufruir de tudo o que a UFMG oferece. O carinho especial que tenho por esta universidade agora vai muito além da gratidão e reconhecimento.

Também preciso agradecer a outra instituição pública, a Rádio Inconfidência, que é a empresa em que eu trabalho desde janeiro de 2005 e que, depois de conhecer sua história por meio desse Mestrado, passei a enxergar com olhares muito mais generosos e amorosos. Como eu gostaria que todo funcionário da rádio tivesse a mesma oportunidade que eu, de conhecer a história e toda a importância da rádio, do seu local de trabalho.

Foram várias as pessoas dentro da Inconfidência que permitiram que eu chegasse ao final deste Mestrado. Tenho que começar agradecendo ao grande responsável por esta etapa, o ex-presidente da Empresa Mineira de Comunicação, Elias Santos. Foi ele quem me incentivou a fazer um Mestrado, mesmo em nenhum momento cogitando que seria sobre rádio e muito menos sobre o Casa Aberta. Foi o Elias também quem me apresentou na prática um rádio expandido, mudando completamente a minha percepção profissional e a minha trajetória enquanto produtora. Também preciso agradecer a Cleiber Pacífico, quem me ensinou o que era um projeto de Mestrado e ainda me indicou meu orientador na hora da inscrição.

Sou muito grata ao apoio que sempre tive da minha equipe de trabalho, o departamento de produção da Inconfidência, que não mediu esforços para me apoiar nos momentos em que eu precisava me ausentar da rádio para estar em sala de aula. Preciso citar o nome deles: Pedro Henrique, meu coordenador, Wladimir Penido e Flávio Henrique Silveira. Agradeço também ao colega Ricardo Parreiras, que foi indispensável nesse processo de amadurecimento do Mestrado e na apresentação e percepção do meu próprio local de trabalho. Por fim, ao Kelson, quem me ajudou com o contrato e dados do Ibope tão importante para esta pesquisa.

Além dessas duas instituições públicas, patrimônio dos mineiros, preciso agradecer a uma privada, que faz parte do meu patrimônio pessoal. A minha família, que desde sempre é o grupo de maiores incentivadores da minha vida. Meus pais, Nara e Ademar, minha irmã Taísa e, especialmente, ao meu irmão Thiago, pós doutor nessa mesma universidade e minha referência em vários momentos da pesquisa. Também agradeço ao Ricardo pelo companheirismo e apoio. Por fim, agradeço a Deus, causa primária de todas as coisas.

Para Clárisse, claridade na reta final do Mestrado,

luz para o presente e futuro



## RESUMO

Com o surgimento e o rápido avanço das tecnologias de informação e comunicação, o rádio passou por uma série de modificações em seus modelos e práticas. Aparelhado pelos meios digitais, o rádio pode oferecer não apenas os elementos sonoros tradicionais (voz, efeitos), mas toda uma arquitetura de interação, gerando o conceito de Rádio Expandido (KISCHINHEVSKY, 2016). Nesse novo formato de rádio, o som também dialoga com o vídeo, a fotografia, a infografia e o texto escrito. Mas outro aspecto muito importante do rádio expandido se refere à audiência. Hoje, o público não apenas ouve e presta atenção, mas critica, elogia, participa e interage com outros ouvintes em múltiplas plataformas. A tecnologia mudou a forma como muitos ouvintes se comportam ao longo de uma transmissão e, hoje, podemos considerá-los também como sujeitos no processo comunicativo, responsáveis pela produção de sentido. Estamos presenciando cada vez mais o ouvinte se deslocando de sua passividade como consumidor de entretenimento, de notícias, para um nível de maior interação e interpretação sobre o conteúdo noticiável. Para entender como foi essa transformação pela qual o meio passou, na presente Dissertação, percorreremos o processo de evolução da Rádio Inconfidência, criada em Belo Horizonte, em 1936. Além da retrospectiva histórica, faremos um estudo de caso com o Programa Casa Aberta, da Rádio Inconfidência FM, o primeiro programa a adotar esse modelo de rádio expandido na Brasileiríssima. O objetivo é analisar esses novos formatos para a produção de conteúdo no meio e promover uma reflexão sobre as transformações do rádio frente às inovações tecnológicas e à convergência das mídias. Entre as considerações finais, destacamos que a Inconfidência se encontra na transição do rádio hertziano para o rádio expandido e hipermidiático, se apropriando, principalmente, do WhatsApp e de redes sociais para a interação com os ouvintes.

**Palavras-chave:** Rádio Inconfidência. Rádio Expandido. Programa Casa Aberta. Lazer no Rádio. História do Rádio. Memória do Rádio.

## ABSTRACT

With the emergence and rapid advancement of information and communication technologies, radio has undergone several changes in its models and practices. Rigged by digital media, the radio can offer not only the traditional sound elements (voice, effects) but also an entire interaction architecture, generating the concept of Expanded Radio (KISCHINHEVSKY, 2016). In this new radio format, sound also dialogues with video, photography, infographics and written text. Another very important aspect of expanded radio is the audience. Today, listeners not only listen and pay attention, but criticize, praise, participate and interact with other listeners on multiple platforms. Technology has changed the way many listeners behave throughout a broadcast and today we can consider them as subjects in the communication process, responsible for the production of meaning. We are increasingly witnessing the listener moving from their passivity as a consumer of entertainment and news to a level of greater interaction and interpretation about the newsworthy content. To understand how this transformation took place, in this work, we will go through the evolution process of Radio Inconfidência, incorporated in Belo Horizonte in 1936. In addition to the historical retrospective, we will do a case study with the “Casa Aberta” (Open House) Program of Radio Inconfidência FM, the first program to adopt this expanded radio model in “Brasileiríssima”. The objective is to analyze these new formats for the production of content in the environment and encourage a reflection on the radio’s change of function in the face of technological innovations and the convergence of media. Among final considerations, we highlight that Radio Inconfidência is currently in the transition from hertzian radio to expanded, hypermedia radio, appropriating, mainly, WhatsApp and social networks for interaction with listeners.

**Keywords:** Radio Inconfidência. Expanded Radio. Casa Aberta (Open House) Program. Leisure in radio. Radio History. Radio Memory.

## LISTA DE GRÁFICOS

Gráfico 1 - Comparação do número de postagens do Programa Casa Aberta em relação ao total de postagens do Instagram da Rádio Inconfidência de 2015 a 2019 .....	131
Gráfico 2 - O público do Programa Casa Aberta, por critério de gênero .....	136
Gráfico 3 - Perfil do público do Instagram do Programa Casa Aberta .....	140
Gráfico 4- Perfil dos ouvintes por gênero .....	143
Gráfico 5- Perfil dos ouvintes por orientação sexual .....	144
Gráfico 6- Perfil dos ouvintes por idade .....	144
Gráfico 7- Localidade dos ouvintes .....	145
Gráfico 8- Faixa salarial dos ouvintes.....	146
Gráfico 9 – Frequência que escuta a Rádio Inconfidência.....	147
Gráfico 10 – Por que escuta a Rádio Inconfidência?.....	148
Gráfico 11– Por que escuta o Casa Aberta? .....	149
Gráfico 12 – Dispositivos que escuta o Casa Aberta.....	151
Gráfico 13 – Realiza outra atividade do ato de escuta do Programa Casa Aberta?.....	152
Gráfico 14 – Atividade no ato de escuta do Programa Casa Aberta.....	153
Gráfico 15 – Maneiras que participa do Programa Casa Aberta .....	155
Gráfico 16 – Motivos para participar do Programa Casa Aberta .....	157
Gráfico 17 – Frequência que participa do Programa Casa Aberta .....	166
Gráfico 18 – Dificuldade para participar do Programa Casa Aberta? .....	167
Gráfico 19 – Quais são as dificuldades para participar do Programa Casa Aberta? .....	168
Gráfico 20 – Preferências em relação ao Programa Casa Aberta.....	171
Gráfico 21 – Participação em eventos por sugestão do Programa Casa Aberta.....	173
Gráfico 22 – Já sugeriu algum evento para a Rádio Inconfidência? .....	174
Gráfico 23 – Importância do Programa Casa Aberta.....	175
Gráfico 24 – Percepção de mudanças de práticas sociais após o consumo do Programa Casa Aberta.....	176
Gráfico 25 – Mudanças observadas de práticas sociais após o consumo do Programa Casa Aberta.....	177
Gráfico 26 – Mudança de opinião após o consumo do Programa Casa Aberta .....	182
Gráfico 27 – Solicitações para a Rádio Inconfidência ou Governo de Minas Gerais .....	188
Gráfico 28 – Sugestões para o Programa Casa Aberta .....	196
Gráfico 29 – Sugestões para a Rádio Inconfidência .....	197

Gráfico 30 – Qual a coisa mais importante no Casa Aberta?.....	209
Gráfico 31 – A audição do rádio.....	244
Gráfico 32 – A audição do rádio na região nordeste analisada pelo Kantar Ibope Media.....	244
Gráfico 33 – A audição do rádio na região centro-oeste analisada pelo Kantar Ibope Media.....	245
Gráfico 34 – A audição do rádio na região sul analisada pelo Kantar Ibope Media .....	245
Gráfico 35 – A audição do rádio na região sudeste analisada pelo Kantar Ibope Media .....	246
Gráfico 36 – Consumo do meio Rádio por região .....	247
Gráfico 37 – Tempo de consumo do meio Rádio por região .....	247
Gráfico 38 – Tempo de consumo do meio Rádio de 2016 a 2019 .....	248
Gráfico 39 – Consumo de conteúdo da web do meio Rádio de 2017 a 2019 .....	249
Gráfico 40 – Perfil do público do meio Rádio de 2015 a 2019 em relação ao gênero .....	250
Gráfico 41 – Perfil do público analisado pelo Kantar Ibope Media em relação ao consumo do meio Rádio na internet em 2018 e 2019.....	250
Gráfico 42 – Perfil do público analisado pelo Kantar Ibope Media em relação ao consumo do meio Rádio na internet em 2018 e 2019.....	251
Gráfico 43 – Perfil do público analisado pelo Kantar Ibope Media em relação ao consumo do meio Rádio na internet por classe social .....	252
Gráfico 44 – Perfil do público analisado pelo Kantar Ibope Media em relação ao consumo do meio Rádio por idade .....	253
Gráfico 45 – Perfil do público analisado pelo Kantar Ibope Media em relação ao consumo do meio Rádio na internet por idade em 2018 .....	254
Gráfico 46 – Perfil do público analisado pelo Kantar Ibope Media em relação ao consumo do meio Rádio na internet por idade em 2019 .....	254
Gráfico 47 – Perfil do público analisado pelo Kantar Ibope Media em relação ao consumo do meio Rádio por idade nos últimos 30 dias - 2019 .....	255
Gráfico 48 – Dispositivos para consumir o meio rádio nos últimos 30 dias - 2019.....	256
Gráfico 49 – Dispositivos para consumir o meio rádio nos últimos 30 dias – 2019 – comparando a região de Belo Horizonte com as outras 12 regiões analisadas pelo Kantar Ibope Media..	257
Gráfico 50 – Dispositivos para consumir o meio rádio nos últimos 30 dias – 2019 – comparando a região de Belo Horizonte com as outras 12 regiões analisadas pelo Kantar Ibope Media..	258
Gráfico 51 – Dispositivos para consumir o meio rádio 2018.....	258
Gráfico 52 – Dispositivos para consumir o meio rádio 2019.....	259
Gráfico 53 – Locais de consumo do meio rádio em 2016.....	260
Gráfico 54 – Locais de consumo do meio rádio de 2017 a 2019 .....	260

Gráfico 55 – Perfil do ouvinte do Programa Casa Aberta em 2015 por gênero.....	261
Gráfico 56 – Perfil do ouvinte do Programa Casa Aberta em 2016 por gênero.....	262
Gráfico 57 – Perfil do ouvinte do Programa Casa Aberta em 2016 por gênero.....	262
Gráfico 58 – Perfil do ouvinte do Programa Casa Aberta em 2016 por gênero.....	263
Gráfico 59 – Perfil do ouvinte do Programa Casa Aberta em 2019 por gênero.....	264
Gráfico 60 – Perfil do ouvinte do Programa Casa Aberta em 2015 por classe social .....	265
Gráfico 61 – Perfil do ouvinte do Programa Casa Aberta em 2016 por classe social .....	265
Gráfico 62 – Perfil do ouvinte do Programa Casa Aberta em 2017 por classe social .....	266
Gráfico 63 – Perfil do ouvinte do Programa Casa Aberta em 2018 por classe social .....	266
Gráfico 64 – Perfil do ouvinte do Programa Casa Aberta em 2019 por classe social .....	267
Gráfico 65 – Localidade dos ouvintes do Programa Casa Aberta em 2015 por região .....	267
Gráfico 66 – Localidade dos ouvintes do Programa Casa Aberta em 2016 por região .....	269
Gráfico 67 – Localidade dos ouvintes do Programa Casa Aberta em 2016 por região .....	269
Gráfico 68 – Localidade dos ouvintes do Programa Casa Aberta em 2018 por região .....	270
Gráfico 69 – Localidade dos ouvintes do Programa Casa Aberta em 2019 por região .....	270
Gráfico 70 - Perfil do ouvinte do Programa Casa Aberta em 2015 pelo grau de instrução ...	271
Gráfico 71 - Perfil do ouvinte do Programa Casa Aberta em 2016 pelo grau de instrução ...	272
Gráfico 72 - Perfil do ouvinte do Programa Casa Aberta em 2017 pelo grau de instrução ...	272
Gráfico 73 - Perfil do ouvinte do Programa Casa Aberta em 2018 pelo grau de instrução ...	273
Gráfico 74 - Perfil do ouvinte do Programa Casa Aberta em 2019 pelo grau de instrução ...	273
Gráfico 75 – Percentual de ouvintes do Programa Casa Aberta em 2015 na condição ocupado .....	274
Gráfico 76 - Percentual de ouvintes do Programa Casa Aberta em 2016 na condição ocupado .....	275
Gráfico 77 - Percentual de ouvintes do Programa Casa Aberta em 2017 na condição ocupado .....	275
Gráfico 78 - Percentual de ouvintes do Programa Casa Aberta em 2018 na condição ocupado .....	276
Gráfico 79 - Percentual de ouvintes do Programa Casa Aberta em 2019 na condição ocupado .....	277
Gráfico 80 - Percentual de ouvintes do Programa Casa Aberta em 2015 por idade .....	277
Gráfico 81 - Percentual de ouvintes do Programa Casa Aberta em 2016 por idade .....	278
Gráfico 82 - Percentual de ouvintes do Programa Casa Aberta em 2017 por idade .....	279
Gráfico 83 - Percentual de ouvintes do Programa Casa Aberta em 2018 por idade .....	279

Gráfico 84 - Percentual de ouvintes do Programa Casa Aberta em 2019 por idade .....	280
Gráfico 85 – Local de consumo do meio rádio dos ouvintes em 2015 .....	281
Gráfico 86 – Local de consumo do meio rádio dos ouvintes em 2016 .....	281
Gráfico 87 – Local de consumo do meio rádio dos ouvintes em 2017 .....	282
Gráfico 88 – Local de consumo do meio rádio dos ouvintes em 2018 .....	283
Gráfico 89 – Local de consumo do meio rádio dos ouvintes em 2019 .....	283
Gráfico 90 – Dispositivos usados pelos ouvintes do Programa Casa Aberta em 2015 .....	284
Gráfico 91 – Dispositivos usados pelos ouvintes do Programa Casa Aberta em 2016 .....	284
Gráfico 92 Dispositivos usados pelos ouvintes do Programa Casa Aberta em 2017 .....	285
Gráfico 93 – Dispositivos usados pelos ouvintes do Programa Casa Aberta em 2018 .....	286
Gráfico 94 – Dispositivos usados pelos ouvintes do Programa Casa Aberta em 2019 .....	286
Gráfico 95 – Percentual de ouvintes do Programa Casa Aberta com acesso à internet em 2015 .....	287
Gráfico 96 – Percentual de ouvintes do Programa Casa Aberta com acesso à internet em 2016 .....	288
Gráfico 97 – Percentual de ouvintes do Programa Casa Aberta com acesso à internet em 2017 .....	288
Gráfico 98 – Percentual de ouvintes do Programa Casa Aberta com acesso à internet em 2018 .....	289
Gráfico 99 – Percentual de ouvintes do Programa Casa Aberta com acesso à internet em 2019 .....	289
Gráfico 100 – O público do Programa Casa Aberta, por critério de gênero .....	310
Gráfico 101 – Postagens e fotos de ouvintes do Programa Casa Aberta em 2015 .....	332
Gráfico 102 – Vídeos publicados no Programa Casa Aberta em 2015 .....	332
Gráfico 103 – Engajamento no Facebook do Programa Casa Aberta em 2015 .....	333
Gráfico 104 – Postagens e fotos de ouvintes do Programa Casa Aberta em 2016 .....	334
Gráfico 105 – Vídeos publicados no Programa Casa Aberta em 2016 .....	334
Gráfico 106 – Engajamento no Facebook do Programa Casa Aberta em 2016 .....	335
Gráfico 107 – Postagens e fotos de ouvintes do Programa Casa Aberta em 2017 .....	336
Gráfico 108 – Vídeos publicados no Programa Casa Aberta em 2017 .....	337
Gráfico 109 – Engajamento no Facebook do Programa Casa Aberta em 2017 .....	337
Gráfico 110 – Postagens e fotos de ouvintes do Programa Casa Aberta em 2018 .....	339
Gráfico 111 – Vídeos publicados no Programa Casa Aberta em 2018 .....	339
Gráfico 112 – Engajamento no Facebook do Programa Casa Aberta em 2018 .....	340

Gráfico 113 – Postagens e fotos de ouvintes do Programa Casa Aberta em 2019.....	341
Gráfico 114 – Vídeos publicados no Programa Casa Aberta em 2019.....	342
Gráfico 115 – Engajamento no Facebook do Programa Casa Aberta em 2019 .....	342
Gráfico 116 – Comparação do número de postagens do Programa Casa Aberta em relação ao total de postagens do Instagram da Rádio Inconfidência de 2015 a 2019 .....	348
Gráfico 117 – Perfil do público do Instagram da Rádio Inconfidência .....	373
Gráfico 118 – Perfil do público do Instagram do Programa Casa Aberta .....	374

## **LISTA DE TABELAS**

Tabela 1 - Principais localidades dos fãs da página.....	136
Tabela 2 - Localidades ao redor do mundo. ....	137
Tabela 3 - Principais localidades dos fãs da página.....	311
Tabela 4 - Principais localidades dos fãs da página ao redor do mundo. ....	311



## SUMÁRIO

<b>1</b>	<b>INTRODUÇÃO .....</b>	<b>20</b>
1.1	POR QUE ESTUDAR O LAZER NO RÁDIO E O PROGRAMA CASA ABERTA? 20	
1.2	JUSTIFICATIVA .....	24
1.3	METODOLOGIA.....	25
<b>1.3.1</b>	<b>Questionário com ouvintes .....</b>	<b>26</b>
<b>1.3.2</b>	<b>Entrevista com o funcionário referência, o funcionário mais antigo da Rádio Inconfidência.....</b>	<b>32</b>
1.4	COMPOSIÇÃO DA PESQUISA.....	33
<b>2</b>	<b>CAPÍTULO 1: ESTE UNIVERSO CHAMADO RÁDIO .....</b>	<b>35</b>
2.1	LAZER E CONTEMPORANEIDADE.....	35
2.2	HISTÓRIA DO RÁDIO E DO LAZER NO RÁDIO.....	40
<b>2.2.1</b>	<b>Surgimento do rádio .....</b>	<b>40</b>
2.2.1.1	Surgimento do rádio no Brasil .....	42
2.2.1.2	Os programas de Auditório .....	43
2.2.1.3	Futebol e rádio.....	43
2.2.1.4	Radionovelas .....	46
2.2.1.5	Humor e rádio.....	47
2.2.1.6	O Surgimento do Transistor .....	48
2.2.1.7	Surgimento das FMs .....	48
2.2.1.8	Lazer nas Ondas Curtas (OC).....	49
<b>2.2.2</b>	<b>Lazer no Rádio, na era da Internet .....</b>	<b>50</b>
2.2.2.1	Os novos formatos .....	50
2.2.2.2	O novo cenário do rádio.....	53

2.3	RÁDIO PÚBLICA: PRECISAMOS DISSO?.....	54
2.4	RÁDIO INCONFIDÊNCIA, PATRIMÔNIO DOS MINEIROS.....	59
2.5	O LAZER NA RÁDIO INCONFIDÊNCIA .....	80
<b>3</b>	<b>O RÁDIO EXPANDIDO .....</b>	<b>87</b>
3.1	A CULTURA DA CONEXÃO .....	87
3.2	O RÁDIO EXPANDIDO.....	100
3.3	O PROGRAMA CASA ABERTA .....	105
<b>3.3.1</b>	<b>Problemas e dificuldades do Programa Casa Aberta.....</b>	<b>119</b>
<b>4</b>	<b>O COMPORTAMENTO DO OUVINTE NO RÁDIO EXPANDIDO .....</b>	<b>122</b>
<b>4.1.1</b>	<b>O perfil do ouvinte de rádio e do ouvinte do programa casa aberta segundo o Kantar Ibope Media.....</b>	<b>122</b>
4.2	A ANÁLISE DAS REDES SOCIAIS DO PROGRAMA CASA ABERTA ...	124
<b>4.2.1</b>	<b>Uma rádio com imagens .....</b>	<b>124</b>
<b>4.2.2</b>	<b>Análise das Postagens do Programa Casa Aberta nas Redes Sociais da Rádio Inconfidência.....</b>	<b>125</b>
<b>4.2.3</b>	<b>Análise das Postagens Das Redes Sociais do Programa Casa Aberta.....</b>	<b>135</b>
4.3	RESULTADOS DA PESQUISA COM O OUVINTE DO PROGRAMA CASA ABERTA	142
<b>4.3.1</b>	<b>Análise dos resultados da Pesquisa .....</b>	<b>220</b>
	<b>CONSIDERAÇÕES FINAIS.....</b>	<b>225</b>
	<b>REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS .....</b>	<b>238</b>
	<b>APÊNDICE .....</b>	<b>243</b>
<b>1</b>	<b>DADOS DO KANTAR IBOPE MEDIA .....</b>	<b>243</b>
1.1	O PERFIL DO OUVINTE DO PROGRAMA CASA ABERTA SEGUNDO O KANTAR IBOPE MEDIA.....	261
<b>2</b>	<b>REDES SOCIAIS DA RÁDIO INCONFIDÊNCIA E PROGRAMA CASA ABERTA</b>	<b>290</b>

2.1	O FACEBOOK DA RÁDIO INCONFIDÊNCIA.....	290
2.2	O PROGRAMA CASA ABERTA NO FACEBOK DA RÁDIO INCONFIDÊNCIA .....	291
2.3	O FACEBOOK DO PROGRAMA CASA ABERTA.....	309
2.3.1	As classificações por estrela e recomendações do Facebook.com/programacasaaberta .....	312
2.3.2	As postagens dos ouvintes na linha do tempo do Facebook.com/programacasaaberta .....	315
2.3.3	As postagens dos gerenciadores do Facebook.com/programacasaaberta...	331
3	O @RADIOINCONFIDENCIA .....	343
3.1	O PROGRAMA CASA ABERTA NO @RADIOINCONFIDENCIA.....	351
4	O @PROGRAMACASAABERTA .....	373
5	ENTREVISTA NA ÍNTEGRA COM O FUNCIONÁRIO REFERÊNCIA APÓS TRANSCRIÇÃO .....	380
6	CONTRATO COM O KANTAR IBOPE MEDIA.....	387

## 1 INTRODUÇÃO

### 1.1 POR QUE ESTUDAR O LAZER NO RÁDIO E O PROGRAMA CASA ABERTA?

A minha história com a Rádio Inconfidência teve início em janeiro de 2005, quando tomei posse no cargo de produtora executiva por meio de um concurso público. A Rádio Inconfidência pertence ao Governo de Minas Gerais, é uma empresa pública, daí a necessidade do concurso. Eu sempre falo que tive a sorte de marcar o xis certo naquele ano porque foram oferecidos outros cargos para jornalista, como, por exemplo, editor e repórter, e não só para produtor. Não demorei muito para perceber que é o cargo de produtor aquele com o qual eu tenho mais afinidade.

A produção artística é o departamento responsável pelos roteiros dos programas que vão ao ar. Em outras palavras, o produtor executivo é quem organiza e escreve o que o locutor lê durante a programação. É o departamento de produção que decide as pautas e que faz o contato e o convite a todos os convidados do programa.

Uma das funções menos reconhecidas do produtor é a de ser o elo entre o ouvinte e a rádio. Isso porque, mesmo tendo uma atendente de telefone para os ouvintes, muitas vezes as informações que eles pretendem obter sobre determinado programa são tão específicas que só o produtor consegue dar.

A participação de ouvintes no cotidiano da rádio sempre foi uma constante. Ainda hoje, eles ligam com as mesmas solicitações de anos atrás, como, por exemplo, pedir uma música ou um abraço do locutor. Também pedem para localizar uma pessoa desaparecida, divulgar documentos encontrados ou perguntar sobre os perdidos, anunciar coisas para venda ou até mesmo para pedirem doações. Mas existe o ouvinte que liga em função da entrevista. Eles querem, novamente, o serviço da pauta (onde? quando?), o contato ou o nome completo do entrevistado e o esclarecimento de dúvidas diversas.

Ainda hoje, me lembro e me emociono com uma carta que chegou às minhas mãos de um ouvinte do interior de Minas Gerais. Sim, quando entrei na Rádio Inconfidência, ainda existiam cartas. Hoje, elas são mais raras. Esta carta tinha umas seis páginas, mas era de uma caligrafia grande e feia, o português apresentava desvios da chamada norma culta. O ouvinte me contava que ele não teve a oportunidade de estudar, e que a rádio era a sua escola. Ele tinha ouvido, no programa que eu produzia, o especial sobre o 21 de abril e a Inconfidência Mineira. Naquele ano, eu realmente tinha feito um especial de uma semana inteira, em parceria com a

assessoria de comunicação da UFMG, e vários professores que pesquisavam a Inconfidência Mineira participaram. Na carta, ele então pedia um favor muito especial, ele não gostaria ou não poderia morrer sem saber quem tinha sido Robespierre. Ele contava também que sabia que não era da história do Brasil, mas que, talvez, aqueles professores pudessem saber.

Acabei me propondo a produzir para o mesmo programa uma entrevista sobre a Revolução Francesa. E ele escreveu novamente para a rádio, dessa vez para agradecer e, entre outras coisas, disse que poderia morrer feliz porque agora sabia quem tinha sido Robespierre.

Outra ouvinte que marcou esse meu início na rádio é a famosa Valéria, também apelidada pelo locutor Tutti Maravilha de “fiscal”, porque qualquer coisa que acontecesse na rádio ela sabia informar. Falo famosa porque a Valéria já chegou a ser fonte de matérias na televisão, por seu hobby de não só ouvir como gravar toda a programação da Rádio Inconfidência. Quando ela faleceu, seu sobrinho fez a doação dessas fitas para a rádio. São mais de 32 mil. Hoje, parte dessas gravações pode ser ouvida ao longo da programação, em pílulas denominadas “Retratos Sonoros”. A Valéria, desde que eu cheguei à rádio, me ligava pelo menos duas vezes por semana para comentar os programas que eu produzia. Ela também me mandava presentes e pedia música no dia do meu aniversário, quase sempre Kleiton e Kledir, porque ela sabia que eu era gaúcha.

Outro ouvinte que eu sempre vou lembrar é o Carlos Zerbini, de Vitória, no Espírito Santo. O Carlos participava muito pelo telefone de um programa humorístico chamado “Delírio e Cia”. Certo dia, de férias em Belo Horizonte, resolve visitar a rádio. E nesta visita ele me pergunta pelas pessoas do programa; na verdade, eram personagens de um único locutor, especialista em criar vozes. Quando ele soube que as pessoas do programa não eram reais, começou a passar muito mal na minha frente. Eu realmente achei que ele iria morrer. Passado o susto, fiquei pensando que magia é essa do rádio ao ser capaz de fazer até personagens fictícios serem tão importantes para os ouvintes.

É importante falar também que, por muitas vezes, o departamento de produção ficou responsável pela entrega de brindes dos programas da rádio, e isso fazia com que a gente conhecesse e conversasse com esses ouvintes vencedores das promoções. Eles sempre comentavam alguma coisa sobre a programação. Com o tempo, eu já reconhecia muitos deles.

Porém, essa minha relação com os ouvintes mudou completamente a partir de maio de 2016, quando assumi a produção do “Casa Aberta”. O programa existia há pouco mais de sete

meses e vinha com uma proposta diferente de todos os outros da rádio, que era o uso diário do WhatsApp, com a intensa participação dos ouvintes, comentando a programação, e, inclusive, gravando quadros para o programa, com a própria voz.

O WhatsApp, diferente do telefone, permitiu um contato diário bem mais amplo, já que era possível conversar com vários ouvintes ao mesmo tempo. Foi quando descobri que eram muitos os ouvintes que escutavam o programa todos os dias. Não demorou nem um mês para que eu conhecesse o perfil de vários deles, os gostos, a profissão e até como era sua família. O “Casa Aberta” também tinha a proposta de fazer um rádio com imagens, e era comum os ouvintes mandarem fotos de suas casas, de suas famílias, dos lugares que visitavam. Em pouco tempo, foi possível conhecer bem de perto o ouvinte, como se ele fosse alguém próximo a você.

Antes do “Casa Aberta”, minha principal preocupação era com o conteúdo dos programas que eu produzia, qual era a pauta e quem era a fonte. Depois do “Casa Aberta”, eu já não enxergava mais o rádio nesse viés do jornalismo. Passei a entendê-lo como o veículo de comunicação que sempre foi, capaz não só de informar, mas com uma capacidade enorme de entreter, de emocionar e ser aquilo que a maioria dos ouvintes aponta como sua principal qualidade: ser um companheiro.

Foi isso que me incentivou a fazer um Mestrado em Estudos do Lazer e não na área de Comunicação. Assim, tencionei buscar entender como o rádio pode ser objeto de lazer, de companhia diária dessas pessoas, e o que as faz participar diariamente num programa de rádio, emitindo opiniões, comentários, vídeos e fotos.

Confesso que esse caminho multidisciplinar foi realmente desafiador. Até porque quando me formei em Jornalismo estava sendo recém-criado o Orkut, a primeira rede social. Necessitei de muitas novas leituras e teorias da comunicação. Por vezes, o universo do lazer também era muito distante da minha formação acadêmica.

Outro desafio nessa trajetória foi em relação à própria metodologia de pesquisa. No início, a pretensão era estudar a apropriação do WhatsApp pelos ouvintes no contato com a rádio, mas isso foi novidade até para o COEP, Comitê de Ética em Pesquisa da UFMG. Acabei aproveitando para fazer uma pesquisa ampla com os ouvintes. Sem dúvida, foi uma situação muito específica do momento e penso, hoje, que foi uma oportunidade única. O fato de o locutor do Programa Casa Aberta ser, na época, o presidente da empresa me possibilitava os meios para

fazer. Hoje, não seria possível. Certamente, eu faria uma pesquisa qualitativa com pouco mais de dez ouvintes.

Tanto que a minha pesquisa começou no dia 8 de outubro de 2019, terminando numa terça-feira, dia 29 de outubro. O Programa Casa Aberta quase terminou junto com ela, tendo sua última edição ido ao ar no dia primeiro de novembro. Foram três dias a mais que me permitiram o sucesso da pesquisa.

Término este Mestrado com um número maior de páginas que o aconselhável, mas satisfeita por ter algo inédito na história da própria Rádio Inconfidência. Fica ainda a certeza que muito mais poderia ter sido falado se o tempo do Mestrado não fosse tão desafiador.

Não poderia terminar estas linhas sobre a trajetória do Mestrado sem lembrar das aulas da professora portuguesa Maria Manuel, que duraram uma só semana, mas muito me marcaram nesse processo com uma simples conversa de intervalo. Ela me sugeriu que ao final de tudo eu me lembrasse do pesquisador Stuart Hall e me perguntasse: quem eu era e quem eu me tornei?

Eu era uma produtora de rádio limitada por processos aprendidos na faculdade, que focavam muito mais na forma, no texto e na fonte do que nas relações com o público. Hoje, sou uma profissional preocupada com esta interação com os ouvintes, que sofre, e muito, penosamente, a cada ordem da diretoria de ignorar as mensagens deles, de não responder. Também sou a colega de trabalho indesejada, principalmente por combater a visão institucionalizada entre os demais funcionários da Inconfidência de que a rádio só sobreviverá se não chamar a atenção dos poderosos e for sempre neutra.

Eu era uma funcionária que não sabia nem a missão da própria empresa, quanto mais a sua história. Hoje, sou alguém que leu e estudou todas as leis relativas à Rádio Inconfidência, que indicam a sua finalidade e propósito, todas as 700 páginas digitalizadas da *Revista do Rádio* que falam sobre a rádio, também todas as notícias sobre a Inconfidência nas edições que vão de 1939 a 1964 da *Revista Alterosa*, além de outras pesquisas que não quantifiquei no jornal *Minas Gerais*, *Folha de Minas*, *O Diário*, *Binômio* e *Diário de Minas*.

Ao ser provocada no início do Mestrado por meu orientador sobre a afirmação de que a Inconfidência surgiu para integrar o Estado de Minas Gerais, sendo que estávamos vivendo uma época em que as bandeiras dos estados da federação eram queimadas em torno do ideal de nacionalidade de Getúlio Vargas, acabei iniciando uma pesquisa histórica da Inconfidência. Três meses depois, ajudei a formular um novo projeto de reconhecimento de patrimônio

imaterial da Rádio Inconfidência junto ao *Instituto Estadual do Patrimônio Histórico e Artístico* de Minas Gerais, IEPHA.

Também, hoje, sou a principal responsável por atender às demandas de pesquisa sobre a rádio, solicitações de arquivos e visitas monitoradas na rádio de escolas e universidades.

Ainda é cedo para mensurar todas as mudanças que o Mestrado provocou tanto em termos de formação como, principalmente, profissionalmente. Mas esse exercício de percepção já se fez muito presente ao longo dos últimos meses e eu espero seguir muito em breve para uma próxima etapa, a do Doutorado.

## 1.2 JUSTIFICATIVA

As contribuições do rádio para o lazer são muitas. Ele pode ser a sua “caixinha de música” preferida, pode ser o lugar que você escuta sobre a escalação do seu time de futebol ou a expectativa para o jogo ao qual você quer ir, mas pode ser também o momento de você dar risadas com aquele programa de humor ou saber dos eventos culturais da cidade e se programar para assisti-los. O rádio pode lhe apresentar novos cantores, artistas, músicas e, ao mesmo tempo, lhe ensinar sobre cultura e arte.

Mas o rádio também pode ser a sua companhia, em duplo sentido, porque ele também pode ser o lugar em que você interage com profissionais que ali trabalham, e até mesmo com outros ouvintes. E essa interação pode ser tanto por uma conversa por telefone como por uma participação pelas redes sociais. O rádio pode tornar-se um lugar de encontros e amizades. O rádio também pode ser seu incentivador a experimentar novas coisas, a olhar para o céu e tirar uma foto para compartilhar com os outros ouvintes.

O rádio pode ser, ainda, o som que lhe acompanha enquanto cozinha, enquanto arruma a casa, enquanto está de pernas pro ar ou, então, enfrentando um trânsito caótico. O rádio pode ser o som que grita “gooooool” mesmo quando você está dentro do estádio. Mas ele também pode ser o *podcast* que você baixa por determinado interesse, pode ser a foto postada nas redes sociais da emissora, ou o vídeo do programa que você mesmo escolhe quando quer ver.

Portanto, o rádio é único para cada pessoa. O rádio é diferente em cada plataforma. Cada formato possui características específicas para a fidelização do ouvinte. Cada formato permite que o rádio entre na vida do ouvinte de uma forma diferente. E descobrir como o rádio pode ser um momento de lazer para essas pessoas justifica a presente pesquisa.



### 1.3 METODOLOGIA

Estudar o rádio a partir de seu público; interpretar a Rádio Inconfidência a partir da visão desse público, sem abandonar os aspectos institucionais trazidos pelo Programa Casa Aberta; pesquisar como esse rádio, agora com a internet e redes sociais (o rádio expandido), muda o cotidiano dos ouvintes: eis os assuntos que pretendi abordar nesta Dissertação.

Para buscar entender quais são os vínculos que unem os ouvintes aos locutores e provoca neles a vontade de interagir com a rádio, decidi utilizar como corpus de pesquisa um questionário *online* sobre a frequência e modos de interação com a Rádio Inconfidência, respondido pelos ouvintes do Programa Casa Aberta da Rádio Inconfidência FM. O Casa Aberta era o recordista de interação pelo WhatsApp e, assim, tivemos a chance de olhar para uma produção radiofônica que prezava pela convergência de mídia, peça fundamental para entender o lazer nesses novos tempos de rádio expandido.

Os ouvintes foram convidados por um *post* do Facebook no dia 08 de outubro de 2019. Além do *link* para a pesquisa, o *post* trazia integralmente o TCLE aprovado pelo Comitê de Ética em Pesquisa – COEP, da UFMG.

O questionário foi disponibilizado por meio da ferramenta Google Forms. O prazo para o preenchimento da pesquisa foi de três semanas, de 08 a 29 de outubro de 2019. O ouvinte, dentro desse período, respondeu o questionário quando oportuno, respeitando o distanciamento necessário da pesquisadora e adaptando a pesquisa ao novo universo estudado, a internet.

O Google Forms é uma ferramenta de uso gratuito oferecida pela Google, e que possibilita a criação de formulários de pesquisa através da internet. O pesquisador pode formular um questionário com questões de múltipla escolha ou discursivas. As respostas às pesquisas são coletadas de forma organizada e automática, com informações e gráficos em tempo real. Outra vantagem da ferramenta é que, além de computadores, o Google Forms também funciona perfeitamente em *smartphones* e *tablets*.

Os questionários online permitem a coleta de dados complexos, variados, e em maior número, por serem de aplicação e preenchimento rápido e objetivo, proporcionando maior uniformidade nas respostas. O uso desse instrumento também permite, além da coleta sistemática de informações, a realização de correlação de suas variáveis através de testes estatísticos, o que gera maior produção de informações em relação ao tema pesquisado. Esses

dados obtidos são posteriormente lançados, pela própria ferramenta, em planilhas eletrônicas ou em *softwares* específicos que permitem a análise estatística e a validação dos dados.

Entre as vantagens da ferramenta de pesquisa escolhida podemos apontar: a não utilização de grande quantidade de papel e caneta e a locomoção no campo de pesquisa; redução do custo com a impressão de cópias; criação, armazenamento e acesso imediato ao banco de dados; a facilidade em corrigir algum dado marcado errado; rapidez no preenchimento; economia de tempo e a maior rapidez na captação e processamento de todas as informações.

Entre as possíveis desvantagens, estão: uma possível falta de conhecimento de informática e de preparo para a formulação da pesquisa por parte da pesquisadora; a pouca habilidade de navegação na internet por parte de alguns possíveis entrevistados; e a falta de conexão ou acessibilidade a rede em certos locais para o preenchimento da pesquisa por parte dos entrevistados.

Contudo, acreditamos que o uso do Google Forms possui mais vantagens do que desvantagens e possibilitou uma forma mais rápida e objetiva na coleta, na organização e no processamento dos dados da pesquisa. A aplicação dessa ferramenta eletrônica também permitiu a construção de uma pesquisa de delineamento quantitativa descritiva, já que possibilitou a análise de fatos ou fenômenos através do emprego de artifícios quantitativos.

Para a pesquisa desta Dissertação, foi desenvolvido um questionário composto por 25 questões, sendo 08 abertas. Das questões, 05 são sobre o perfil do entrevistado e as demais, sobre a Rádio Inconfidência e o Programa Casa Aberta. A média de tempo para o preenchimento do formulário foi de 07 minutos. A pesquisa era composta pelas seguintes questões:

### **1.3.1 Questionário com ouvintes**

#### **Pesquisa direta com os ouvintes da rádio do Programa Casa Aberta**

##### **1. Identidade de Gênero**

Mulher

Homem

Transgênero

Outro:

##### **2. Orientação Sexual**

Heterossexual

Bissexual

Homossexual

Outro:

### **3. Idade**

De 18 a 25

De 25 a 30

De 30 a 35

De 35 a 40

De 40 a 45

de 45 a 50

de 50 a 55

De 55 a 60

De 60 a 65

De 65 a 70

de 70 a 75

De 75 a 80

Mais de 80

Outro:

### **4. Residência**

Não quero declarar

Região Metropolitana de BH

Barreiro

Centro-Sul

Leste

Nordeste

Noroeste

Norte

Oeste

Pampulha

Venda Nova

Outro:

### **5. Faixa Salarial**

Não quero declarar

de 1 a 2 salários mínimos

de 2 a 3 salários mínimos

de 3 a 4 salários mínimos

de 5 a 10 salários mínimos

de 10 a 15 salários mínimos

Mais de 15 salários mínimos

Outro:

### **6. Com que frequência você escuta a Inconfidência?**

Todos os dias no mesmo horário

Todos os dias em vários horários

4 ou 5 vezes por semana

3 ou 2 vezes por semana  
Pelo menos uma vez por semana  
De vez em quando  
Outro:

**7. O que você procura quando se propõe a ouvir a Rádio Inconfidência? Pode marcar mais de uma opção.**

Informação  
Música  
Lazer  
Humor  
Companhia  
Para me inteirar dos eventos culturais / sociais  
Identificação - Uma rádio que fale de Minas  
Outro:

**8. O que você procura quando se propõe a ouvir o Programa Casa Aberta? Pode marcar mais de uma opção.**

Informação  
Música  
Lazer  
Humor  
Companhia  
Para me inteirar dos eventos culturais / sociais  
Identificação - Uma rádio que fale de Minas  
Outro:

**9. Você escuta o Programa Casa Aberta de quais dispositivos?**

Computador/ Site da rádio  
Rádio Comum  
Rádio do Carro  
Celular/Aplicativos  
Pela live do Facebook  
Pelo canal do YouTube da Rádio Inconfidência  
Outro:

**10. Você escuta o programa fazendo outra atividade?**

Não  
Sim  
As vezes  
Outro:

**11. Em caso afirmativo, qual atividade?**

Sua resposta

**12. Você participa do Programa Casa Aberta de que maneiras? Pode marcar mais de uma opção.**

Gravando quadros

Curtindo / Comentando nas Redes Sociais

Por telefone

Enviando Fotos

Enviando Comentários sobre os temas do programa

Enviando dúvidas aos entrevistados

Ouvindo

Outro:

**13. Por que você interage com o programa? Para você o que significa essa participação?**

Sua Resposta

**14. Você saberia informar quantas vezes participa do programa por mês?**

De 1 a 5

De 5 a 10

De 10 a 15

De 15 a 20

Mais de 20

**15. Você sente alguma dificuldade em participar do programa?**

Sim

Não

Outro:

**16. Ao sentir dificuldades em participar quais são os motivos?**

Sua Resposta

**17. Qual quadro do Casa Aberta você gosta? Pode marcar mais de uma opção.**

Estatuto da Criança e do Adolescente - ECA

Trânsito

Estagiário

Jornalismo

Plugue

Todas as Cores

Periferias em Rede

Pé de Sonho

Arte ao Cubo

Circuito Liberdade  
Fundação Clóvis Salgado Para Todos  
Livro Aberto  
Mestre com Carinho  
Mineiraria  
Pé na Estrada  
Sequência do Ouvinte  
Outro:

**18. Você já foi a algum evento (show, teatro, exposição, etc) por sugestão do programa?**

Sim

Não

Outro:

**19. Você já sugeriu alguma dica ou evento cultural para a rádio?**

Sim

Não

Outro:

**20. Você acha que escutar o programa é importante para a sua vida ou formação?**

Não

Sim

Em alguns momentos

Outro:

**21. Você mudou alguma prática social depois de ouvir o programa?**

Sua Resposta

**22. Você consegue perceber alguma mudança de pensamento, opinião ou postura após alguma entrevista realizada pelo programa?**

Sua Resposta

**23. Você já sentiu necessidade de reclamar ou solicitar algo a rádio ou ao governo do estado em relação à rádio?**

Sua Resposta

An empty text input field with a light gray border. On the right side, there are three small square buttons stacked vertically. On the bottom left, there are two small square buttons, and on the bottom right, there is one small square button. The field is currently empty.

**24. Quais sugestões você teria para a Rádio Inconfidência ou para o Casa Aberta?**

Sua Resposta

An empty text input field with a light gray border. On the right side, there are three small square buttons stacked vertically. On the bottom left, there are two small square buttons, and on the bottom right, there is one small square button. The field is currently empty.

**25. Para você qual a coisa mais importante do Programa Casa Aberta? O que você destacaria?**

Sua Resposta

An empty text input field with a light gray border. On the right side, there are three small square buttons stacked vertically. On the bottom left, there are two small square buttons, and on the bottom right, there is one small square button. The field is currently empty.

O questionário foi elaborado de tal forma que o ouvinte poderia responder ou pular a questão que quisesse, não sendo obrigado a responder nenhuma delas. Ao todo, responderam 391 ouvintes, mas a questão que teve maior número de participações obteve 376 respostas e a que obteve o menor número, 321 respostas.

Para uma retrospectiva histórica do lazer na Rádio Inconfidência nesses 83 anos de história, também foi feita uma entrevista com o funcionário mais antigo da rádio, que está na emissora desde 1948. Em função de sua idade, o COEP não autorizou que ele fosse identificado e vamos chamá-lo de funcionário referência. O objetivo da entrevista foi justamente analisar como se deu no tempo a relação dos ouvintes com a rádio, como era encontrar com os ouvintes na Feira de Amostras, nos programas de auditório, e quais semelhanças e diferenças podem ser constatadas em relação aos ouvintes de hoje.

Apesar de possuir uma idade avançada, o funcionário referência produz e apresenta diariamente um programa na Rádio Inconfidência, possuindo muita disposição para longas conversas. Pensando nisso, o roteiro para a entrevista qualitativa proposta para ele possuía 26 perguntas, e o tempo gasto para as respostas foi de 30 minutos. O roteiro de entrevista formulado está no tópico a seguir.

### **1.3.2 Entrevista com o funcionário referência, o funcionário mais antigo da Rádio Inconfidência**

#### PERGUNTAS:

1. Como é para você trabalhar no rádio e como foi ao longo do tempo sua relação com os ouvintes?
2. Eu queria que você contasse agora um pouco sobre a Feira das Amostras e falasse da relação dos ouvintes lá presentes, que iam para os auditórios da rádio.
3. E como era a reação das pessoas que visitavam a Feira de Amostras?
4. Como era o perfil dos ouvintes que iam assistir aos programas de auditório? A maioria era mulher, como dizem os livros?
5. É verdade que a audiência era medida pelos aplausos, pela reação da plateia?
6. Além das atrações artísticas como era o papel do locutor, do “speaker” da época?
7. Como era o esquema de acesso ao auditório? Tinha senha? Ou o acesso era por ordem de chegada?
8. Vocês saíam para conhecer os ouvintes, ou só no final do programa?
9. Os ouvintes interrompiam as apresentações? Tentavam falar com vocês no meio das apresentações?
10. E como era essa abordagem? Falavam do programa? Levavam cartas, presentes, etc?
11. Gente do interior também vinha para cá e ia ao auditório?
12. Tem algum ouvinte daquela época que ficou marcado?
13. Os ouvintes falavam no meio das apresentações, e tinha espaço para ele nos programas de auditório?
14. Alguns ouvintes podiam ser considerados “figuras carimbadas”, sobretudo aqueles que iam todos os dias?
15. Quantas pessoas cabiam nos auditórios? Tinha um dia que era mais cheio? Tinha diferença?
16. Nos grandes shows, nos aniversários da Rádio, quando vinham artistas de fora, aí se cobrava ingresso?
17. Fale um pouco sobre sua trajetória na Rádio Inconfidência.
18. Contava-se, então, três possibilidades de os ouvintes verem os funcionários da Rádio Inconfidência? Os dois auditórios e o restaurante da Feira? É isso?
19. E acontecia de os ouvintes abordarem vocês também fora da Rádio?
20. E as cartas?



21. Para os locutores, qual era o conteúdo das cartas que chegavam dos ouvintes?
22. E os locutores registravam essas cartas?
23. E os telefones? Em que ano, começou essa história de os ouvintes ligarem para a Rádio?
24. E a rádio sempre deu brinde para os ouvintes?
25. Como você avalia a relação do ouvinte ao longo dos anos? Hoje é muito diferente?  
Sempre foi igual essa fascinação?
26. O que o ouvinte busca quando liga o rádio?

#### 1.4 COMPOSIÇÃO DA PESQUISA

A Dissertação está estruturada em três capítulos, conforme descritos abaixo:

No capítulo 1, intitulado “Este universo chamado Rádio”, contaremos um pouco sobre a história dos estudos do lazer, sobre a história do rádio e apontaremos as principais características da programação que proporcionaram lazer ao longo dos anos. Para isso, foi necessária uma pesquisa bibliográfica sobre o assunto.

Também vamos falar sobre a história da Rádio Inconfidência, trazendo os fatos mais marcantes. Para isso, a pesquisa orientou-se por uma entrevista qualitativa com o funcionário mais antigo da Inconfidência e por um corpus documental de natureza diversa, com documentos do Estado, como o jornal *Minas Gerais*, e alguns outros periódicos, como o jornal *Folha de Minas*, *Revista Alterosa* e *Revista do Rádio*. Além disso, discutir a importância da existência de uma rádio pública também é uma das propostas do primeiro capítulo da Dissertação.

No capítulo 2, intitulado “O Rádio Expandido”, analisamos o atual modelo de fazer rádio, com o uso da internet e das redes sociais. Além disso, falamos sobre o Programa Casa Aberta, o conteúdo e as formas de interação desse programa, objeto de estudo desta Dissertação. O Casa Aberta tinha a proposta de falar sobre cidadania, cultura e educação, com entrevistas, participação dos ouvintes, além de quadros especiais com colunistas de Belo Horizonte.

O “Casa Aberta” era um típico programa que aliava informação ao entretenimento e à prestação de serviços. Todo dia, ele levava ao ar participações de ouvintes indicando livros, filmes e séries, receitas e cidades para se conhecer. O ouvinte também pode pedir músicas e homenagear seus professores ou contar uma experiência capaz de transformar o mundo. Além disso, a interação acontecia o tempo todo, e os ouvintes mandavam fotos de espetáculos, do que estavam fazendo, de fatos da cidade e, entre outras coisas, fotos de céu, de flores, da família.

Além disso, o Casa Aberta saiu do estúdio em algumas oportunidades, o que fez com que alguns ouvintes se conhecessem, tivessem contato e até virassem amigos. Hoje, eles possuem grupo de WhatsApp, lista de transmissão e grupo fechado no Facebook, além de realizarem encontros de maneira independente, quase mensais. Foi ao ar de segunda a sexta-feira, das 10h às 12h, até maio de 2019. A partir de 20 de maio de 2019 ficou no ar por uma hora só, de 11h às 12h. Saiu do ar no dia 01 de novembro de 2019, após quatro anos de existência.

No capítulo 3, intitulado “O Comportamento do Ouvinte no Rádio Expandido”, analisaremos dados de três pesquisas. A primeira delas é do Kantar Ibope Media que revela dados das 13 regiões brasileiras pesquisadas, além dos dados específicos do Programa Casa Aberta. A segunda é sobre o levantamento de dados e a análise das redes sociais da Rádio Inconfidência e do Programa Casa Aberta. E a terceira é o questionário eletrônico desenvolvido por esta pesquisa com os ouvintes do Programa Casa Aberta.

O objetivo foi demonstrar uma provável mudança comportamental entre os ouvintes e na relação destes com o próprio rádio, refletindo sobre as possíveis interações durante o programa e fora dele. Outro objetivo também foi analisar se o rádio expandido tem um papel fundamental na reverberação do lúdico, principalmente por meio das ferramentas de interação disponibilizadas para os ouvintes.

É importante dizer que as duas primeiras pesquisas estão integralmente no Apêndice, e somente seus aspectos principais viraram parte desta dissertação para dar mais subsídios ao questionário formulado pela pesquisadora. No entanto, reforçamos que sua elaboração foi uma importante documentação gerada pela pesquisa, e pode servir de subsídios para outras pesquisas.

## 2 CAPÍTULO 1: ESTE UNIVERSO CHAMADO RÁDIO

### 2.1 LAZER E CONTEMPORANEIDADE

Antes de iniciar a discussão sobre o lazer no rádio, parece necessário esclarecer o conceito de lazer e onde o atual contexto histórico do objeto de investigação – lazer e tecnologias da informação e comunicação – se encontra.

Segundo Victor Andrade de Melo (2013), uma palavra se gesta ou adquire caráter de conceito somente quando há uma determinada experiência histórica que exige sua necessidade. A palavra *leisure*, por exemplo, surgiu no século XIV, com o sentido de “oportunidade de fazer algo”, derivada do francês medieval *leisour*, originário do francês antigo *leisir*, que significava “ser permitido”, que por sua vez vinha do latim *licere*, que significava “ser lícito”. Mas o conceito moderno de Lazer, que conhecemos hoje, só viria a ser sistematizado a partir do século XVIII, ou seja, ainda que a palavra exista há cerca de seis séculos, o que hoje entendemos por lazer não tem mais do que três séculos, possuindo uma trajetória em conformação nesse tempo.

O conceito de lazer conforme hoje operado encontra suas bases históricas no que ocorreu no decorrer do século XVIII, a articulação entre o desenvolvimento de um novo modelo econômico (que tem como um dos parâmetros centrais o modo de produção fabril), uma nova organização política (o fim do Absolutismo e a gestão da ideia de Estado-Nação), a melhor estruturação de um conjunto de posições acerca da vida em sociedade (decorrentes do Iluminismo e do Liberalismo) e a nova conformação de classes sociais (o crescimento do poder da burguesia e o surgimento da classe operária), configurando um momento histórico marcado pela ruptura com o passado. (MELO, 2013, p. 25).

Para Victor Melo, o que chamamos então de lazer é fruto de uma nova organização dos tempos sociais e resultado do que se tornou preponderante em função de condições históricas específicas, não podendo ser confundido com o mesmo uso da palavra em outros cenários. Justamente por isso, o autor acredita que a base material que tornou possível a construção da abstração do que é o conceito de Lazer pode estar com os dias contados, já que o autor percebe e cita várias mudanças atuais, como o rompimento das fronteiras entre trabalho e não trabalho, entre rural e urbano, entre exterior e interior, além do rompimento dos limites físicos de duas dimensões fundamentais à experiência humana, o tempo e o espaço.

Entretanto, Victor Melo também acredita que o conceito não vá mudar de uma hora para outra, mas sim, quando perder o seu definitivo poder e capacidade de abstração. E, para o autor, isso somente se dará com um processo histórico suficiente.

Ainda com relação ao conceito de Lazer, foi especialmente no âmbito das universidades que o saber foi produzido, refletido e divulgado. Tanto na Europa quanto nos Estados Unidos,

os primeiros estudos estão entre os anos de 1920 e 1930, passando a ser objeto de estudo sistemático a partir dos anos de 1950. Já a universidade brasileira iniciou significativamente suas investigações no campo do Lazer somente a partir dos anos de 1970, influenciada por autores internacionais, entre os quais destaca-se a presença do sociólogo francês Joffre Dumazedier.

Victor Andrade de Melo (2013) acredita que, no processo de conformação do campo do Lazer no Brasil, os posicionamentos conceituais de Joffre Dumazedier estiveram entre os mais mobilizados, seja por aqueles que concordam com o sociólogo, seja por aqueles que o contestam. Para Dumazedier, o lazer é

um conjunto de ocupações às quais o indivíduo pode entregar-se de livre vontade, seja para repousar, seja para divertir-se, recrear-se e entreter-se, ou ainda para desenvolver sua informação ou formação desinteressada, sua participação social voluntária ou sua livre capacidade criadora após livrar-se ou desembaraçar-se das obrigações profissionais, familiares e sociais (DUMAZEDIER, 2008, p. 95).

Em seus estudos, Dumazedier destacou um sistema de caracteres específicos e constituintes do Lazer. Para o autor, o lazer é a liberação de obrigações profissionais, familiares, socioespirituais e sociopolíticas, sendo o resultado de uma livre escolha (caráter liberatório). O lazer também seria marcado pela busca de um estado de satisfação, isto é, marcado pelo prazer, felicidade, alegria ou fruição (caráter hedonístico). O autor também acredita que o lazer não está submetido a nenhum fim, seja ele lucrativo, profissional, utilitário, ideológico, político etc. (caráter desinteressado). Dumazedier também afirma que o lazer responde a certas necessidades do indivíduo, as chamadas funções do lazer, que seriam o descanso, o divertimento e o desenvolvimento da personalidade (caráter pessoal).

Joffre Dumazedier também utilizou outra classificação de grande aceitação entre os teóricos, os chamados conteúdos culturais do lazer. O autor procurou dividir as atividades de lazer de acordo com o interesse principal do indivíduo e seu contexto social. Por interesse, Dumazedier entende o conhecimento que está enraizado e apropriado na cultura vivida.

Embora guardem relações umas com as outras, as atividades de Lazer são diferenciadas por Dumazedier como lazeres físicos (que implicam esforço ou exercício corporal); lazeres manuais (que exigem habilidade prática e especial); lazeres intelectuais (que possuem relação com o intelecto e a cultura); e lazeres sociais (que seriam as atividades de diversão, descanso e desenvolvimento praticadas de forma coletiva). Com o passar dos anos, essa categorização foi atualizada por Camargo (1986) e Marcellino (1990) e os lazeres turísticos foram sugeridos

também como um conteúdo cultural do lazer. Por último, mais recentemente, a autora Schwartz (2003) propõe o conteúdo virtual nessa classificação, o entendendo como um elemento do tempo presente e com linguagem própria.

Sobre essa classificação recente da autora Gisele Maria Schwartz (2003), é importante dizer que existem poucos autores do lazer que já escreveram sobre o que vem se configurando atualmente na relação entre a cultura e as novas tecnologias e como o lazer tem se manifestado nesta nova sociedade em rede.

Ainda que a internet seja uma novidade, nenhum sistema anterior de comunicação apresentou uma taxa de apropriação social na velocidade que vem apresentando o crescimento das conexões com o ciberespaço (LEVY, 1999). Não podemos, portanto, pensar hoje a cultura contemporânea sem nos remetermos à questão da técnica (LE MOS, 2004). É preciso reconhecer a relação entre o lazer e as novas tecnologias de informação e comunicação e investigar os seus impactos nos diversos setores.

Nos últimos anos, estamos acompanhando a passagem do modelo de comunicação de massa para o atual modelo em rede. O primeiro modelo é resultado dos meios de comunicação de massa que nada mais são do que dispositivos de comunicação que difundem uma informação organizada e programada a partir de um centro, em direção a um grande número de receptores anônimos, passivos e isolados uns dos outros. Imprensa, cinema, rádio e televisão são os representantes típicos. Já o segundo modelo é amparado pelas tecnologias digitais e possui uma estrutura de livre circulação de mensagens, totalmente descentralizada. (LEVY, 1999). Também é importante falar que as novas tecnologias possibilitaram a veiculação de diversas formatações de mensagem sob o mesmo suporte – o computador e, mais recentemente, o celular.

A internet incorporou as mídias tradicionais (televisão, rádio) pelo seu poder de convergência tecnológica e comunicacional e, mais do que isso, fez com o que o modelo de produção de conteúdo também mudasse. Se antes havia um produtor e um receptor, hoje o receptor tem a opção de escolher ser também um produtor de conteúdo. Além de ser público desses meios de comunicação de massa, com a internet, é possível interagir na programação também ser mídia, produzir seus próprios textos e criar sua própria rádio.

E é justamente por essas características do mundo virtual que a autora Gisele Maria Schwartz relaciona esse novo conteúdo cultural ao universo do lazer. Para ela:

As características da comunicação em rede são especialmente baseadas na relação quantidade de informação-tempo-espaço, onde o indivíduo tem a condição de criar, gerenciar e distribuir mensagens globalmente. Isto afeta sensivelmente as concepções sobre os outros conteúdos culturais, levando-se em conta que em nenhum deles, esta dimensionalidade e esse caráter descentralizador e, ao mesmo tempo, aglutinador, são encontrados, justificando-se, novamente, a necessidade de um olhar específico a este interesse cultural do lazer. (SCHWARTZ, 2003, p. 28)

Schwartz afirma que mesmo com a possibilidade de utilização das características da comunicação de massa, no sentido de massificar a informação, o público que tem acesso a esse novo formato de mídia online é heterogêneo e capaz de garantir diferentes padrões de respostas, sem serem massificados. Como característica desse novo conteúdo cultural está a facilidade de promover impactos interacionais de diferentes ordens, uma vez que esses meios ampliam a relação tempo-espaço, modificando as pessoas numa dimensão própria (valores e atitudes pessoais), numa dimensão social (em relação ao outro) e numa dimensão receptiva (ampliando o conceito de intimidade e padrão cultural). Além dessa característica das modificações dos padrões interacionais, outra que chama a atenção é a possibilidade de livre escolha diante de uma gama de opções oferecidas, por uma seleção estritamente pessoal, com objetivos personalizados e que visam ao atendimento de expectativas individuais.

Este poder de interação pela simultaneidade virtual, amplia sobremaneira a contextualidade e aprimoram as relações de compartilhamento e a relação dialógica, sobrepondo-se aos limites anteriormente estabelecidos de tempo e espaço. Não se trata aqui de fazer apologia ao mundo virtual, mas de caracterizá-lo enquanto espaço de vivência de experiências de lazer. Apesar da ainda existente limitação financeira para se adquirir os objetos que possibilitam a comunicação virtual, as oportunidades de vivências deste tipo de experiência parecem crescer sensivelmente a cada ano, ampliando as condições de interatividade. (SCHWARTZ, 2003, p. 27)

Ainda para Schwartz, tornar a conexão em rede um componente do conteúdo cultural no âmbito de lazer é algo atual e que precisa ser feito. Segundo os seus estudos, a procura por divertimento e por aprimoramento da relação interpessoal foi o principal objetivo entre os usuários de internet.

E por falar em aprimoramento, considero relevante trazer para este momento introdutório desta Dissertação também alguns conceitos delineados por Nelson Carvalho Marcellino (2000). Para o autor, lazer é uma questão de cidadania e participação cultural. Marcellino afirma que a relação que se estabelece entre lazer e sociedade é dialética, ou seja, a mesma sociedade que o gerou e exerce influências sobre o seu desenvolvimento, também pode ser por ele questionada. Isso significa que, para o autor, a vivência do lazer pode tanto se dar numa perspectiva de reprodução da estrutura social vigente, como da sua denúncia e anúncio pela vivência de valores diferentes dos dominantes. Nelson Marcellino também enfatiza o duplo

aspecto educativo do lazer, sendo ele ao mesmo tempo veículo e objeto de educação. Em última análise, o lazer possibilita a passagem de níveis menos elaborados para níveis mais elaborados, procurando superar o conformismo pela criticidade e pela criatividade.

Ainda em relação às conceituações do campo do Lazer, embora não tenha abordado diretamente o aspecto do lazer na internet, em sua última obra traduzida no Brasil, Dumazedier (1994) já retratou a nova realidade, ao distinguir as teorias institucionalistas, onde o trabalho é considerado primeira necessidade humana e o tempo livre, um modo de restauração das forças produtivas; das teorias contestadoras, baseadas na revolução da microeletrônica, nos novos postos de trabalho e numa mudança de valores decorrente da própria transformação do tempo e espaço em virtude da inserção de novas tecnologias no tecido social.

O uso da dupla conceitual trabalho-lazer, herdado do passado, é cada vez mais insuficiente. Nesta dupla enganadora, o lazer é um tempo que cobre tudo, onde se misturam tempos socialmente obrigatórios (o trabalho familiar), tempos socialmente compromissados (práticas políticas voluntárias) e um tempo social para si (lazer) (DUMAZEDIER, 1994, p. 190).

Por sua vez, Christianne Luce Gomes também enfatiza a falta de fronteiras absolutas entre o trabalho e o lazer e entre o lazer e as obrigações profissionais, familiares, sociais, políticas e religiosas. Para a pesquisadora, a sociedade não é composta por dimensões neutras, estanques ou desconectadas umas das outras.

Além disso, Gomes acredita que o lazer é uma dimensão de cultura construída socialmente em nosso contexto, a partir de quatro elementos inter-relacionados: tempo (usufruto do momento presente e não somente aquele institucionalizado para o lazer, como o final de semana e férias); espaço-lugar (que vai além do espaço físico, por ser um local de ponto de encontro e de convívio social); manifestações culturais (conteúdos vivenciados como possibilidade de diversão, descanso ou desenvolvimento); e ações ou atitudes (entendido como expressão humana de significados da/na cultura) (GOMES, 2004).

É claro que vários outros autores, tanto brasileiros como estrangeiros, também mereceriam ser mencionados aqui por suas contribuições no campo do Lazer. A escolha dos autores até então citados foi pelas possíveis aproximações com o objeto desta Dissertação, o rádio, ou melhor, o rádio expandido.

Segundo o livro *Estudos do Lazer: Uma Introdução* (2000), ainda na década de 1980, Nelson Marcellino afirmava que todas as pesquisas demonstravam que o rádio e a televisão ocupavam a maior parte do tempo de lazer do brasileiro. No texto “Rádio: Essa Onda (ainda)

Pega”, Marcellino valoriza o rádio e diz que ele é o velho companheiro e amigo de todas as horas. O autor também ressalta a mobilidade que o veículo oferece e também a característica de ser possível ouvi-lo mesmo executando outras atividades. Se Marcellino já ressaltava a mobilidade do rádio com o radinho de pilha, o que teria o autor a dizer agora com o rádio expandido, na internet, e com a sua capacidade de construção de novos processos comunicacionais e formação de vínculos de sentidos?

Como pode ser notado, as dificuldades para traçar diálogos entre o Lazer e a Internet ainda são enormes, devido à atualidade e à novidade dos dois campos de estudo, que ainda estão em processos de consolidação. Também notamos uma mudança permanente e contínua na sociedade, especialmente pela atualização das tecnologias da informação e comunicação, que se desenvolve sempre em novas práticas, o que torna ainda mais difícil a atualidade dessa sistematização.

No entanto, parece ser urgente e fundamental compreendermos melhor essas práticas vivenciadas no tempo de lazer na rede, inclusive para pensar num possível papel do profissional de comunicação nesse contexto.

Numa era digital onde o computador e, agora, o celular tornaram-se instrumentos que, de um lado, ordenam o trabalho e, de outro, potencializam novas vivências de lazer, qualquer definição de fronteiras torna-se difícil, mas imprescindível para a compreensão da vida cotidiana.

Dessa forma, percebemos que é preciso alimentar novos debates – o que justifica esta Dissertação. Entendemos o rádio, atualmente, como um dispositivo, já que, aliado a tecnologias de comunicação, permite processos interacionais com diferentes mídias sociais. Mas é importante dizer que, mesmo antes da internet, o rádio já era um veículo de vivência de lazer, e o atual contexto só ampliou esta possibilidade. Ao se tornar mediador e agente de reconfiguração num determinado tempo e espaço, o rádio reconfigura os modos de estar e se perceber no mundo, deixando de ser um simples veículo de entretenimento somente e contribuindo para uma vivência de reflexão. E acreditamos que o lazer é tudo isso.

## 2.2 HISTÓRIA DO RÁDIO E DO LAZER NO RÁDIO

### 2.2.1 Surgimento do rádio

Segundo a autora do livro *Histórias do Rádio no Brasil*, Magaly Prado (2012), as ondas do rádio foram detectadas pela primeira vez em 1887, pelo alemão Heinrich Rudolf Hertz



(1857-1894). O nome de Hertz foi, inclusive, adotado em reconhecimento ao seu trabalho, para significar a frequência das ondas de rádio.

Mais tarde, Guglielmo Marconi (1874-1937) se utilizou da descoberta de Hertz e construiu um dispositivo denominado coesor (cohesor), que podia melhorar a emissão e recepção de sinais ao converter as ondas de rádio em corrente elétrica. Em 1896, Marconi fez uma demonstração com sinais telegráficos, com seus aparelhos de transmissão e recepção na Inglaterra, e, por isso, é apontado como o criador do rádio, já que patenteou o seu invento.

Mas, segundo Prado (2012), o mérito da invenção do rádio também é reivindicado por outro cientista, o padre brasileiro Roberto Landell de Moura (1861-1928). A autora afirma que há diferenças nas invenções dos dois cientistas. Segundo ela,

Marconi conseguiu a transmissão de sinais telegráficos, sem fios, em código Morse, denominado radiotelegrafia. No início do século XX, conseguiu a transmissão com voz humana. Já Landell foi o pioneiro da transmissão a distância, sem fios, da voz humana, por meio das ondas eletromagnéticas. De toda forma, os dois cientistas contribuíram, cada um naquilo que lhe coube, para o mundo da comunicação de massa. Outro ponto em comum entre os dois cientistas é que ambos não obtiveram apoio das autoridades de seus países para a pesquisa radiofônica. (PRADO, 2012, p.27).

Ainda segundo a autora, apesar de não ter tido o apoio da Itália, sua terra natal, Marconi foi reconhecido e agraciado em 1909 com o Prêmio Nobel de Física, na Suécia, além de ter ganhado várias homenagens e títulos em diferentes países durante a vida, diferentemente do que aconteceu com Landell de Moura.

Prado (2012) também afirma que, junto com Marconi, outro nome importante para o rádio também foi agraciado com o Prêmio Nobel de Física de 1909, o alemão Karl Ferdinand Braun (1850-1918), que descobriu os semicondutores, dentre eles, o sulfato de chumbo natural, um mineral conhecido como galena, base do histórico rádio de galena, tão importante para o início da radiodifusão.

Neste mesmo ano, em 1909, quase duas mil pessoas foram salvas de um naufrágio graças ao sistema de radiotelegrafia de Marconi. Esse fato é um exemplo de que, no início, o invento tinha por intenção a comunicação em grandes distâncias e não ser um veículo de comunicação.

Mas, de acordo com Magaly Prado, na história, quando emerge algo tão provocador que modifica a vida das pessoas, várias pessoas aparecem e surgem novas possibilidades para a novidade. O sucesso de Marconi deu início então a uma revolução mundial no campo das

comunicações, e vários inventores passaram a se ocupar do rádio e reivindicaram a primazia da invenção. Na história oficial, segundo a autora, a primeira transmissão de voz humana ocorreria em 1906, em Nova York, pelo canadense Reggie Fassedden.

Também é dos Estados Unidos a reivindicação do pioneirismo das emissoras de rádio. Há registro para uma estação na Califórnia em 1909 e para uma estação experimental em Nova Iorque, em 1916.

#### 2.2.1.1 Surgimento do rádio no Brasil

No Brasil, oficialmente, a primeira emissora de rádio foi fundada em 1923, por Roquette Pinto (1884-1954) e Henrique Charles Morize (1860-1930), e chamava Rádio Sociedade do Rio de Janeiro.

Já a primeira transmissão de rádio aqui no Brasil tem controvérsias. A pesquisadora Gisela Ortriwano diz em seu livro *A informação no rádio: os grupos de poder e a determinação de conteúdos*, de 1985, que o rádio no Brasil nasceu em Recife, no dia 06 de abril de 1919, quando foi inaugurada a Rádio Clube de Pernambuco. Mas a autora Magaly Prado diz que essa transmissão de 1919, em Recife, liderada por Augusto Pereira, foi feita por radiotelegrafia, e que a primeira transmissão oficial não seria essa, mas sim a de 07 de setembro de 1922, no Rio de Janeiro, no Centenário da Independência, e que, um ano depois, iria incentivar seus organizadores a inaugurar a primeira rádio do Brasil, a Rádio Sociedade do Rio de Janeiro.

Gisela Ortriwano (1985) e Magaly Prado (2012) afirmam que o rádio nasceu no Brasil como meio de elite e não de massa, e se dirigia a quem tivesse condições financeiras de buscar no exterior aparelhos receptores, então muito caros. O novo veículo era uma forma de diversão individualista ou familiar, reservado a pequenos grupos de pessoas.

Ainda de acordo com Ortriwano, o rádio brasileiro nasceu de um empreendimento de intelectuais e cientistas, e a programação era basicamente cultural e educativa. A rádio transmitia ópera, com discos emprestados pelos próprios ouvintes, recitais de poesia, concertos e palestras culturais.

Ainda segundo a autora, as primeiras emissoras nasceram como clubes ou associações de ouvintes, que as mantinham por meio de mensalidades pagas por todos aqueles que possuíam aparelhos receptores. As inserções de anúncios pagos eram proibidas na legislação da época, algo que só mudou a partir do Governo Vargas, que liberou a publicidade no rádio.

É a partir desse momento, em março de 1932, que o rádio se modifica, isso porque, segundo Gisela Ortriwano, para atingir um público maior, os “reclames” não poderiam interromper concertos ou óperas que eram de longa duração. Então, foram sendo programadas músicas populares, que eram mais curtas, e pequenas anedotas humorísticas. Em pouco tempo, essa programação passou a ter mais espaço que as de cunho educativo ou elitista.

Com a publicidade como suporte da programação, o objetivo passa a ser alcançar grandes audiências, mercado para os produtos anunciados. Acontece então uma mudança radical na forma e no conteúdo dos programas, que passam a ter uma linguagem mais popular, livre, comunicativa e intimista, permitindo inclusive o apelo às emoções. Assim, o rádio brasileiro vai encontrando seu caminho e assumindo um papel cada vez mais relevante no cotidiano das pessoas.

Ainda segundo Gisela Ortriwano (1985), “[e]m 1935 (...) a Rádio Kosmos, de São Paulo, depois Rádio América, cria o primeiro auditório e, a partir daí, vulgarizaram-se as transmissões com a participação do público, inclusive os programas de auditório”. (ORTRIWANO, 1985, p. 17).

#### 2.2.1.2 Os programas de Auditório

Os programas de auditório, de grande sucesso e público, certamente contribuíram não só para a consolidação das rádios brasileiras, como também para a divulgação da Música Popular Brasileira. A década de 1930 é considerada uma época especial para a música brasileira. Sucessos dessa época estão presentes até os dias de hoje, como “Com que Roupa” (1930), de Noel Rosa, “O teu cabelo não nega” (1931), de Lamartine Babo e Irmãos Valença e “Cidade Maravilhosa” (1935), de André Filho.

Renato Murce (1976), na obra intitulada *Bastidores do rádio: fragmentos do rádio de ontem e de hoje* diz que foi na década de 1930 que se inicia a “era de ouro” do rádio, tanto pelos sucessos carnavalescos como pelos primeiros programas humorísticos do rádio, que o tornaram popular. Murce também destaca a importância do futebol nos anos 1930, que invadiu as ondas sonoras, tendo o locutor esportivo Nicolau Tuma (1911-2006) à frente.

#### 2.2.1.3 Futebol e rádio

A autora do livro *A Bola no Ar: o Rádio Esportivo em São Paulo* (1994), Edileuza Soares, chama à atenção para o fato de a irradiação esportiva estar ativa desde a década de 1930, enquanto outros formatos contemporâneos a ela, como o radioteatro, já estarem extintos.

Soares diz, ainda, que a irradiação pioneira de futebol é de 1931. Antes, o rádio se limitava a repetir as notícias dos jornais com informações sobre os jogos após as partidas. Quem quisesse saber algo sobre o jogo que estava acontecendo teria que ir ao estádio, até que, no dia 19 de julho de 1931, ocorreu a primeira transmissão detalhada de uma partida de futebol. O locutor era Nicolau Tuma, da Rádio Sociedade Educadora Paulista, primeira emissora de São Paulo, fundada em 1923. Jogaram as seleções de São Paulo e do Paraná, na Chácara da Floresta, no bairro da Ponte Grande, em São Paulo, pelo oitavo Campeonato Brasileiro de Futebol. A partida terminou 6X4 para os paulistas.

Natália Pioli autora do ensaio intitulado *Rádio e Futebol – anos 1930*, publicado no livro *História do Rádio no Brasil* (2012), ressalta que as dificuldades da época nessas primeiras narrações eram enormes, pois as camisas dos jogadores ainda não tinham números, o que obrigava o locutor esportivo a decorar a fisionomia de cada jogador. Instalar uma linha telefônica para a transmissão de um jogo também demorava muito, uma semana no mínimo. Natália Pioli também fala sobre a dificuldade inicial em se criar uma nova linguagem para que o ouvinte pudesse “ver” o que estava acontecendo dentro de campo.

Por sua vez, Edileuza Soares aponta outras dificuldades, como o fato de não ter um local reservado ao locutor naquela época. Segundo a autora, os primeiros locutores ficavam junto com a torcida. Também lembra que, na época, não havia nem comentarista, nem repórter, o que fazia com que o locutor fosse obrigado a falar os dois tempos de 45 minutos sem parar. Isso não foi problema para Nicolau Tuma, que, segundo Soares, era conhecido como *Speaker Metralhadora*, criando um estilo rápido com a descrição minuciosa dos lances, acompanhando todos os movimentos dos jogadores em campo. O próprio locutor criou esse estilo do futebol no rádio, pois acreditava que, se o rádio ficasse sem som, o ouvinte iria mudar de estação. A autora ainda diz que Nicolau Tuma gostava de futebol desde menino e entendia bem as regras. Ele tentou ensiná-las aos ouvintes. Pediu, naquelas primeiras irradiações, para o ouvinte imaginar um retângulo na sua frente ou então pegar uma caixa de fósforos para visualizar o campo.

Ainda segundo Edileuza Soares, naquela primeira transmissão do dia 19 de Julho de 1931, Nicolau Tuma já deu o primeiro grito de “gol”. Não era um gol longo, mas ele disse a palavra que os torcedores esperavam. Tuma repetiu dez vezes a palavra “gol” nesse dia.

O criador do longo grito de gol foi Manoel Bittencourt Rebello Júnior (1917-1970), que chegou a se batizar com o apelido de “o homem do gol inconfundível”. Rebello Júnior era

locutor da Rádio Difusora de São Paulo quando, empolgado com a celebração dos torcedores nas arquibancadas, ampliou o grito de gol até quase ficar sem ar. O que até então era uma exceção, passou a se tornar um requisito entre os locutores esportivos, e o grito de gol prolongado virou referência também em outros países do mundo.

Outro locutor que criou moda no rádio, na transmissão esportiva, foi Ary Evangelista Barroso (1903-1964). Ary Barroso é conhecido por ser famoso compositor, e entre suas obras está a conhecida canção “Aquarela do Brasil”. Mas o que pouca gente sabe é que ele era amante do futebol, flamenguista de coração, e o radialista que deu origem a um estilo mais descontraído nas transmissões esportivas. Ainda na década de 1930, ele resolveu comprar uma gaita de boca para tocá-la quando fossem marcados os gols no gramado. Ele usou o instrumento musical pela primeira vez na transmissão do jogo Vasco 7X1 São Cristóvão, pelo retorno do Campeonato Carioca, em 1938. As vinhetas e efeitos sonoros, aprimorados posteriormente por diversas rádios, e que são usadas hoje nas transmissões, tiveram sua origem com o “homem da gaitinha”. (PRADO, 2012).

Ainda sobre o início das transmissões esportivas, Soares (1994) afirma que é possível que outros locutores tenham feito transmissões de futebol antes de Nicolau Tuma, mas não com toda a descrição da partida, lance por lance, do início até o final. Natália Pioli (2012) cita os nomes de Leopoldo Sant’Anna e Amador Santos, que são indicados por muitos como pioneiros, mas, por falta de documentos que comprovem e pela inovação que representou, a autora acredita que Nicolau Tuma é quem deve ser considerado o speaker que levou o jogo de futebol para o rádio. Foi também Nicolau Tuma quem criou a expressão “radialista”, que, como ele dizia, vinha das palavras rádio e idealista, representando aqueles que trabalhavam muito e ganhavam pouco.

Também é importante dizer que, na década de 1930, os diretores e presidentes dos clubes eram contra as transmissões esportivas porque acreditavam que o rádio esvaziaria os estádios, que até então era a única fonte de renda das equipes. Nicolau Tuma foi, inclusive, proibido de entrar nos estádios em 1937. Há um registro dele em cima de uma escada de 14 metros, encostada no muro do estádio do Palestra para narrar um jogo, como forma de driblar a proibição. Mas, com o tempo, os clubes perceberam que o rádio aumentou o contato da população com o futebol e fez com que os estádios lotassem e crescessem ainda mais. O rádio serviu para levar o futebol a mais pessoas, enquanto o esporte popularizou o veículo de massa que ainda era jovem. (PRADO, 2012)

A primeira transmissão internacional de futebol do rádio brasileiro, segundo Natália Pioli, aconteceu em 1936. Foi uma partida válida pelo Campeonato Sul-Americano, em Buenos Aires. O locutor foi Leonardo Gagliano Neto (1911-1974). Em 1938, novamente Gagliano Neto tem a honra de narrar para o Brasil o primeiro jogo da seleção na Europa, dessa vez numa transmissão intercontinental. Gagliano foi o único locutor a transmitir a Copa do Mundo de 1938, diretamente da França.

No ensaio *Rádio e Futebol: gritos de Gol de Norte a Sul* (2004), Alda de Almeida e Márcio Micelli afirmam que foi também entre as décadas de 1930 e 1940 que surgiram as importantes figuras dos repórteres e comentaristas. O primeiro comentarista foi o jornalista gaúcho Ary Lund. Gagliano Neto o chamou durante um intervalo de jogo para dar a sua opinião sobre o desempenho dos times, dos jogadores e comentar as principais jogadas. Era um medo que as rádios tinham que os ouvintes trocassem de estação quando as músicas tocavam durante o intervalo. Falar o que tinha acontecido no primeiro tempo era uma maneira de segurar o torcedor para o segundo tempo.

Ainda segundo os autores, no Rio de Janeiro, o primeiro repórter de campo foi Geraldo Romualdo da Silva (1916-1996), na Rádio Globo. Ele também foi pioneiro ao usar o microfone sem fio, que era então desconhecido. Naquela época, a maior dificuldade para os repórteres de campo era o peso do equipamento, que dificultava a mobilidade. Tecnicamente, o microfone sem fio surgiu dessa necessidade de o repórter ter agilidade dentro do campo e não ficar preso ao emaranhado de fios.

Almeida e Micelli (2004) ainda afirmam que a mobilidade, a praticidade e a acessibilidade do rádio fizeram dele o grande parceiro do público para o futebol. O rádio não só levou o futebol para todo o Brasil como foi além, contribuindo para formar novos torcedores e realimentar a paixão de várias gerações.

#### 2.2.1.4 Radionovelas

Outro grande sucesso de público nos “anos dourados” do rádio foram as radionovelas. A primeira a ir ao ar era a cubana *Em Busca da Felicidade*, de Leandro Blanco, adaptada por Gilberto Martins para a Rádio Nacional. A estreia aconteceu em 12 de julho de 1941 e foi ao ar durante três anos. (PRADO, 2012). As radionovelas estimulavam a imaginação dos ouvintes de um jeito inédito a partir apenas de vozes, som ambiente e uma boa história. O sucesso foi instantâneo e as novelas de rádio passaram a ser um fenômeno generalizado, criando o setor de radionovela e radioteatro nas emissoras.

As radionovelas tiveram origem nas *soap operas*, dos Estados Unidos, cujo público-alvo eram as mulheres. Apesar de ser um estilo muito diferente, as *soap operas* norte-americanas foram responsáveis por conectar o romance de folhetim ao rádio. No início, os autores das radionovelas eram trazidos do exterior, mas, com o passar do tempo, surgiram autores brasileiros de renome. É importante destacar as músicas-temas das radionovelas que também faziam grande sucesso, assim como as revistas do rádio, com informações antecipadas sobre os próximos capítulos, fotografias e dados pessoais dos atores.

As principais publicações foram a *Revista do Rádio*, de 1948, com tiragem de mais de 50 mil exemplares por semana e a *Radiolândia*, de 1952, que vendia 60 mil exemplares por semana. Essas revistas foram responsáveis por aproximar o ouvinte daquela época aos profissionais do rádio, ao mesmo tempo que registravam em suas páginas a opinião dos leitores sobre o *cast* das rádios. Os horários de maior audiência das radionovelas era às 20h e às 21 horas, mas também entre 10h e 15 horas. As novelas românticas garantiam maior fidelidade do público. Em 1956, 50% da programação da Rádio Nacional já era preenchida por radionovelas, e tanto comerciais como patrocinadores eram voltados, principalmente, para o público feminino. (CHAVES, 2007).

Uma pesquisa do Ibope de 1944 revelou que, no período matutino, 69,9% dos ouvintes eram mulheres. O maior fenômeno de audiência em radionovelas em toda a América Latina foi *O Direito de Nascer*, de 1951, lançado pela Rádio Nacional (PRADO, 2012).

#### 2.2.1.5 Humor e rádio

Os programas humorísticos também sempre tiveram grande importância no rádio brasileiro. Os radialistas Lauro Borges (1901-1967) e Castro Barbosa (1909-1975) formaram, no consenso geral, a mais famosa e bem-sucedida dupla de humoristas da era do rádio no Brasil. O programa era o PRK-30 e permaneceu 20 anos no ar, de 1944 a 1964. Tinha duração de meia hora semanal e parodiava todos os tipos de atrações, como novelas e noticiários.

Outro programa de destaque no gênero de humor foi o “Edifício balança mas não Cai”, escrito por Paulo Gracindo (1911-1995) e pelo médico e humorista Max Newton (1922-2014). Sucesso dos anos de 1950, ficou no ar até 1967. O programa tinha quadros humorísticos supostamente passados nos apartamentos de um edifício residencial fictício, onde moravam as personagens. Lançou vários humoristas e expressões como “mengão”, por exemplo, numa alusão ao Flamengo. (PRADO, 2012).

O radiojornalismo, os programas humorísticos e musicais, as primeiras novelas e as transmissões esportivas, algumas delas feitas com arrojo e talento pelos pioneiros, atingem uma posição crescente e de destaque na vida dos brasileiros. De 1923 a 1945, o rádio brasileiro dá ao país uma quantidade de benefícios incrivelmente vasta. A música, a informação, o entretenimento, a cultura geral, o sentimento nacional e a própria unidade linguística do Brasil devem muito ao rádio. (PRADO, 2012).

#### 2.2.1.6 O Surgimento do Transistor

Na década de 1950, surge a televisão. Num primeiro momento, ela não ameaçou o rádio, mas depois de quase uma década o rádio vê seus principais talentos migrarem para o novo meio de comunicação. Isso fez com que os antigos programas de auditório praticamente desaparecessem, e o formato do rádio teve que mudar. Uma programação com menos mão de obra foi pensada.

Mas ainda nos anos de 1960, surgiu um grande fator para impulsionar o crescimento do rádio novamente, e também gerou mais facilidades para os profissionais do rádio: a disseminação do transistor. Com ele, repórteres podiam ir a qualquer lugar – o que levou ao crescimento das “reportagens de rua”. Mesmo com a chegada da televisão, o rádio renasce com o transistor, ganha as ruas, os estádios, os automóveis, o campo e o sertão. Uma nova linguagem surgiu, apropriada a um veículo de alta mobilidade. Como destaque surge o radialismo moderno, com foco na agilidade da informação. E o esporte também é beneficiado com os repórteres em campo.

Essa inovação tecnológica importante livrou também o aparelho receptor de fios e tomadas. O rádio passou a acompanhar o ouvinte, onde quer que ele estivesse, mudando um antigo esquema de lazer, no qual as famílias se reuniam na sala ao redor de um aparelho de rádio (PRADO, 2012).

#### 2.2.1.7 Surgimento das FMs

Nos anos 1970, outra mudança favoreceu o rádio. Foi introduzida a FM (frequência modulada) no Brasil, que levou ao crescimento do número de canais e, conseqüentemente, de opções para o ouvinte, que até então só tinha disponível os sinais do AM (amplitude modulada) e ondas curtas. O sistema FM foi demonstrado por Edwin Armstrong (1890-1954) em 1933. O novo modo de modular o sinal de rádio permitia uma qualidade sonora muito melhor, embora



com alcance menor. Mas, mesmo nos EUA, a grande expansão das rádios em FM só ocorreu depois da Segunda Guerra Mundial.

As primeiras emissoras em FM que surgiram tinham uma programação diferente da proposta inicial do rádio brasileiro. Afastando-se do rádio educativo e ainda não formatado para ser um rádio pop, as primeiras FMs tocavam música ambiente. Por uma vantagem técnica, a programação das rádios FM se voltou à música. Mesmo as emissoras FM estatais não fugiram muito dessa lógica, com uma programação marcadamente musical. A diversidade dos estilos musicais foi o que gerou a diferenciação entre as emissoras.

Em pouco tempo, as FMs passaram a ter prioridade na política de concessão de canais de difusão sonora, com implicações diretas na produção nacional de equipamentos de transmissão, produção e recepção, que finalizaram cerca de 22 milhões de aparelhos entre 1975 e 1980, sendo que 6 milhões só tinham faixa de FM. Do lado dos ouvintes, o que contribuiu para a expansão das FMs também foram os receptores, que viraram uma sensação, a última moda em tecnologia. Desde que foi desbancado pela televisão, o rádio saiu da sala e perdeu a função de agregar a família. Foi para a rua, para o quarto, para a cozinha, para o bolso. E com o FM estéreo o rádio voltou para a sala (PRADO, 2012).

Ainda segundo Prado (2012), no início das FMs no Brasil ocorreu uma queda na venda dos discos, pois os ouvintes preferiam ouvir música pelo rádio em vez de comprar o disco. Mas, depois disso, esse cenário foi revertido e o rádio passou a ser o grande aliado para o artista, o promovendo e fazendo com que sua música virasse, pela frequente repetição, objeto de demanda do ouvinte, que passou a comprar o álbum do artista.

A consolidação das FMs na década de 1970 também fez com que o rádio voltasse ao gosto da juventude, principalmente em função das músicas. O público jovem já não era tão fiel ao rádio AM. Ao longo da década foram surgindo perfis de rádio diferentes e as favoritas entre os jovens eram as “rádio rock” e as “pop eclético”.

#### 2.2.1.8 Lazer nas Ondas Curtas (OC)

As emissoras em ondas curtas são um caso totalmente à parte na história da radiodifusão, pois se trata mais de uma prática específica de audição, em muitos momentos considerada hobby. Assim como o AM e o FM, as ondas curtas, ou OC, tem características especiais de propagação e, por isso, são utilizadas para emissão a longa distância. Uma emissora de ondas curtas pode ser captada no mundo inteiro, dependendo de sua potência. Ela não precisa de

concessão do governo. Além de um receptor específico, com antena telescópica, o ouvinte também geralmente usa uma antena externa. Em alguns países, 75% da população tem receptores com faixas de ondas curtas. Algumas faixas são ouvidas muito bem durante o dia, mas a maior parte é ouvida melhor à noite.

O grupo de pessoas que escutam ondas curtas por hobby são chamados de dexistas. Vem da sigla DX: “D” de distância e “X” de desconhecido. O dexista é aquele que não se contenta em apenas ouvir um bom programa. Ele tem como objetivo ganhar da emissora uma carta de confirmação. É o seu troféu. No Brasil, existe inclusive um clube, o DX Clube do Brasil. As ondas curtas surgiram em 1927, mas foram utilizadas no Brasil só 15 anos mais tarde, em 1942, pela Rádio Nacional. Apesar da sua extensão continental, ideal para ser alcançado via ondas curtas, a partir das décadas de 1980 e 1990, as estações brasileiras iniciaram um processo de abandono de ondas curtas. Os fatores apontados para isso foram a falta de reposição de equipamentos nos parques transmissores e os altos custos com o uso de energia elétrica nos transmissores. Ao mesmo tempo, os receptores optaram por deixar de fora as faixas de ondas curtas, sendo que muitos ouvintes recentes nem tiveram contato (PRADO, 2012).

## **2.2.2 Lazer no Rádio, na era da Internet**

### **2.2.2.1 Os novos formatos**

A partir das décadas de 1980 e 1990, a rapidez do desenvolvimento tecnológico levaria à possibilidade de transmissão via satélite e internet, e à digitalização do rádio, oportunizando a formação de redes e marcando o atual estágio. Nos últimos anos, o rádio passou a estar desligado do aparelho físico (PRADO, 2012).

Na programação, também surgiram novos formatos de programas, mas o objetivo de levar diversão e entretenimento nunca deixou de existir desde o surgimento do rádio no Brasil. Em 2003, Barbosa Filho classificou sete gêneros radiofônicos: jornalístico, educativo-cultural, de entretenimento, publicitário, propagandístico, de serviço e especial. Na ocasião, ressaltou a importância do gênero de entretenimento, que contempla os programas musicais, os programas artísticos e os programas interativos, por usar mais profundamente a linguagem do rádio, incorporando outros gêneros.

Os formatos de entretenimento possuem características e possibilidades peculiares, entre as quais destacamos: a de ter a capacidade de se combinar com outros formatos de outros gêneros e de servir de ferramenta para a informação, o anúncio, a prestação de serviços, para a educação e, até mesmo, para o entretenimento (BARBOSA FILHO, 2003, p. 115).

Porém, nos últimos anos, a tendência crescente nos meios de comunicação de unir a informação jornalística ao entretenimento acabou gerando uma nova denominação, o Infotainment ou Infotenimento. A pesquisadora Itania Maria Mota Gomes relata que a engenharia da computação e a indústria automobilística utilizam, pelo menos desde a década de 1980, o termo infotainment para se referir “a uma gama de aplicações multimídia digitais em tempo real, que permitem aos motoristas e seus passageiros acessarem serviços de informação e entretenimento” (GOMES, 2009, p. 195-196). Ainda segundo Itania Maria Mota Gomes, são características do infotenimento: usos de recursos sonoros e visuais, a narrativa leve e agradável; o discurso mais pessoal e subjetivo; o bate-papo entre apresentadores e entre apresentadores e repórteres.

Fabia Angélica Dejavitte, uma das pioneiras no Brasil a abordar esse assunto, afirma que a ideia de infotenimento vem sendo utilizada por profissionais e por acadêmicos da área de Comunicação como sinônimo daquele jornalismo que traz a informação com divertimento.

Tradicionalmente, o jornalismo valoriza mais os assuntos de política e os de economia em detrimento de outros, como os de música, de moda e de gastronomia. A informação cria conhecimento, forma o intelecto. O entretenimento estimula a imaginação. Mas se antes era importante dar o furo de reportagem, o que se quer, agora, na sociedade da informação, é que ela “pegue” ou se propague em grande escala. Uma mesma matéria pode informar e entreter o seu público ou mesmo entreter por meio da informação. (DEJAVITTE, 2007, p. 1)

E se o futuro do rádio, hoje em dia, indica o crescimento de programas de infotenimento, também indica estar alterando a lógica de como o rádio processa e divulga a informação e o entretenimento para o público. A pesquisadora Nelia R. Del Bianco afirma que as novas tecnologias de informação e o surgimento de diversos dispositivos e plataformas para se ouvir áudio tem mudado a produção e a distribuição dos serviços de comunicação. Para ela, atualmente, o rádio precisa disponibilizar as mesmas informações por meio de diferentes plataformas de rede (celular, Internet), e das mais variadas maneiras (texto, vídeo, som, de forma interativa ou não).

Hoje as possibilidades de escuta se estenderam com as plataformas digitais: Internet, players de MP3, celulares, satélite e rádio digital. Situação que levou o instituto americano de pesquisa Arbitron denominar de — rádio sem limites. Essa expansão tem sido mais significativa por meio da Internet. Estima-se que 33 milhões de americanos sintonizem uma estação de rádio pela Internet semanalmente, chegando a 54 milhões se tomar por base a audiência mensal, segundo estudo da Arbitron e Edson Media Research realizado em 2008 nos Estados Unidos. Em média, um em cada cinco americanos diz ouvir rádio online. O hábito não é restrito a jovens, alcança todas as faixas etárias. (BIANCO, 2011, p. 4)

No Brasil, segundo o estudo Tribos Musicais, do IBOPE Media, o rádio é companhia constante de 73% dos brasileiros, sendo 48% da classe C, 36% da classe B, 11% da classe D e 5% da classe A. Um dado interessante para os mineiros é que Belo Horizonte aparece como a capital com o maior número de ouvintes, 82% dos entrevistados. O consumo de rádio acontece também simultaneamente com outros meios, como internet (19%), TV (16%) e jornal e revista (ambos com 12%). Habitualmente, 55% dos entrevistados consomem dois ou mais meios de comunicação ao mesmo tempo. Além deste comportamento, este consumo também cresce em outras plataformas, em especial a web. 01% já escuta rádio exclusivamente online, enquanto outros 06% escutam online e offline.

Quando perguntados sobre os motivos para ouvir rádio, podendo dar mais de uma resposta, os entrevistados do IBOPE Media responderam: “Porque quero me informar” (44%), “Porque me entretém” (43%), “Para me distrair das minhas tarefas habituais” (38%), “Porque gosto em particular de um conteúdo” (29%), “Como companhia” (15%), “Para passar o tempo” (13%), “Para inteirar-me das fofocas” (3%). Quando perguntados sobre o que escutam no rádio, os entrevistados da pesquisa responderam: “Música” (96%), “Notícias” (70%), “Esportes” (31%), “Humor” (21%).

Outra pesquisa recente que trouxe dados sobre comunicação no Brasil foi a encomendada pela Secretaria de Comunicação Social da Presidência da República (Secom), a “Pesquisa Brasileira de Mídia 2015” (PBM 2015), que aponta um crescimento na quantidade de entrevistados que dizem ouvir rádio todos os dias em relação ao ano anterior. Subiu de 21% em 2014 para 30% em 2015. De acordo ainda com a pesquisa, de cada 100 pessoas, 37 utilizam a internet todos os dias e os entrevistados ficam conectados, em média 4h59 por dia durante a semana e 4h24 nos finais de semana. O uso de redes sociais teria influência nesse resultado. Entre os internautas, 92% estão conectados por meio de redes sociais, sendo as mais utilizadas o Facebook (83%), o WhatsApp (58%) e o YouTube (17%).

A importância de analisarmos a internet quando falamos de Rádio pode ser explicada por diversos motivos. Apesar de ainda não ser uma realidade no Brasil, as pesquisas indicam que ouvir rádio pela internet já é uma tendência. Na rádio online, as distâncias geográficas passam a não ter mais importância, o tempo não precisa ser necessariamente real, e os conteúdos não exigem mais que sejam exclusivamente sonoros.

Com os novos suportes possibilitados pela convergência digital, alguns ouvintes foram se interessando por outros formatos, os quais muitas vezes fogem da linguagem radiofônica. Hoje o ouvinte quer, além de ouvir rádio, entrar no portal, interagir com

os locutores, baixar podcast e escutar a programação de rádio em tempo real pela rede. A própria noção do que é rádio, que hoje pode incluir imagens, textos e gráficos, e não só o tradicional áudio está em jogo (SERGEL, 2014, p. 30)

Outro ponto a ser mencionado sobre essas novas interações do ouvinte com o rádio são os novos espaços nas programações para que ele próprio tenha voz. Já é comum ouvirmos áudios dos ouvintes, gravados pelo celular, com informações sobre o trânsito, por exemplo. As emissoras estão dando cada vez mais espaço também para os ouvintes pautarem as notícias e falarem sobre os acontecimentos cotidianos de sua comunidade. O investimento na participação dos ouvintes faz com que a comunicação radiofônica fique mais ativa, forte nas ações, e que fomente ainda mais o prazer de ouvir rádio com a presença de recados e discussões.

É importante que os que fazem o meio rádio procurem diversificar seus programas e investir firmemente na interatividade, pois os ouvintes, em sua grande maioria, têm muito a dizer sobre a vida política, econômica e social da comunidade, podendo dar grandes contribuições ao desenvolvimento do rádio como um todo e fazer com que muitos programas possam ganhar grande sucesso em termos de audiência e procura. Se bem orientado, o ouvinte pode dar informações valiosas e pautar o programa com informações, críticas e posicionamentos que contribuirão fortemente para a construção da cidadania. Em momentos em que o rádio se abre à participação do público ouvinte, geralmente os programas têm mais dinâmica e cumprem com a missão de mostrar a pluralidade de pensamentos de nosso povo (SOUZA, 2011, p. 1)

#### 2.2.2.2 O novo cenário do rádio

O rádio que escutamos, – desde o dial na AM, nas ondas curtas, na FM, na internet, vem se transformando nesses quase cem anos de existência.

Para a pesquisadora Magda Cunha (2010), se no início do século XX, quando foi criado, se buscava somente a transmissão de sinais à distância, já nos anos 1930 a necessidade da sociedade se comunicar fez com que o rádio se transformasse num meio de massa. Mais tarde, quando enfrentou o desenvolvimento da televisão, o rádio novamente se reinventou, num processo de miniaturização, com a invenção do transistor. Na passagem para o século XXI o rádio incorporou a tecnologia digital e, por meio da internet, transmite suas mensagens a qualquer parte do mundo.

Ainda segundo Cunha, a permanência do rádio se deve, portanto, ao fato de ele estar baseado no áudio, na oralidade, e, com o suporte tecnológico desenvolvido, a voz transmitida conseguiu acompanhar as pessoas. Segundo a pesquisadora, se inicialmente a linguagem radiofônica estava associada a móveis pesados, com a invenção do transistor conseguiu ficar móvel e acompanhar o ouvinte em vários lugares, e agora, com a tecnologia digital, ganhou escala mundial.

Para Cunha (2010), o rádio trouxe à mobilidade fria das metrópoles um tom de aconchego dos lares ao permitir que os conteúdos restritos até então ao ambiente doméstico pudessem ser levados individualmente por cada indivíduo, letrado ou não. Ainda segundo a autora, a observação do atual cenário evidencia uma nova mudança da utilização midiática do rádio. O rádio digital estaria impulsionando a comunicação interativa e a criatividade dos ouvintes, num contexto em que não é somente a emissora que oferece conteúdos, mas o próprio ouvinte, que passa a adquirir um novo papel.

### 2.3 RÁDIO PÚBLICA: PRECISAMOS DISSO?

Se você que está lendo este texto já disse um “sim” inicial a esta pergunta, provavelmente se baseou numa resposta quase consensual: a de que emissoras comerciais distorcem as notícias em favor das elites, e daí a necessidade das públicas. Mas a resposta a essa pergunta é muito mais ampla.

Eugênio Bucci (2008) afirma que, além desse desvirtuamento dos noticiários para favorecer interesses de poucos concessionários, o Brasil tem como problema a regulação débil e a fiscalização ausente nas empresas comerciais de comunicação. Para o autor, os mecanismos de controle das concessões ocorrem de forma quase inexistente no Brasil, não existindo exames públicos e periódicos para se verificar o cumprimento dos deveres do concessionário. Deve ser lembrado que mesmo empresas comerciais de rádio e TV possuem concessões que são públicas.

Outro problema apontado por Bucci é a propriedade cruzada dos meios de comunicação. É normal encontrar uma única empresa ou família (e até mesmo igreja) controlando numa mesma região vários veículos de comunicação, como rádios, TVs e impressos. Em outros países, há sérias restrições contra a propriedade cruzada dos meios de comunicação, enquanto que, no Brasil, convivemos normalmente com isso e não discutimos os seus possíveis riscos.

Aliás, quando saímos dos problemas das emissoras comerciais do Brasil e pensamos em outros países, onde emissoras públicas são protagonistas ou ocupam lugar de destaque, percebemos que a resposta a esta questão sobre a necessidade de uma comunicação pública é muito mais ampla.

E a melhor resposta é que a comunicação pública é necessária em qualquer lugar e continente, para assegurar o direito à informação. E isso ainda não é possível só com emissoras comerciais, mesmo num mundo de ampla oferta audiovisual. Segundo Eugênio Bucci, cabe às emissoras públicas aquilo que “as emissoras comerciais não têm condições, ou interesse, ou

mesmo liberdade – em relação a seus constrangimentos econômicos, concorrenciais – de oferecer”. (BUCCI, 2008, p. 73)

Para Bucci e muitos analistas, a radiodifusão pública é necessária ao equilíbrio de oferta de conteúdos, minimizando a predominância de iniciativas comerciais e colaborando para a diversidade de opiniões. A informação é um direito porque a democracia precisa de um cidadão bem-informado com repertório suficiente que lhe permita exercer e fiscalizar as funções públicas.

Não é por acaso que a concepção de mídia pública surge, segundo Silvaldo Pereira da Silva (2013), ainda na década de 1920, na Europa, num contexto após a Primeira Guerra Mundial, onde os ideais democráticos já estavam sendo ameaçados. Com o rádio, a comunicação de massa, que surgia naquele momento, passou a exercer um papel importantíssimo na integração dos espaços públicos nacionais e na formação de opinião. Segundo Silva, na Europa, a principal estação de rádio daquela época foi a BBC (British Broadcasting Corporation), criada em 1922 e funcionando como uma estação pública desde 1927. Ainda segundo o autor, na mesma época também surgiram nos Estados Unidos as primeiras estações de rádio com finalidade educativa.

Mas o rádio também foi utilizado como recurso para propagar ideologias, principalmente na propaganda nazista. Nos países em que ele não foi utilizado para este fim, houve então um reforço dos canais públicos para preservar os processos democráticos. E é por isso que, segundo Bucci, as emissoras públicas adquiriram ainda mais centralidade na segunda metade do século XX, num quadro que só se equilibrou recentemente.

No Brasil, a criação de empresas de mídia pública aconteceu de maneira diferente da Europa e dos Estados Unidos. Aqui, a construção histórica do rádio público está estreitamente ligada às dos rádios educativo e estatal. Segundo Elton Pinheiro (2015), na primeira transmissão de rádio no Brasil, em 1922, discursou o então presidente Epitácio Pessoa, no centenário da Independência, seguido da ópera *O Guarani*, de Carlos Gomes. Ainda segundo o autor, isso evidencia que, desde o começo, o rádio brasileiro tangenciou com o serviço público, seja pelo fato de as primeiras transmissões precisarem de suporte do poder público ou por ter, desde a sua origem, a missão de educar e difundir a cultura.

Em grande parte, isso também se deveu a uma pessoa: Edgard Roquette-Pinto, que fundou em 20 de Abril de 1923 a Sociedade Rádio do Rio de Janeiro, considerada por muitos

a primeira rádio do Brasil. Médico, antropólogo, etnólogo, ensaísta e poeta, Roquette-Pinto já visualizava a importância do rádio como forma de democracia cultural em nosso país. Em 1934, ele fundou outra rádio, a Rádio Escola Municipal do Rio de Janeiro, emissora de caráter estritamente educacional que atuava nos vários níveis e ensino. Em 1946, a Rádio Escola passou a se denominar Rádio Roquette-Pinto, homenageando seu fundador e idealizador. No site da Rádio Roquette-Pinto (<http://www.radioroquettepinto.rj.gov.br>), é possível ter acesso a essas informações.

A Sociedade Rádio do Rio de Janeiro foi o berço da ideia do rádio educativo. Ela serviu de modelo para várias outras rádios no Brasil. Durante a década de 1920, ela sobreviveu de doações de seus sócios, o que foi se tornando impossível com as novas regulamentações que exigiam equipamentos muito caros. E foi justamente para não transformar a rádio num veículo comercial, que, em 1936, Roquette-Pinto a doa para o governo, para o Ministério da Educação e Saúde. Mas ele impôs uma condição por meio de um ato jurídico: que a rádio só transmitisse programação educativa/cultural. A Sociedade Rádio do Rio de Janeiro virou a atual Rádio MEC em 1937, logo após a doação.

Outro personagem fundamental para se entender a construção de mídia pública no Brasil é o ex-presidente Getúlio Vargas. Segundo Abrucio e Franzese (2007), Getúlio Vargas produziu impactos importantes no federalismo brasileiro. Ele centralizou o poder no Executivo Federal e interveio na economia, criando o modelo nacional-desenvolvimentista. Em 1937, com o Estado Novo, chegou-se até mesmo a abolir o federalismo da Constituição, e os estados passaram a ser governados por interventores.

Mas, apesar dessa atitude centralizadora, quando falamos em comunicação, o governo de Getúlio, segundo Renato Ortiz (1988), resolveu compor com as forças sociais existentes, com o capital privado, que possuía interesses concretos no setor da radiodifusão. Ainda de acordo com Ortiz, “se é verdade que o discurso estadonovista afirma que é prejudicial a radiodifusão livre, ele não deixa de contemplar o polo oposto ao considerar que é cedo para a radiodifusão exclusivamente oficial” (ORTIZ, 1988, p.52). E, dentro desse quadro, então surgem as rádios comerciais e as rádios oficiais.

Até o governo de Getúlio Vargas, na década de 1930, o rádio não era nem público nem comercial, mas um meio comunitário. Segundo Izani Mustafá (2013), as emissoras se organizavam nos chamados rádios-clubes, que nada mais eram do que clubes de ouvintes. O rádio era sustentado pelos próprios ouvintes, e eram eles que ajudavam a fazer a programação.



A era do rádio comercial surge a partir de 1932, quando Getúlio Vargas, por meio do Decreto 21.111, autorizou as emissoras a terem até 10% de sua programação sob forma de publicidade. Mas, para Ortiz, a publicidade regulamentada pelo governo em nada prejudicou as finalidades educativas do rádio e foi ainda um benefício para a sua organização incipiente, já que conseguiu recursos para o problema da radiodifusão no Brasil, sem encargos para o erário público.

Mustafá (2013) também afirma que Getúlio Vargas reconhecia o valor do rádio como veículo de comunicação de massas e também o utilizou para propagandear obras e realizações. Um exemplo disso é a criação do programa “Hora do Brasil”, em 22 de Julho de 1935, que, depois de 1937, passou a ter transmissão obrigatória em rede nacional. Além de tornar públicas as realizações do governo, o programa esclarecia a opinião pública sobre os problemas circunstanciais, e eram comuns os discursos de Vargas aos brasileiros, principalmente nas datas comemorativas, como no Dia do Trabalho ou no Dia da Independência do Brasil.

Em 1936, surge a primeira emissora pública do Brasil, que já foi criada para ser uma rádio pública, a Inconfidência, de Minas Gerais, ligada ao governo estadual, mas com total apoio do governo federal. Em 1936, também foi criada a Rádio Nacional, que nasceu como emissora privada, sendo incorporada ao patrimônio da União na década de 1940.

Para a pesquisadora Valci Zuculoto (2010), que apresentou como Tese de Doutorado a construção histórica da programação de rádios públicas brasileiras, é necessário entender que mesmo essas emissoras vinculadas a governos (federal ou estatal) tinham missão pública, e que, portanto, podem ser classificadas igualmente como públicas. A pesquisadora também afirma que, até a década de 1990, a maioria se designava como integrante do sistema educativo de rádio, e hoje, a sua maioria coloca-se como estação pública.

O fato é que, no Brasil, a legislação que disciplina a radiodifusão é da década de 1960 e está totalmente desatualizada. Zucaloto diz que, se ela fosse classificar as rádios estatais, educativas, culturais e universitárias exclusivamente baseada na Constituição, ela também não poderia reuni-las num único sistema, já que a Constituição Federal (Brasil, 1988) estabeleceu três sistemas para a radiodifusão – o privado, o estatal e o público.

Também de acordo com a Constituição Federal, a produção e a programação das emissoras de rádio e televisão devem atender os seguintes princípios: preferência a finalidades educativas, artísticas, culturais e informativas; promoção da cultura nacional e regional e estímulo à produção independente que objetive sua divulgação; regionalização da produção

cultural, artística e jornalística, conforme percentuais estabelecidos em lei e respeito aos valores éticos e sociais da pessoa e da família. São os itens do artigo 221, e não são apenas para as emissoras do campo público, mas para todas as rádios e televisões do país.

Ainda sobre a legislação vigente, a pesquisadora Valci Zuculoto afirma que a criação da EBC – Empresa Brasil de Comunicação, pela Lei 11.652 de 07 de abril de 2008, foi defendida por muitos como uma atualização nessa defasagem regulatória. Mas Valci discorda e acha que o Brasil precisa de novas regulamentações para a radiodifusão.

Para a ARPUB – Associação das Rádios Públicas do Brasil – criada em 2004, as emissoras estatais são, sim, rádios públicas. “As emissoras públicas são aquelas mantidas com recursos de governo (federal, estaduais e municipais), identificadas como educativas, culturais e universitárias” (ARPUB, 2004.). A missão institucional de uma rádio pública, segundo a Carta de Princípios da entidade, é:

Difundir, irradiar e produzir cultura, educação, cidadania, entretenimento, informação e prestação de serviços, buscando atingir um público cada vez mais amplo da sociedade. Difundir a arte e a cultura nacional, respeitando sua diversidade regional, as diversas manifestações artísticas, com destaque para a música (clássica e popular) [...], fazer a cobertura jornalística da vida cultural da sua cidade e do país, [...]. Contribuir para a educação do nosso povo, no sentido amplo do termo, [...]. Democratizar a informação, fazendo com que ela chegue a todo e qualquer cidadão, dando voz a quem não tem [...]. [...] deve estar voltada para a prestação de serviços à população: dicas e informações sobre o trânsito [...] auxílio a órgãos públicos no enfrentamento a situações de calamidade [...]. O primeiro princípio a ser adotado é o da democratização da gestão. [...] Outro princípio a ser observado é [...] ética no trato com recursos públicos [...] responsabilidade social empresarial [...]. Governos e sociedade precisam compreender que a comunicação pública (rádios e TVs) são bens de consumo necessários a uma cesta básica de cidadania, [...]. E isso só pode ser garantido com mais recursos, mais investimentos, tanto públicos quanto privados (ARPUB, 2004).

Segundo Silvano Pereira da Silva (2013), a Organização das Nações Unidas (UNESCO 2000) apontou quatro princípios fundamentais que devem guiar a radiodifusão pública: Universalidade, Diversidade, Independência e Diferenciação. Ainda de acordo com o autor, quanto mais uma organização de mídia for autônoma em relação ao mercado, quanto mais independente de ingerências governamentais e quanto mais aberta e predisposta à participação do cidadão, mais forte e qualificado será o adjetivo “público”.

De acordo com Eugênio Bucci (2008), para ser pública, a comunicação deverá atender a alguns requisitos: a gestão (editorial e administrativa) deve caber à sociedade e não ao governo; os fins devem ser não-comerciais; é necessário uma universalidade de acesso e o compromisso de sua programação com os valores da democracia e dos direitos humanos.

Bucci ressalta, também, que aos governos cabe o lugar de fonte de informação e não de mediador. Ainda que o estatal seja público, para ele, a gestão dessas emissoras precisa ser dada à sociedade. Ele acredita que a comunicação pública exige uma gestão pública, um conselho formado por integrantes capazes de representar a sociedade. Também acredita que o Estado pode até cumprir o papel de regulador ou mesmo de financiador direto ou indireto, mas a gestão há de caber a órgãos independentes em relação não apenas ao Executivo, mas também aos outros dois Poderes da República.

As rádios públicas foram e são necessárias. Precisamos de rádios públicas que assumam um compromisso exposto de promover a inclusão. O momento nunca foi tão propício com a radiodifusão digital e as múltiplas invenções proporcionadas pela internet. O público nunca esteve tão perto de produtores e formadores de conteúdo. Mas precisamos de rádios públicas, se elas forem capazes de melhorar os processos democráticos, de elevar o nível de fundamentação das decisões políticas tomadas direta ou indiretamente pelos cidadãos, e se forem capazes de promover a geração de cultura, diversidade e inclusão social (BUCCI, 2008).

#### 2.4 RÁDIO INCONFIDÊNCIA, PATRIMÔNIO DOS MINEIROS

“Dar ao povo das montanhas um magnífico veículo de cultura e divulgação e fazer-se porta voz de seu progresso”<sup>1</sup> – Assim definia o Professor Francisco Victor Lessa, *speaker*<sup>2</sup> fundador da Rádio Inconfidência a missão da emissora inaugurada naquele três de setembro de 1936.

Desde a sua fundação, a Inconfidência já era vinculada ao Governo de Minas Gerais, e, por isso, também reivindica o título de primeira emissora pública brasileira<sup>3</sup>.

Minas Gerais, em 1930, ainda era carente de estradas asfaltadas e de linhas de telefonia. Além disso, possuía uma população predominantemente rural e era a agricultura que movimentava a economia do estado. Nos salões do Palácio da Liberdade, cogitava-se então a criação de uma rádio, que, para a tecnologia da época, era o canal que poderia unir todos os municípios do estado, sendo por muitas vezes a única conexão entre capital e interior.

---

<sup>1</sup> *Folha de Minas*. 07 Set. 1958, p. 7.

<sup>2</sup> Naquela época, os locutores eram chamados de *speakers*.

<sup>3</sup> Muitos artigos acadêmicos sugerem que a primeira rádio pública seria a MEC. Mas a Rádio Sociedade do Rio de Janeiro, que era de propriedade de Roquette Pinto, só foi doada ao Governo em 07 de setembro de 1936, quatro dias depois da inauguração da Rádio Inconfidência. Foi a Lei n 1378 que a organizou em Rádio Ministério da Educação e Cultura, Rádio MEC, e instituiu o Serviço de Radiodifusão Educativo. A lei é de 13 de janeiro de 1937. (LEAL, 2003, p. 3)

O grande articulador deste projeto foi o então secretário de agricultura, Israel Pinheiro. Em maio de 1935, ele enviou às prefeituras mineiras uma circular pedindo dinheiro para montar uma rádio difusora no estado. Quem acompanhar nos meses subsequentes o *Minas Gerais* – o jornal impresso que até hoje divulga notícias referentes aos poderes Executivo, Legislativo e Judiciário – vai achar várias referências das prefeituras que ajudaram neste financiamento para o transmissor da Inconfidência.

“Prefeitura Carangola aceita, jubilosa, plano instalação esta radio-difusora. Contamos colaborar com v. excia. no plano magnificamente explanado em sua circular. importância essa quota será enviada. Abraços. - Edgard Guimarães, Prefeito Interino”

“Em resposta a sua circular tenho o prazer não só de felicitar calorosamente o exmo. Governador Benedicto Valladares, pela luminosa idéia da instalação de uma estação radiodifusora nessa Capital como aplaudir entusiasticamente a sábia e patriótica orientação do prezado amigo nos negócios da Agricultura do Estado. Vou remeter seu nome a quota solicitada naquele documento. Pode contar com a nossa modesta, porém, sincera colaboração, para o completo êxito de tão útil empreendimento. Abraços – Paiva Oliveira – Prefeito de Caldas”

“Prefeitura Municipal de Prados. Em 27/5/1935. Exmo. sr. dr. Israel Pinheiro. Amigas e respeitadas saudações. Recebi e li com a atenção devida, a circular de v. excia. Nenhuma dúvida terá esta Prefeitura em concorrer para o fim da mesma exposto, com a quantia alvitada. Antes a assignará, opportunamente, com o maior prazer, certa, como está, de que assim concorrerá para a realização de uma proveitosa iniciativa, de que grandemente se beneficiarão todos os municípios de Minas e, portanto, o proprio Estado. Com os protestos de real estima e Votos pela felicidade pessoal de v. excia., assigna o amigo admirador muito grato – (a.) Antotnio Cardoso Vale, prefeito.”

“Coromandel, 28 de maio de 1935. – Distinto amigo sr. Israel Pinheiro. Atenciosas, saudações. Recebi seu prezado cartão de 9 do corrente, em que pede interessar-me pelo conteúdo da circular que o acompanhou. Tomando na devida consideração o pedido do nobre amigo, e tratando-se de uma iniciativa, digna de encomios pelo seu elevado alcance para o nosso desenvolvimento e progresso, não deixará esta prefeitura de contribuir para tão louvável empreendimento, quial seja a inistallção, nessa Capital, de uma estação radio-difusora. Prevalecendo-se do ensejo, apresento ao illustre amigo protestos de minha sincera estima e consideração. Amigo admirador e creado attento - (a) Egydio Machado, prefeito”

A edição do *Minas Gerais* publicada em 22 de outubro de 1935 já listava 72 prefeituras<sup>4</sup> que contribuiram para o projeto de Israel Pinheiro. Com o dinheiro arrecadado foi possível

---

<sup>4</sup> Carangola, 5:000\$; Diamantina, 4:000\$; Caeté, 2:0008; Bocayuva, 2:000\$; Araguay, 5:000\$; Alto Rio Doce, 2:000\$; Nova Lima, 3:000\$; Aymorés, 3:000\$; Campanha, 4:000\$; Ouro Fino, 4:000\$; Caldas, 2:000\$; Santa Barbara, 3:000\$; Poços de Caldas, 10:000\$; S. Francisco, 2:000\$; Cambuquira, 3:000\$; Pitanguy, 3:000\$; Eloy Mendes, 2:000\$; Santa Maria do Suassuhy, 500\$; Prados, 1:000\$; Lagoa Dourada, 1:000\$; Andrelandia, 2:000\$; Uberlandia, 4:000\$; Camxambú, 4:000\$; S. João Evangelista, 1:000\$; Santo Antonio do Monte, 3:000\$; Contagem, 2:000\$; Sete Lagoas, 1:000\$; Lambary, 3:000\$; Antonio Dias, 500\$; Guaxupé, 2 :500\$; Juiz de Fôra, 10:000\$; Paraisopolis, 2:000\$ ; Virginia, 1:000\$; Rio Espera, 1:000\$ ; Manhuasu', 4:000\$; Coração de Jesus, 2:000\$; Mar de Hespanha, 4:000\$ ; Rio Paranyhyba, 1:000\$; Jacutinga, 3:000\$ ; Minas Novas, 1 :000\$; Peçanha, 2:000\$ ; Ouro Preto, 2:000\$ ; Pará de Minas, 3:000\$; Itanhandú', 2:000\$ ; Sabará, 2:000\$ ; Conceição, 2 :000\$ ; Iblá, 2:000\$ ; Pedra Branca, 1:000\$ ; Capellinha, 1:000\$ ; Guanhões, 2:000\$ ; Abaeté, 2:000\$ ; Coromandei,

comprar os equipamentos necessários. A fazenda Gameleira, pertencente ao Instituto João Pinheiro, recebeu o primeiro sistema de transmissores da rádio. Uma curiosidade é que em função da instalação dos transmissores neste lugar foi necessário abrir uma estrada até o local. Essa estrada é hoje a Avenida Amazonas, uma das mais importantes da capital mineira.

Se os transmissores ficavam na Gameleira, já os primeiros estúdios da Inconfidência ficavam no edifício Feira Permanente de Amostras, que também foi inaugurado em 1936. Em pouco tempo, o prédio era o mais elegante e importante de Belo Horizonte. Transformou-se num centro cultural e social da cidade, com restaurante, auditório e salão de baile. Também era um local onde os comerciantes e industriais de Minas vinham expor os seus produtos. Ele ficava exatamente onde é hoje a rodoviária, no início da Avenida Afonso Pena, na Praça Rio Branco.

O prédio Feira Permanente de Amostras também foi uma iniciativa de Israel Pinheiro. Segundo a historiadora Leide Mara Cota (2016), a Secretaria de Agricultura era a principal secretaria do Estado de Minas Gerais, e a gestão de Israel Pinheiro, que durou de 1933 até 1942, foi marcada por muitos investimentos que buscaram a modernização da produção agropecuária. Minas Gerais tinha como característica no seu setor produtivo a ausência de um produto principal na economia, como acontecia em outros estados. Em Minas, a produção era diversificada, o que demandava esforços políticos na formação de pessoal e no ensino de técnicas variadas que pudessem aumentar a produção e recuperar a economia.

A Feira Permanente de Amostras tinha por objetivo divulgar as riquezas econômicas do Estado, promover a economia mineira por meio de venda de insumos a preços mais acessíveis, instruir o homem do campo e atrair investidores para a jovem cidade de Belo Horizonte. Para Cota (2016), Israel Pinheiro buscou conciliar o interesse do governo com as demandas das classes produtoras, e foi nesse contexto que surgiu a ideia de criar uma emissora oficial. A respeito disso, em discurso na Assembleia Legislativa, o governador Benedito Valadares afirmava que

[...] é condição essencial a formação de um ambiente de otimismo e confiança na administração pública. E este decorre da estrita colaboração entre o governo e as classes produtoras e da divulgação das medidas administrativas necessárias ao aperfeiçoamento dos processos de trabalho. Com esse objetivo está o governo

---

2:000\$ ; Passos, 3:000\$; Manhumirim, 3:000\$; Oliveira, 3:000\$ ; Entre Rios, 2:000\$ ; Cambuhy, 2:000\$ ; Ubá, 4:000\$; Bom Sucesso, 2:000\$ ; Formiga, 5:000\$ ; Tremedal, 1:000\$; Santa Catharina, 2:000\$ ; Pedro Leopoldo, 2:000\$; Silvanópolis, 2:000\$; Arassuahy, 3:000\$; Prata, 3:000\$ ; Campo Belo, 5:000\$ ; Raul Soares, 1:000\$; Patrocínio, 3:000\$ ; Itambacury, 1:000\$; Viçosa, 4:000\$ ; e Maria da Fé, 500\$.

construindo a Feira Permanente de Amostras e já tem em estudo propostas para a montagem de uma estação rádio difusora, que levará às populações de todos os municípios mineiros o pensamento e a orientação incentivadora do governo (ASSEMBLEIA, 1935, p. 71).

É importante dizer também que Benedito Valadares foi o político que governou Minas Gerais por mais tempo, de 1933 até 1945, num total de 12 anos, e manteve estreita fidelidade a Getúlio Vargas. Apesar da censura política, os anos de 1930 e 1940 são marcados por intenso investimento do poder público nos meios de comunicação, especialmente o rádio.

Para Cota (2016), a amplitude territorial do Brasil e a ausência de educação por parte considerável da população faziam com que repousasse sobre o rádio a crença de que ele poderia estabelecer os laços da nacionalidade, sendo capaz de unir e desenvolver sócio e culturalmente a nação. Ainda segundo a autora, é por isso que as concessões feitas pelo Governo Federal buscavam assegurar a irradiação de conteúdos educativos. Podemos perceber isso também na concessão da Rádio Inconfidência, que é de 26 de junho de 1936. O Decreto 921 foi o instrumento legal que concedeu permissão ao Governo do Estado de Minas Gerais para estabelecer uma estação radiodifusora. Em sua Cláusula I, afirmou-se que

fica assegurado ao Governo do Estado de Minas Geraes, o direito de estabelecer, na cidade de Bello Horizonte, no referido Estado, uma estação de ondas médias, destinada a executar o serviço de radiodifusão, com a finalidade e orientação intellectual e instructiva, com subordinação a todas as obrigações e exigencias instituidas neste acto de concessão<sup>5</sup>

Pouco tempo depois, em agosto do mesmo ano, o governador Benedito Valadares já relatava o andamento da instalação da Rádio. E mais, anunciou o nome escolhido para a emissora oficial do estado.

Está concluída a instalação da estação radio-difusora do Estado, que, devendo ser inaugurada a 1º de setembro, receberá a denominação de Rádio “Inconfidencia”. Sua potência será de 22 kilowatts na antenna e 140 na base, sendo, pois, facilmente captada em todo o Brasil e na America do Sul. Para o fornecimento de seu material, foi aceita a proposta da Companhia Nacional de Comunicações Sem Fio “Marconi”, que deu cabal cumprimento ao contracto que assignou com o Estado<sup>6</sup>.

Leide Mara da Conceição Cota (2016), que fez um estudo sobre a Rádio Inconfidência que vai do período de inauguração até 1945, acredita que o nome “Inconfidência” foi escolhido por uma série de fatores políticos. Para ela, batizar a estação de rádio oficial de Minas Gerais

---

<sup>5</sup> (BRASIL, 1936).

<sup>6</sup> RIBEIRO, Benedicto Valladares. *Mensagem apresentada a Assembleia Legislativa de Minas Gerais, em sua sessão ordinária de 1936, pelo governador do Estado*. Belo Horizonte: Imprensa Oficial de Minas Gerais, 1936, p. 89.

com o nome de Inconfidência, no contexto dos anos 1930, reforçava a ideia de unidade nacional que se pretendia, em torno do poder simbólico de Tiradentes como mito ou herói nacional. O trabalho em prol do coletivo, o serviço prestado à nação e o sacrifício pela pátria, presentes nos discursos sobre Tiradentes, eram perfeitamente adequados aos objetivos de Getúlio Vargas, no quadro do ideário nacional. A ênfase no civismo e no patriotismo de Tiradentes, aliada a ideia de sacrifício pela pátria, foi elemento precioso na pedagogia do Estado Novo.

Cota (2016) ressalta, ainda, que pouco depois da inauguração oficial da Rádio Inconfidência, ainda em 1936, a emissora foi a responsável pelo programa “Hora do Brasil”, que iria homenagear os inconfidentes “repatriados” pelo Governo Vargas. É que, naquele ano, o então presidente Getúlio Vargas assinou um decreto determinando providências para a exumação dos restos mortais e o repatriamento dos despojos de todos os inconfidentes mortos nos degredos de Portugal e África. O programa foi registrado no *Minas Gerais*:

Seguiram para o Rio, pelo nocturno de hontem, as senhorinhas Dagmar Leite e Odette Flexa e a senhora Gertrudes Driesler, cantoras e pianista da Radio Inconfidencia, a fim de tomarem parte no programa artístico de amanhã, 26 do corrente, da “Hora do Brasil. (...) O programa artístico da “Hora do Brasil” de amanhã estará a cargo da Radio Inconfidencia e será uma homenagem as cinzas dos inconfidentes mineiros, que chegarão amanhã ao Rio de Janeiro<sup>7</sup>.

A Rádio Inconfidência também passou a ser o lugar de difusão das comemorações do 21 de abril. Vários programas também eram pensados para comemorar a data com encenações teatrais, declamação de poesias e números musicais.

A Inconfidência Mineira também foi mencionada naquele 03 de setembro de 1936, quando era inaugurada oficialmente a Rádio Inconfidência. Além do governador do estado de Minas Gerais, Benedito Valadares, todos os seus auxiliares de governo, incluindo o secretário de agricultura Israel Pinheiro, também estiveram presentes o ex-presidente da República Wenceslau Brás, o Ministro de Agricultura, Dr. Odilon Braga, deputados federais e estaduais de Minas, senadores, autoridades do clero, pessoas da alta sociedade e intelectuais, entre eles, o professor e jornalista Genolino Amado, a quem coube discursar.

Ao falar aos intelectuaes mineiros, por essa voz moderna da intelligencia que é o rádio, a minha impressão é a de que estamos vivendo aqui um instante de poesia. Da melhor poesia da vida contemporânea. A poesia que se exprime no genio do homem realizando, creando cousas novas e esplendidas, como estação de broadcasting que começa a ser agora o justo orgulho de Minas. (...) E antes mesmo que existisse o Brasil, como Brasil, já existia em Villa Rica a poesia brasileira. Na alma lyrica de Gonzaga, na frente seismadora de Alvarenga Peixoto, no grande coração de Claudio

---

<sup>7</sup> ARTISTAS da PRI-3 na “Hora do Brasil”, *Minas Geraes*, 25 dez. 1936, p. 10.

Manoel da Costa, ella sonhava o mais bello sonho de todas as poesias jovens do mundo: o sonho da liberdade. (...) Inconfidencia, esta palavra mágica da História Brasileira ficou sendo para todos nós synonymo de poesia. (...) Há um symbolo tocante no admiravel título desta grande estação transmissora que hoje se inaugura em Minas Geraes. E no pico da sua torre orgulhosa, que tão alto se levanta na paisagem moderna de Bello Horizonte, parte agora vãos novos, esta poesia que, tendo acordado no Brasil com a Inconfidencia, hoje se espalha pelo rádio...<sup>8</sup>

A Rádio Inconfidência foi inaugura às 19h30, durante um jantar oferecido no Restaurante da Feira de Amostras. Segundo o *Minas Gerais*, era a rádio difusora mais potente do Brasil, com 22.000 watts na antena e 140.000 watts na base, 341 metros de onda e 860 Kilociclos.

Além de Genolino Amaral, discursaram na noite o presidente da Academia Mineira de Letras, Mário Mattos, o presidente da Assembleia Legislativa do Estado, Dr. Dorinato Lima, o bispo de Uberaba, Frei D. Luiz de Sant'Anna, o ex-presidente da república, Wenceslau Braz e o governador de Minas Gerais, Benedito Valadares, que assim se dirigiu aos presentes:

Ao inaugurar a Rádio Inconfidência de Minas Gerais, tenho a satisfação de saudar o povo mineiro, formulando os mais ardentes votos pela prosperidade do seu trabalho profícuo no sentido do engrandecimento do nosso Estado. Minas atravessa uma fase austera de reconstrução e por isso mesmo exige de seus cidadãos grandes energias. Nós lh'as saberemos dar, com abnegação, firmeza e serenidade, porque confiamos no futuro do nosso Estado, cheio de reservas morais e trabalho pelo civismo de um povo mais do que tudo brasileiro. E em nome deste povo que deseja a grandeza de seu Estado e, mais do que está, a da pátria comum, eu saúdo a todos os estados da Federação na pessoa de seus governadores, animado pelo desejo de que os brasileiros unidos num só pensamento em torno do sr. Presidente da República, continuem a trabalhar pelos ideais da nacionalidade e de que não haja outra preocupação por parte dos homens de responsabilidade e de direção, que não seja a de servir lealmente, a esse povo ordeiro, trabalhador e patriota<sup>9</sup>.

Na inauguração, a Rádio Inconfidência também contou com artistas do Rio de Janeiro. Jader de Oliveira, no livro *No tempo mais que perfeito* (2009) afirma, que o speaker (locutor) Francisco Lessa foi o responsável também por anunciar a programação musical que incluiu Orlando Silva, Nuno Roland, Dalva de Oliveira, Herivelto Martins, Sebastião Pinto e Moraes Neto. Ele também afirma que “numa cidade que não havia completado 38 anos o papel da Inconfidência teve imediata repercussão” (Oliveira, 2009. p. 75).

---

<sup>8</sup> INAUGURAÇÃO da Radio Inconfidência, *Minas Geraes*, 04 set. 1936, p. 9. O *Minas Geraes* de 04 set. 1936 apresenta Genolino Amado como um intelectual criador da literatura do rádio nos anos 1930. Foi responsável por programas radiofônicos educativos nas rádios Mayrink Veiga e Nacional, nos anos 1930 e 1940.

<sup>9</sup> *Minas Geraes*, Belo Horizonte, 4 set. 1936, p. 9.



Para Fábio Martins (1999), a partir do dia da inauguração da Rádio Inconfidência, um novo hábito passou a surgir na cidade de Belo Horizonte: o de ir até a Praça Rio Branco e ficar debaixo dos fícus da praça, para ouvir a Inconfidência. É que possantes alto-falantes foram colocados na torre da Feira de Amostras e a programação poderia ser escutada por quem estivesse por perto.

O povo se comprimia nas escadas da Feira de Amostras e se aglomerava na Praça Rio Branco (...). O fascínio que o rádio despertava tocava os corações e uma curiosidade mágica reunia pessoas e impulsionava indagações. A Rádio Difusora Inconfidência transmitia, e agora o som saía pelos alto-falantes espalhados pela praça (...). (MARTINS, 1999, p. 108)

Cota (2016) afirma que a Feira Permanente de Amostras passou a ser o centro cultural de Belo Horizonte. Ainda segundo ela, a Rádio Inconfidência também pode ser vista naquele momento como locus educativo, já que a emissora assumiria aspectos educativos e instrutivos no conjunto de sua programação. Segundo o seu trabalho no qual analisou toda a programação da Rádio no período de 1936 a 1945, a Inconfidência cumpriu uma importante função para a educação nacional, transmitindo programas de natureza diversa, que desempenhavam um papel relevante na formação de uma identidade nacional brasileira, fundamentada em uma estética civilizatória, particularmente por meio da educação, da saúde e da música. Ela também destaca a presença da rádio nesse início em escolas da capital mineira, colocando nos microfones da rádio professores e alunos, inclusive crianças.

Ainda segundo a pesquisadora Leide Mara da Conceição Cota, a programação entre setembro de 1936 e dezembro de 1945 contou, segundo a sua pesquisa, com 84 programas transmitidos pela Inconfidência. Ela os caracterizou como sendo 25 programas pertencentes ao gênero educativo-cultural / entretenimento; 23 pertencentes ao gênero educativo-cultural, 20 ao jornalístico, 06 ao entretenimento, 06 ao propagandístico e 04 ao publicitário. Cota (2016) destaca os programas “Aula de Ginástica”, “Hora de Higiene” e “Saúde Pública” na divulgação dos pensamentos médico-higienista-sanitarista; o “Hora Educativa” e “Hora Infantil”, que alinhavam os objetivos de educação escolar a valores como família, religião e pátria; e os programas “Hora de Evocação dos Grandes Mestres” e “Nos Domínios da Música”, que contribuíram para a formação musical dos ouvintes.

Ainda sobre a programação nos primeiros anos da Rádio Inconfidência, Wanir Campelo (2006) destaca, em seu artigo “Hora do Fazendeiro: Porque Minas, há 70 anos, se rende ao som verde que ecoa pelos campos quando cai a tarde”, a importância do programa mais antigo da Rádio Inconfidência e que também disputa o título do programa mais antigo do rádio brasileiro,

o “Hora do Fazendeiro”. A estreia do programa se deu quatro dias depois da inauguração da Inconfidência, em sete de setembro de 1936. A Rádio foi inaugurada numa quinta-feira e, a partir da segunda-feira seguinte, diariamente, o programa entrava no ar com a proposta de unir a cidade ao campo.

A autora destaca a produção do programa que foi conduzida por João Anatólio Lima por 42 anos ininterruptos. Ainda de acordo com Campelo, ele jamais falou ao microfone, sendo o programa apresentado por diversos locutores ao longo do tempo. João Anatólio era formado em agronomia e trabalhou como funcionário da Secretaria de Agricultura, Viação e Obras Públicas, até ser convidado pelo próprio secretário, Israel Pinheiro, para produzir o programa.

Era também João Anatólio quem respondia as cartas dos ouvintes que, segundo Campelo, eram numerosas desde o início. O programa “Hora do Fazendeiro” sempre foi líder de audiência em seu horário e recordista no número de cartas. Somente nos três primeiros anos de transmissão o programa teria recebido 25 mil cartas, segundo a autora. Wanir Campelo também afirma que, mesmo numa época que não existia ainda a agilidade do telefone, o programa se destacava no serviço de utilidade pública. A linha editorial prevista desde a estreia da “Hora do Fazendeiro” também previa música e entretenimento. A parte de informação era variada. João respondia cartas sobre doenças do gado, remédios para a lavoura, dicas para uma melhor colheita e várias outras questões ligadas à agricultura e pecuária.

Em outubro de 1936, assim falava o *Minas Gerais* sobre a importância do programa:

(...) prestar grandes serviços aos nossos lavradores com a divulgação de conselhos úteis, tudo quanto se relaciona à lavoura, à pecuária, à sericultura, ao combate às pragas dos vegetais e aos insetos daninhos, etc. (...) Esses conselhos e recomendações, entremeados de números escolhidos de música regional, são apresentadas em linguagem fácil e acessível a todos, sem incorrer em vulgaridades, mas também sem o excesso de termos técnicos, que os tornariam incompreensíveis<sup>10</sup>.

Além do “Hora do Fazendeiro”, Cota (2016) destaca outro programa que foi importante para ampliar o diálogo com o campo, o programa “Compadre Belarmino”. Segundo a autora, o programa não só falava para o campo, mas era apresentado por um caipira e seus companheiros Ximango e Paia Roxa, o que gerou imediato reconhecimento do público rural mineiro. A linguagem e os comportamentos marcaram a proximidade e a identificação dos personagens com o público ouvinte, sobretudo, no interior. Cota também destaca o atributo humorístico do programa e afirma que os programas humorísticos eram uma espécie de crônica para retratar

---

<sup>10</sup> *Minas Geraes*, Belo Horizonte, 30 out. 1936, p. 14.

ou criticar a realidade. Ainda segundo a autora, poucos eram os domicílios rurais que tinham energia elétrica, e os aparelhos de rádio, eram, muitas vezes, alimentados por bateria de automóvel. Isso pode ser comprovado em uma entrevista do Belarmino à *Revista Alterosa*:

muntos fazendêro me inscrevêro que nunca hôte artista da rádio que cunsiguisse dispertá essa ispéce de uvinte: o hôme que mora no meio do mato, por este mundão afóra, onde só inziste rádio na fazenda do “coroné fulano”, que ais veiz fica mais de legua de distança. Im muntas, os fazendêro fôro obrigado a colocá arto-falante no terrêro, pruçê na sala num cabia os uvinte do cumpadre. Munto dono de rádio tocado a bateria cobra intrada dos qui vão uvi os meu programa<sup>11</sup>

E se no campo havia disputa para ouvir rádio, na capital mineira a popularização do aparelho já alcançava camadas da população de baixa renda ainda no final dos anos de 1930. O jornal *Folha de Minas* registou a presença do rádio nessa época: “Em Bello Horizonte, por exemplo, o rádio já é ouvido nos recantos mais distantes da zona urbana, e não se espante o ouvinte se um dia encontrá-lo numa casa de bairro humilde e feia, na Pedreira Prado Lopes ou no alto do Cruzeiro”<sup>12</sup>.

Em 1939, a Rádio Inconfidência foi a primeira emissora brasileira a receber, na Argentina, o título de “Padrão do Continente”, durante um congresso radiofônico.

Ainda sobre os destaques da programação da Rádio Inconfidência nos primeiros dez anos, a pesquisadora Wanir Campelo (2011), em outro artigo sobre a Rádio Inconfidência, intitulado “Inconfidência: o radiojornalismo mineiro começou aqui”, também destaca a importância da emissora ao transmitir no início dos anos 1940 o “Repórter Esso”. Para a autora, entre os pesquisadores do rádio brasileiro é quase unânime a opinião de que o “Repórter Esso” inaugurou o jornalismo radiofônico e fez o rádio buscar uma linguagem própria, uma locução mais vibrante para dar a notícia, além de estabelecer valores de objetividade e credibilidade. Ainda segundo Campelo, o *Esso* era sucinto e tinha apenas cinco minutos de duração.

Campelo (2011) diz que, na Rádio Inconfidência, as transmissões ocorriam de segunda a sábado, às 8h, 13h, 19h e 22h. No domingo, as apresentações eram às 13h e às 21h. A locução do “Repórter Esso” na Rádio Inconfidência ficou a cargo de Paulo Lessa no início, no ano de 1942.

Também é importante destacar dentro dessa proposta de uma programação educativa que definia a Rádio Inconfidência durante o governo de Getúlio Vargas, no governo federal, e

---

<sup>11</sup> UMA PALESTRA com o Cumpadre Belarmino, *Revista Alterosa*, Ano IV, n.27, jul. 1942, p. 105.

<sup>12</sup> Conf. Anuário Estatístico e publicação no *Minas Gerais* e no *Folha de Minas*, dos dias 11 e 12 de fevereiro de 1938, respectivamente.

de Benedito Valadares, no governo estadual, a importância dos programas voltados a divulgar a literatura brasileira e mundial. No livro *O Gigante do Ar*, a pesquisadora Rosângela de Mendonça Guimarães (2014) afirma que a elite intelectual mineira estava toda dentro da Rádio Inconfidência produzindo programas. Ela cita nomes como Alphonsus de Guimarães Filho, João Alphonsus, Luiz de Bessa, Karl Weissmann, Aires da Mata Machado Filho, Moacyr de Andrade, Jorge Azevedo, Eduardo Frieiro, entre tantos outros nomes que divulgavam informações literárias e históricas nas ondas da Rádio Inconfidência, o que tornava acessível à grande parte da população que a imprensa não alcançava. Como destaque, Rosângela cita o programa “O Boletim Literário”, do escritor Eduardo Frieiro, que veiculava informações e críticas sobre a produção literária do Estado, do País e do Estrangeiro; a “Crônica da Semana”, do jornalista Jair Silva; e o “Antologia Sonora”, do jornalista Álvares da Silva. A *Revista Alterosa* de março de 1945 também destacava essa programação e afirmava que “os programas literários da Inconfidência continuam sendo o ponto alto de suas transmissões. Redigidos por pessoas idôneas, competentes, constituem, sem nenhuma dúvida, um dos maiores atrativos da emissora oficial”.<sup>13</sup>

Com o fim do Estado Novo, a Rádio Inconfidência passa por transformações, acompanhando todo o processo de mudança do contexto nacional, que foi muito além do contexto político. Segundo Renato Ortiz (1988), ao longo dos anos de 1940, ocorre uma mudança significativa de orientação dos modelos estrangeiros entre nós. Segundo o autor, os padrões europeus vão ceder lugar aos valores americanos, transmitidos pela publicidade, cinema e livros de língua inglesa. “Nas rádios, este é o período em que a música americana se expande, e se consolida uma forma de se tocar boa música, a orquestral, que se constitui tendo por modelo os conjuntos americanos” (ORTIZ, 1988, p. 71). E é nesse contexto que o rádio, inclusive a Rádio Inconfidência, passa a investir em outras atrações, como os programas de auditório com apresentações musicais, e também o radioteatro e as radionovelas.

Buscando então agradar aos novos ouvintes, a Inconfidência constituiu grupos de teatro e de novela, contratando autores, músicos e atores. Rosângela Guimarães destaca o programa “Escola de Rádio”, conduzido por Elias Salomé, que durante vários anos lançou novos talentos não só para Inconfidência, mas para a cena artística mineira como um todo. Guimarães (2014) também afirma que foi ainda nos fins dos anos de 1940 que os programas de auditório ganharam

---

<sup>13</sup> *Revista Alterosa*, Belo Horizonte, mar. 1945, p. 121.

grandes proporções na Rádio Inconfidência, e, segunda a autora, o pioneiro foi o programa “Bazar Sonoro”, de 1948, que foi assim avaliado pela *Revista Alterosa*:

‘Bazar Sonoro’ é o novo cartaz da Inconfidência, que o apresenta às 20:00 h de todas as quintas-feiras. programa essencialmente popular constitui-se de anedotas, esquetes, números musicais, comentários leves e poesias humorísticas. ‘Bazar Sonoro’ lançou um concurso de calouros, que são julgados pelos ouvintes, cujas cartas são premiadas semanalmente. Cantam em ‘Bazar Sonoro’ Ricardo Parreiras, Flávio de Alencar, Ubirajara, Otavinho Mata Machado e muitos outros artistas da Inconfidência.<sup>14</sup>

Rosângela de Mendonça Guimarães (2014) diz que, a partir do “Bazar Sonoro”, vários outros surgiram, e cita o “Variedades Inconfidência”, escrito por Roberto Negreiros e que sorteava inclusive aparelhos de rádio e uma bateria para o auditório, o “Parada da Alegria”, dirigido por Seixas Costa, o “Diversões I-3”, que tinha vários artistas do cast da Inconfidência, o “Alegre Show”, com Aldair Pinto, o “Feira de Amostras”, com Elzio Costa, e o “Só para Mulheres”, comandado por Luiz de Carvalho.

É importante afirmar que a estrutura da rádio também teve que mudar para atender as mudanças na programação. Em 1948, com o primeiro programa de auditório, há um outro grande marco na história da Rádio Inconfidência, que é a inauguração do auditório Lakmé, na Feira Permanente de Amostras. Guimarães (2014) diz que ele não foi construído apenas para os programas radiofônicos, mas também para exposições teatrais, cinema e conferências, já que a Feira funcionava como um centro cultural de Belo Horizonte. Assim, o *Minas Gerais* descrevia a importância do Lakmé:

Ainda há pouco tivemos a organização da orquestra sinfônica estadual anexa à Rádio Inconfidência, cujos concertos se vêm marcando de completo êxito, tornando-se uma das mais perfeitas manifestações de nossa arte musical. Agora mais uma realização deste plano está concluída e entregue ao povo da Capital, qual seja o notável auditório, amplo e moderno, construído em 60 dias. Belo Horizonte ganha assim um teatro de vastas proporções. (...) Somente em sua parte central estão localizadas confortáveis poltronas para 950 espectadores (...) Nas alas largas e de proporções bem delineadas, há espaço para lotação suplementar de 500 pessoas que aumenta consideravelmente a possibilidade do auditório, em abrigar maior número de espectadores, toda vez que houver necessidade de tal medida. Cadeiras de metal, idênticas as usadas nos grandes auditórios ao ar livre, a maneira inglesa, ali podem ser instaladas para acomodar perfeitamente as audiências.<sup>15</sup>

Sobre o Lakmé, a *Revista do Rádio*, em 1950, trazia uma foto do auditório completamente lotado e afirmava que a Rádio Inconfidência continuava com a posse do maior auditório do país, com capacidade para mais de 1200 pessoas. No ano seguinte, em 1951, foi a

---

<sup>14</sup> *Revista Alterosa*, Belo Horizonte, jun. 1948, p. 85.

<sup>15</sup> *Minas Geraes*, Belo Horizonte, 18 de set. 1948, p. 6.

vez do próprio editor da *Revista do Rádio*, Anselmo Domingos, em seu editorial da edição 106, afirmar que achava que era exagero do Wilson Ângelo (responsável pela seção Minas Gerais), quando ele lhe dizia sobre o tamanho do auditório, mas ao visitar a Rádio Inconfidência naquele ano no seu aniversário, em 3 de setembro, foi testemunha que haviam mais de 1500 pessoas sentadas e outras tantas em pé.

Além do grande auditório Lakmé, a Inconfidência também possuía estúdios com auditórios menores, para pouco mais de cem ouvintes. A *Revista do Rádio* também destacou o assunto em 1951: “No decorrer de todo este mês, já deverão estar concluídas as obras de construção dos novos e luxuosos estúdios auditórios da Rádio Inconfidência, localizados no terceiro andar da Feira Permanente de Amostras (*Revista do Rádio*, edição 00073, Ano 1951).

Guilherme Dias Melo Carvalho (2014) escreveu uma Dissertação de Mestrado que também fala sobre o assunto, intitulada *A Rádio Inconfidência nos tempos do auditório: considerações sobre os gêneros musicais no acervo de partituras*. Em seu estudo, o autor afirma que, de segunda a sexta-feira, os programas radiofônicos eram realizados preferencialmente no pequeno auditório e nos finais de semana, no grande Lakmé. Como uma das atrações principais do pequeno auditório o autor destaca o “programa Musical” com a participação dos cantores da própria emissora e de um público mais restrito. As audições no pequeno auditório eram abertas ao público ouvinte, e a entrada era franca até a lotação das poltronas.

Quanto ao grande auditório Lakmé, Carvalho (2014) afirma que os programas eram shows musicais com a participação de um grande público. Geralmente, eram conduzidos por um ‘animador’, os locutores da rádio. No grande Lakmé, muitas vezes, era cobrado o ingresso, devido ao alto custo do cachê para trazer renomados artistas de fora da capital. Cota (2016) afirma que, naquela época, a contratação de artistas famosos dava às emissoras status no cenário artístico-cultural brasileiro, ao mesmo tempo em que esses artistas também procuravam compor o *cast* das principais emissoras nacionais como modo de promover sua carreira. Grandes nomes da música popular nacional passaram por lá, como Cauby Peixoto, Carlos Galhardo, Dircinha Batista, Dalva de Oliveira, Altemar Dutra, Luiz Gonzaga e Orlando Silva.

E por falar em famosos que passaram pela Inconfidência, a Revista do Rádio, em 1955, traz como curiosidade a presença do Abelardo Barbosa, o Chacrinha, na festa de aniversário da Rádio daquele ano, além da presença de Inezita Barroso<sup>16</sup>.

Ainda sobre os programas de auditório da Inconfidência, em uma edição de 1952, a *Revista do Rádio* trouxe uma entrevista com Luiz de Carvalho, que apresentava aos sábados o programa “Só para mulheres”. Luiz de Carvalho era irmão do então presidente da rádio, Ramos de Carvalho, e afirmou que quando eles chegaram na rádio, no começo dos anos 1950, encontraram a Inconfidência cheia de programas sérios, muito oficiais. Ainda segundo essa entrevista, Ramos de Carvalho teria então perguntado ao governador de Minas, o dr. Juscelino Kubitschek, se ele gostaria de manter aquela programação erudita e ele teria respondido que não, que era necessário um rádio que alegrasse a melancólica população mineira. Luiz de Carvalho ainda afirma na entrevista que foi feita uma reforma na programação que, nas palavras dele, abalou o rádio mineiro e, em dez meses, a renda dos programas de auditório da Inconfidência passou de 300 mil cruzeiros para 1.200.000 cruzeiros<sup>17</sup>.

Ainda de acordo com a pesquisa do Guilherme Carvalho (2014), a Rádio tinha um *cast* com cerca de trinta cantores, dezesseis comediantes, além de quatro orquestras fixas, a *Popular* ou de *Danças*, a *Melódica*, a de *Salão* e a *Típica Argentina*.

A *Orquestra Popular* ou de *Danças* foi regida por dois maestros: o trompetista Djalma Pimenta e o violinista José Torres, e tinha como função acompanhar cantores (as) de repertório de músicas mais populares da música popular brasileira, norte-americana e latino-americana. Tinha como formação instrumental os metais e a percussão.

A *Orquestra de Salão* era um conjunto de câmara composto por instrumentos de cordas (violinos, violas, violoncelos, contrabaixo), madeiras (flautas) e piano, sendo regida pelo maestro e professor Mário Pastore, do Conservatório Mineiro de Música. A Rádio Inconfidência manteve, durante um período determinado, vínculo com o *Conservatório Mineiro de Música*, que durou até 1968, e as disciplinas de prática de orquestra eram realizadas com a Orquestra da Rádio Inconfidência, sendo que, pelo convênio, tanto os alunos como os músicos instrumentistas e regentes do *Conservatório Mineiro de Música* tocavam na rádio. A *Orquestra de Salão* executava um repertório mais “erudito” e de canções internacionais –

---

<sup>16</sup> Inezita Barroso, Abelardo Chacrinha Barbosa e Déo participaram das festas de aniversário da Inconfidência (*Revista do Rádio*, edição 00316, Ano 1955).

<sup>17</sup> *Revista do Rádio*, edição 00134, Ano 1952.

francesas e italianas – acompanhando cantores líricos como: a soprano Maria Lúcia Godoy, o barítono Aimoré Tomanini e o tenor João Decimo Breccia.

A *Orquestra Melódica* era regida pelo maestro Moacyr Pôrtes e se encarregava da execução de solos e de um repertório instrumental de músicas mais “suaves”. A orquestra priorizava o uso dos instrumentos de palheta (clarineta, oboé, fagote, clarone, corne inglês), cordas em geral e piano. Os gêneros executados por esta orquestra eram valsas, baladas, tangos brasileiros, samba-canção, mazurcas, minuetos, tarantelas, entre outros.

A *Orquestra Típica Argentina* constituía-se de bandoneom, violinos, contrabaixo e piano, e tinha a função de acompanhar cantores de tango argentino.

A Rádio Inconfidência, assim como outras emissoras brasileiras, também contava com um *Conjunto Regional*, composto de flauta, cavaquinho, violão de seis cordas e violão de sete cordas. O instrumento solista podia variar entre flauta, clarinete, cavaquinho ou outro instrumento. Dentre os músicos que atuavam no *Regional* da Inconfidência, é importante destacar alguns nomes como Juvenal Dias, flautista que ingressou na emissora no ano de 1938, e também atuava nas outras orquestras (Danças, Melódica e de Salão). Também o cavaquinista Waldir Silva, que desenvolveu uma longa carreira como solista, gravou vários CDs de boleros e tangos, ganhou prêmios e recebeu homenagens. Waldir nasceu na cidade de Pitangui-MG e ingressou no regional da Rádio Inconfidência a convite do músico Elias Salomé que tocava violão no *Conjunto Regional*. Por último, o maestro e arranjador Ophir Mendes, que era o clarinetista do conjunto e também atuava como maestro na banda da Polícia de Belo Horizonte. (CARVALHO, 2014)

As Orquestras da Rádio Inconfidência foram de suma importância para o desenvolvimento da música em Minas Gerais, inclusive das atuais escolas de música. Infelizmente, não há registros sonoros dessa fase, a não ser um Long Play gravado pela Copacabana, em comemoração dos 25 anos da Rádio Inconfidência. O Lp chamado *Os vibrantes 25 anos da Rádio Inconfidência* (1961) contou com a participação da orquestra da Rádio Inconfidência sob regência do maestro Moacyr Pôrtes e cantores que integravam o *cast* da emissora, como Gilberto Santana, Alaor Brasil, Celso Garcia, Fernando Figueiredo, José Dias, Nadir Lima, Marilu e Clara Nunes. São doze faixas com composições diversas, inclusive o arranjo do samba-ginga instrumental *Ginga 57*, de autoria do maestro Moacyr Pôrtes. (MELO, 2014)



A pesquisa do Guilherme Carvalho (2014) não aborda a Orquestra Infantil, de Elias Salomé, que foi várias vezes assunto da Revista do Rádio ao longo dos anos de 1950. Geralmente a orquestra se apresentava no “programa do Pinduca”, cartaz infantil transmitido pela Inconfidência aos domingos, às dez horas da manhã, com animação de Seixas Costa, direção artística de Elias Salomé e produção de Floriano de Paula. É interessante observar que mesmo nesse período mais popular, que vai do começo dos anos de 1950 até o começo dos anos de 1960, a Rádio Inconfidência continua se preocupando com a função educativa para com o público infantil.

Para os adultos, o programa educativo de maior destaque desse período foi o “programa do Pai João” transmitido pela Rádio Inconfidência segundas, quartas e sextas-feiras, às 18h45, com produção de Floriano de Paula (Tio Zeca) e vivido pelo seu personagem-título, o rádio-ator Seixas Costa<sup>18</sup>. A Inconfidência também fez sucesso com o lançamento do programa “Todos devem Votar”, em 1955, sob a responsabilidade de Aloísio Campos, encarregado do Departamento de Jornais Falados e da leitura do “Repórter Esso”<sup>19</sup>.

Falar dessa época da Rádio Inconfidência, que vai do final do Estado Novo até o início da Ditadura Militar, é falar da sua melhor fase. Auditórios lotados, presença de grandes artistas nacionais, festas de aniversário que duravam semanas. Ao analisar todas as edições da *Revista do Rádio* que estão digitalizadas na Biblioteca Nacional e que vão do período de 1948 até 1970, também é possível constatar que a Rádio Inconfidência só foi ameaçada uma única vez no IBOPE, em 1959, quando perdeu para a Rádio Mineira<sup>20</sup>. Em várias pesquisas ao longo das edições da Revista, a Inconfidência aparece líder em todos os horários, manhã, tarde e noite e também em todas as classes sociais.

Por ser a mais ouvida, a Rádio Inconfidência conseguiu ganhar quase todos os prêmios e concursos dessa época, como o de melhor cantor do rádio, melhor animador, melhor cantora, etc. E é possível verificar ao longo das edições da *Revista do Rádio*, nas fotos desses eventos, muitos políticos de mãos dadas com os escolhidos como os melhores do rádio daquele ano. Outro registro da Revista do Rádio, e que aparece em mais de um momento no início dos anos de 1960, era o anúncio da criação do Canal 2, que seria a TV Inconfidência<sup>21</sup>.

---

<sup>18</sup> *Revista do Rádio*, edição 00255, Ano 1954.

<sup>19</sup> O programa era transmitido diariamente, às 18h45. *Revista do Rádio*, edição 00314, Ano 1955.

<sup>20</sup> Em 1959, a *Revista do Rádio* apontou a Rádio Mineira como a mais ouvida emissora, mesmo assim perdendo em alguns horários para a Rádio Inconfidência. (*Revista do Rádio*, edição 00518, Ano 1959)

<sup>21</sup> *Revista do Rádio*, edição 00575, Ano 1960.

Mas o sucesso também criou desafios. A *Revista do Rádio* registrou uma possível proposta de compra da Inconfidência, em 1957, e uma campanha de grande pressão para conter a rádio por parte das emissoras concorrentes, em 1962:

Corriam rumores segundo os quais estaria o Sr. Victor Costa interessado em arrendar por algum tempo a Rádio Inconfidência, órgão oficial do Estado. (*Revista do Rádio*, edição 00392, Ano 1957)

Está sendo movimentada em Belo Horizonte uma campanha contra a concorrência comercial que a Rádio Inconfidência faz às outras estações. Acham que, sendo essa emissora oficial, não deveria competir com as outras. (*Revista do Rádio*, edição 00657, Ano 1962)

Mas os maiores desafios estariam por vir com a instalação da ditadura militar no Brasil. Ainda em 1964, Magalhães Pinto inaugurou o novo transmissor de ondas curtas, de 25 kws, da Rádio Inconfidência, e, a partir de primeiro de julho de 1965, a Rádio Inconfidência, pela primeira vez, irradiava 24 horas de programação por dia<sup>22</sup>. No entanto, também em 1965, a Rádio Inconfidência, que esteve desde a sua criação ligada à Secretaria de Agricultura, passa a operar vinculada à Secretaria de Governo, que exerce enorme controle sob a programação<sup>23</sup>. No mesmo ano, também é anunciada a demolição do Edifício da Feira de Amostras, sede da rádio.

A *Revista do Rádio* trouxe em uma edição de 1965, uma entrevista com o então presidente da Rádio Inconfidência, que também foi reconhecidamente um dos melhores produtores e animadores de auditório da Inconfidência, Elzio Costa. Nessa entrevista ele afirma que estava estudando um local provisório para a Rádio, já que a promessa era que a rádio voltaria aquele mesmo lugar, num grande arranha-céu, que seria construído pelo D.E.R, junto à nova estação rodoviária. Mas não foi o que aconteceu.

Em julho de 1966, a Rádio Inconfidência muda para a sobreloja do edifício Dantés, na Avenida Amazonas, em plena Praça 7. De acordo com Guimarães (2014), a audiência da Rádio Inconfidência é pela primeira vez ameaçada, já que os programas de auditório que tinham sucesso absoluto, durante toda a década de 1950 e início da década de 1960, desaparecem quase por completo quando a Inconfidência perde a sua sede no Edifício da Feira de Amostras. No Dantés, a rádio tinha um único auditório e este era bem pequeno, com capacidade inferior a

---

<sup>22</sup> *Revista do Rádio*, edição 00832, Ano 1965.

<sup>23</sup> *Diário de Minas*. 3 set. 1966, p. 3.

cem pessoas. A Inconfidência foi obrigada a sair de um lugar que era o centro cultural da cidade para um lugar onde mal cabiam seus funcionários.

No jornal Minas Gerais de 1967, ainda encontramos uma nota sobre a Orquestra da Rádio Inconfidência, na comemoração do aniversário, depois percebemos que as notícias desaparecem. Funcionários da rádio, até hoje, contam que os instrumentos musicais foram sumindo do Edifício Dantés e mesmo o piano de calda da Orquestra desapareceu sem que ninguém soubesse o seu destino.

“A Rádio Inconfidência encerrou com destaque especial, a sua programação de aniversário. Na terça-feira, diretamente do auditório da Secretaria de Saúde, o ‘Festival de Música Popular Brasileira’, com uma série de excelentes arranjos, na execução de seus melhores interpretes sob a regência do maestro José Torres. A direção geral foi de Milton Sanna”<sup>24</sup>.

“Hoje, 5 de setembro, às 20 hs., no auditório da Secretaria de Saúde, participe do ‘Festival de Música Popular Brasileira’ com Linda Batista em pessoa. Alegria no Festival de Música popular Brasileira. Ouça a história da verdadeira música de nossas cidades, narradas em etapas cronológicas e ilustradas pelos grandes artistas e orquestras do Brasil. Participação de cantores narradores e da Grande Orquestra Inconfidência. Mais uma promoção dos 31 anos da sua RÁDIO INCONFIDÊNCIA. PRI-3. PRK-5. PRK-9.”<sup>25</sup>

O último grande show de aniversário, já sem a presença da Orquestra e se utilizando do Ginásio do Minas Tênis Clube, foi o show dos 32 anos da Rádio Inconfidência, que teve como atrações Elis Regina e Roberto Carlos<sup>26</sup>.

No final da década de 1960 e ao longo da década de 1970 há sérias mudanças na característica da grade de programação da Rádio Inconfidência, que podem ser explicadas por diversos fatores. Além da falta de um espaço de auditório, e da censura imposta pela ditadura militar, Ortiz (1988) afirma que o período é marcado pela consolidação de um mercado de bens culturais. Segundo o autor, a televisão se concretiza como veículo de massa nos anos 1960, levando os atores do rádio para a telinha. Mais tarde, eles também aparecem no cinema nacional, que somente se estrutura como indústria nos anos 1970. E outras esferas da cultura popular de massa ganham grandes dimensões nesse período: a publicidade, a indústria editorial e a de disco.

Nesse contexto do disco, Guimarães (2014) afirma que a Rádio Inconfidência ganha vários programas fonográficos, como “Melodias Philips”, “Clube do Disco”, “Discoteca

---

<sup>24</sup> *Minas Gerais*. 04 Set. 1967, p. 4.

<sup>25</sup> *Diário de Minas*. 05 Set. 1967, p. 14.

<sup>26</sup> *Minas Gerais*. 05 Set. 1968, p. 4.

Bemoreira”. Outro destaque é o programa “ABC de BH”, cujo conteúdo consistia em música, curiosidade, notícias e informações. A parte jornalística era reduzida, sempre atendendo aos anseios do governo, como a cobertura da Semana da Independência.

O grande destaque desse período foram as jornadas esportivas, que ganharam espaço. Pedro Luiz Rodrigues, coordenador da programação da Rádio Inconfidência do início dos anos de 1970, adotou o slogan ‘*O Gigante do Ar*’ que se popularizou rapidamente. Nas Jornadas Esportivas marcou a década de 1970 a frase: “Fala o gigante! ‘Sempre de Brahma na jogada’<sup>27</sup>.”

No começo dos anos de 1970, outras duas grandes mudanças são registradas na Rádio Inconfidência. A primeira delas é a integração da rádio à Fundação Pandiá Calógeras, assim noticiada pelo Diário de Minas:

“Inconfidência agora é fundação e já tem superintendente.

Tomou posse ontem, às 16:00hs, no cargo de superintendente da Rádio Inconfidência, o jornalista Aloísio Campos, em solenidade realizada no gabinete da diretoria da emissora, que agora passa a integrar a Fundação Pandiá Calógeras – Universidade Mineira de Rádio e TV Educativa. A solenidade foi presidida pelo general Antônio Carlos de Mourão Rattton, diretor-presidente da Fundação Pandiá Calógeras, criada pelo governo passado e autorizada a funcionar pelo governador Rondon Pacheco. (...). Desde ontem, às 16 horas a Rádio Inconfidência faz parte da Fundação Pandiá Calógeras. Numa solenidade simples, realizada no gabinete da diretoria da emissora foi assinado o termo de posse pelo jornalista **Aloísio Campos, no cargo de superintendente**. Estiveram presentes, além de todos os funcionários da Rádio Inconfidência, autoridades civis, militares e eclesiásticas. A emissora agora passará a funcionar com uma programação exclusivamente educativa, dentro de uma linha eclética, atendendo a todos os gostos dos estudantes, seja de nível primário, secundário ou universitário<sup>28</sup>.

A outra mudança foi inclusive de espaço físico. Em outubro de 1972, os estúdios da Inconfidência foram transferidos para uma casa na Rua São Paulo, separadamente da administração, que funcionava em outra casa na mesma rua, em condições bastante precárias. A diretoria ficou em outro lugar durante uma parte do tempo, no edifício Mesbla. Esse espaço era ainda muito inferior ao Edifício Dantés. Se tratava de quase um barraco, um galpão, no fundo de um lote, com a presença de um único estúdio. Alguns funcionários comentam que o programa “Hora do Fazendeiro”, um dos únicos da grade além da programação musical, era apresentado debaixo de uma árvore, uma mangueira, nesse quintal.

---

<sup>27</sup> *O Diário*. 30 set. 1970, p. 8.

<sup>28</sup> *Diário de Minas*. 05 mai. 1971, p. 11.

No final do ano de 1978 a Rádio Inconfidência aluga, também, a casa da frente, para a instalação do que viria a ser a Inconfidência FM. Alguns funcionários antigos afirmam que foi desse lugar que nasceu o slogan que até hoje marca a Inconfidência FM, *a casa da MPB*. A ideia surgiu a partir da visita do Caetano Veloso a rádio, logo no primeiro ano, e que ao chegar na porta da rádio perguntou: é aqui que fica a casa da música popular brasileira?

Entrando no ar em fins de 1978 em caráter experimental, durante 40 dias, a Rádio Inconfidência FM funcionou restrita aos horários de 10 às 15h e de 20 às 22 horas. Ainda assim, o sucesso junto ao público foi imediato. Antes de entrar no ar em definitivo, a Rádio Inconfidência FM encomendou uma pesquisa ao Ibope e também realizou uma pesquisa própria que apontava que os entrevistados apoiariam uma rádio que tocasse exclusivamente música brasileira. Desde o início então, sua programação foi exclusivamente de música popular brasileira, o que era uma novidade na época.

Assim, de maneira definitiva, no dia 02 de Fevereiro de 1979, é inaugurada a FM da Rádio Inconfidência, já apelidada durante a campanha de marketing de lançamento, de *Brasileiríssima*. Nasceu revolucionária, tocando como sua primeira música, *Quando o Carnaval Chegar*, de Chico Buarque.

Conquistou as primeiras colocações do IBOPE, recebendo, nos primeiros anos de vida, muitas pressões de grupos multinacionais, que usavam a situação política para tentar colocar fim ao projeto. Mas a Brasileiríssima tinha apoio de dois músicos mineiros, Milton Nascimento e Fernando Brant, que, inclusive, mergulharam na campanha de Tancredo Neves ao Governo de Minas, em 1982, e com a vitória do candidato, reivindicaram melhorias para a rádio. A situação da Inconfidência muda completamente, e para muito melhor, contando inclusive com a presença de Fernando Brant na direção artística da emissora.

Nessa mesma época, Milton Nascimento realizou uma turnê no exterior e, para criar um clima bem brasileiro, abriu todos os seus shows com fitas nas quais se ouvia a voz dos locutores da Brasileiríssima, ganhando a rádio prestígio internacional.

Um outro exemplo de fama internacional acontece a partir de dezembro de 1982, quando o porto-riquenho Naphis Torres, produtor e apresentador em sua terra do programa BRASIL MUSICAL solicita à Brasileiríssima que faça um programa especial. O programa alcançou os maiores índices de audiência em Porto Rico.

Para além da Brasileiríssima, a Rádio Inconfidência, em junho de 1980, realiza outra inauguração memorável. A Inconfidência lança a sua “Onda Rural”, uma programação exclusiva para as Ondas Curtas e voltada para o homem do campo. Em pleno cinquentenário, a Rádio Inconfidência voltava com a sua proposta de 1936, de servir aos então 277 municípios de Minas Gerais, com serviço de utilidade pública (Guimarães, 2014).

A Inconfidência, Onda Rural vem atingindo todo o Estado de Minas e uma grande parte do Brasil, com uma programação dirigida especificamente a homem do campo. (...) A programação vem procurando seguir as necessidades do homem do campo, com programas diversos que iniciam às 3 horas e vão até às 22 horas e são: ‘Despertar sertanejo’, com Tião Moreno, atualmente campeão de cartas, que acorda seus ouvintes com o canto do galo, levando música, recados, respostas das cartas e um diálogo com o homem do campo. ‘Hora da fé’, com Achilles Junior. ‘Bola de primeira’ com o departamento de esportes. ‘Grande jornal da Inconfidência’, um noticiário completo. ‘Delmário é espetáculo’, o único programa em ondas curtas do Brasil, fala dos espetáculos dos circos. ‘Arraial do Caxangá’, também com músicas sertanejas. ‘Prestação de serviços’. ‘Trem das onze’. (...) A Inconfidência Onda Rural está realizando um trabalho nas estradas de Minas. A rádio pretende colocar um repórter para cada rodovia que corta o estado. (...) Uma rádio que diverte, distrai e principalmente informa (...). Na prestação de serviços ser informados dos preços de produtos distribuídos pelo CEASA, para que o homem do campo possa comercializar melhor os seus produtos<sup>29</sup>.

A Onda Rural durou 15 anos, tendo o projeto se modificado e chegado ao seu fim em 1995. Pioneira no Brasil, com um trabalho exclusivamente rural, as Ondas Curtas de 49 metros da Rádio Inconfidência dedicava 18 horas diárias de programação, desenvolvido por uma equipe de doze pessoas. A Onda Rural era coordenada por Antônio Augusto Machado e recebeu o Prêmio Ciência e Informação da EMBRAPA – Empresa Brasileira de Pesquisa Agropecuária.

A Brasileiríssima e a Onda Rural acabaram impulsionando também novos tempos para a Rádio Inconfidência AM. No dia primeiro de abril de 1984<sup>30</sup>, Fernando Rocha Brant, que já era um consagrado compositor, assume a direção artística da Rádio Inconfidência e promove significativas mudanças em toda a programação da Rádio AM, Ondas Curtas e FM, preparando a Inconfidência para um grande momento que foi o seu cinquentenário.

Em sua gestão, acontece uma nova mudança de sede, e no dia oito de março de 1985, a Inconfidência recupera a plenitude operacional nas instalações da Rua Paraíba, 175, onde permaneceu até o dia 20 de dezembro de 1994, quando a Rádio Inconfidência vai para a sua sede da Avenida Raja Gabaglia, 1666. Atualmente a Inconfidência se encontra no Centro

---

<sup>29</sup> *Minas Gerais*. 12 Set. 1987, p. 12-13.

<sup>30</sup> Fernando Brant assumiu no dia primeiro de Abril de 1984 e deixou o cargo em 12 de Março de 1987.

Cultural Itamar Franco, desde o dia 12 de junho de 2017, na Rua Tenente Brito Melo, 1090, no Barro Preto, no mesmo prédio da Rede Minas.

É que em 20 de setembro de 2016, foi criada a Empresa Mineira de Comunicação (EMC) por meio da Lei nº 22.294. A ideia foi acompanhar a “reorganização administrativa” do governo nacional. A EMC seria a versão regional da estatal federal EBC e reuniu a Rádio Inconfidência e a TV Minas, que continuaram existindo como emissoras, porém sob o guarda-chuva da nova sigla.

Por enquanto, a Rádio Inconfidência ainda é regida pelo Decreto 44111, de 19 de setembro de 2005<sup>31</sup>, que estabelece o seu estatuto. Por este instrumento, a Rádio Inconfidência Ltda tem por objetivos a prestação de serviços de radiodifusão de caráter cultural, informativo, educativo e de entretenimento e a prestação de serviços correlatos à sua atividade social e outros que lhe forem atribuídos pelo Poder Executivo. Esse estatuto permanece com validade até a completa consolidação da Empresa Mineira de Comunicação.

Atualmente, a Lei 22.257, de 27 de julho de 2016, que estabelece a estrutura orgânica da administração pública do Poder Executivo do Estado, vincula a Empresa Mineira de Comunicação, EMC, a Secretaria de Cultura. Ao longo da história, a Rádio Inconfidência, que nasceu vinculada à Secretaria da Agricultura, passou a ser vinculada à Secretaria de Estado de Governo, em junho de 1978, depois, vinculada à Secretaria de Cultura, em dezembro de 1983<sup>32</sup>, à Secretaria de Comunicação, a partir de julho de 1992<sup>33</sup>, e novamente à Secretaria de Cultura, em janeiro de 2003<sup>34</sup>.

Hoje, a Inconfidência possui duas frequências principais: a AM 880 que foi fundada em 03 de setembro de 1936, tendo como função primordial integrar o Estado de Minas Gerais; e a FM 100,9, inaugurada em 02 de fevereiro de 1979, com o compromisso de valorizar o artista mineiro e brasileiro, e promover, patrocinar e apoiar a cultura, arte e lazer do estado. Desde 2010, também está com as duas frequências na internet.

Novos desafios apontam no horizonte. Tanto o governo federal, com a Rádio MEC, como o estadual, com a Rádio Inconfidência, fala em extinção das frequências AM, o que

---

<sup>31</sup> Originalmente, o Estatuto da Rádio Inconfidência Ltda. foi aprovado pelo Decreto Nº 19.242, de 12 de Junho de 1978.

<sup>32</sup> Lei 8502, de 19 de dezembro de 1983.

<sup>33</sup> Lei nº 10.827, de 23 de julho de 1992.

<sup>34</sup> Lei Delegada nº 55, de 29 de janeiro de 2003.

significaria a perda das duas mais antigas emissoras públicas do rádio nacional. O desafio é conseguir o envolvimento da população na causa, com o reconhecimento por parte dos cidadãos, que tanto a MEC como a Inconfidência são patrimônios culturais da nação.

## 2.5 O LAZER NA RÁDIO INCONFIDÊNCIA

Para entender um pouco sobre o relacionamento dos ouvintes com a Inconfidência ao longo dos anos e as vivências de lazer estabelecidas, entrevistamos o funcionário mais antigo da rádio e que ainda está no ar diariamente. O chamaremos de Funcionário Referência. Ele entrou na rádio em 1948 como cantor. Foi chefe dos locutores, apresentador de programas, diretor artístico, coordenador de AM e FM. “Fiz de tudo”, conclui.

Sempre divertido, o Funcionário Referência nos conta que trabalhar na rádio esses anos todos é algo que lhe dá muito prazer: “É um prolongamento do meu lar, alguém já falou isso?” (risos). Sobre o que mais gosta no trabalho, é rápido para responder que são os telefonemas dos ouvintes: “Eu gosto de receber os muitos telefonemas das minhas amigas ouvintes, dos meus amigos ouvintes. Ouvinte é sem dúvida a razão de ser de um comunicador. Sem o ouvinte não existe o comunicador”.

O Funcionário Referência explica que essa relação é facilmente estabelecida porque o ouvinte precisa do comunicador, já que é ele quem o ajuda a imaginar o que ele está ouvindo. Além disso, ele ressalta que costuma dizer que o rádio é a maior invenção do homem porque não tem imagem e que a imagem costuma atrapalhar: “O rádio é cego e isso faz com que o ouvinte imagine o apresentador a sua maneira. Quando ele escuta a voz ele automaticamente faz uma associação com quem ele gosta, o que já faz com que o ouvinte estabeleça uma relação muito próxima com o locutor. Geralmente o ouvinte até imagina que o comunicador tenha o rosto de um artista de cinema. Já me ligaram e falaram que eu pareço o Brad Pitt, outros falam que me imaginam como o Arnold Schwarzenegger”. Logo após a fala, cai na risada, dizendo que quando o ouvinte vai à rádio para conhecê-lo sempre pergunta admirado se é ele mesmo: “Eles levam cada susto. Não falam nada, mas devem pensar assim: então você é essa merdinha que está aí?”

Ao pedir para ele se lembrar do contato com os ouvintes nos primeiros anos da rádio, o Funcionário Referência cita a primeira sede da emissora, a Feira Permanente de Amostras. “Era um prédio na Avenida Afonso Pena onde é hoje a estação rodoviária e que abrigava a Rádio Inconfidência. Era um prédio lindo, maravilhoso. Eu acredito que na época não devia existir o



Instituto de Patrimônio Histórico porque se existisse não deixariam demolir aquilo, porque demoliram o prédio mais bonito de Belo Horizonte. Era uma torre vistosa, com laterais, onde se expunha as riquezas de Minas Gerais, como a madeira, troncos de madeira de lei, como o jacarandá. Também tinha o aquário com peixes do rio São Francisco e pedras preciosas de Minas Gerais. Era um local obrigatório para o turista que chegava em Belo Horizonte”, diz.

O Funcionário Referência ao lembrar dos primeiros ouvintes que conheceu na Feira das Amostras diz que a maioria era do interior, que eles vinham sempre para a Feira de Amostras e aproveitavam para conhecer a Rádio Inconfidência: “naquela época no interior não tinha televisão, não tinha estradas, não chegava jornal muitas vezes, mas tinha as ondas da Inconfidência que chegava nos grotões levando informações e entretenimento”.

O Funcionário Referência também lembra sobre o trabalho da Inconfidência na estação rodoviária e ferroviária. Segundo ele, sempre haviam repórteres da rádio no local que abordavam as pessoas que chegavam do interior para que elas pudessem enviar no ar o recado para os seus familiares de que haviam chegado bem. “A rádio era prestação de serviço desde aquela época”, diz.

Quando perguntado sobre o perfil dos ouvintes que iam assistir aos programas de auditório, o Funcionário Referência diz que apesar de ir muito homem também a predominância era do público feminino. “A gente achava muito bom, a mulher enfeita. E nos programas humorísticos as mulheres riam mais. E quando o auditório ria você ficava feliz, sinal que estava agradando. E quando a gente estava cantando e a gente via que as pessoas estavam sentindo emoção pela maneira como nos olhavam, aquilo era fantástico. A gente ficava emocionado de ver que a pessoa estava se emocionando com você”.

O Funcionário Referência também diz que a audiência era medida pelos aplausos, pela reação da plateia. “O grande cachê era o aplauso. Você acabava de cantar e ouvia aquele monte de aplauso. Porque naquela época era tudo ao vivo, não existia gravador, só depois que começou a chegar os gravadores de acetato, que eram um disco com uma base de alumínio com verniz por cima e que a agulha descia e cortava, fazia o sugo. Depois veio o gravador com o fio magnético que muita gente nem sabe que existiu, e só depois é que veio a fita magnética. Mas quando eu comecei no rádio não tinha gravação, era tudo ao vivo. A gente tinha vários programas de auditório. Quando não era cantado ao vivo era aqueles discos de 78 rotações, que vinham duas músicas só, o lado B e o lado A”.

O nosso entrevistado diz que os programas naquela época duravam meia hora, no máximo uma hora, e ele cantava umas cinco ou seis músicas por programa. “E o âncora ficava lá falando: agora uma cortina musical ... Primeiramente ele canta ...; Estamos apresentando uma cortina musical, com ... e agora ele canta ...”

O Funcionário Referência também contou que se o programa começava às oito da noite, às 18 horas já tinha ouvinte chegando porque não havia senha, era quem chegasse primeiro e que quase sempre lotava o auditório.

O entrevistado disse que o *cast* de comediantes da Inconfidência naquela época era composto por 16 artistas. “Eram atores que trabalhavam também em radionovelas mas tinham o dom de “fazer tipos” e aí eram aproveitados em programas humorísticos”, afirma. O entrevistado também disse que enquanto os ouvintes chegavam eles ficavam ensaiando de cortina fechada e só quando a cortina abria é que eles viam a plateia. “A gente tinha programas humorísticos toda noite. Havia também um *cast* de mais de 30 cantores e as orquestras. A rádio tinha a orquestra de dança, a orquestra melódica, a orquestra de salão, que era um misto de orquestra de câmara e sinfônica e tinha também o conjunto regional. Devo dizer que naquela época tinha um flautista neste conjunto que era o Juvenal Dias que hoje é nome de sala no Palácio das Artes. Era um grande flautista”, afirma.

Quando perguntado sobre o comportamento da plateia nas apresentações, o Funcionário Referência diz que eram todos muito educados. Afirma que o máximo que acontecia num programa de auditório é o que até hoje a gente vê na televisão, o comunicador chamando duas moças para lhe ajudar ou dava um prêmio para quem matasse uma charada. Além disso, ele diz que durante os programas tinha sempre alguém pedindo silêncio e quando acabavam as apresentações, os seguranças já mandavam imediatamente os ouvintes saírem. “A gente tomava um café, falava da apresentação daquela noite mas quando a gente chegava lá embaixo, estava todo mundo lá”, diz. O entrevistado também nos conta que ir assistir um programa de rádio era a grande atração daquela época e ele até arrisca dizer que era a maior atração que Belo Horizonte oferecia, lembrando que não existia a televisão. Ao ser questionado sobre a abordagem dos ouvintes que esperavam pelos artistas da rádio em frente à sede, depois do programa, o Funcionário Referência diz que geralmente as ouvintes pediam uma fotografia. “A Inconfidência tinha um convênio com o Demarco, que era um fotógrafo, que tirava fotos dos artistas da rádio e fornecia as fotografias. “Eu recebia umas 80, 100 fotografias. E quando me

pediam eu autografava: Para Maria José, sinceramente. E elas ficavam muito felizes e tinham o maior carinho”, conclui.

Quando perguntado se os artistas também recebiam algum presente dos ouvintes ele sorri e lembra novamente dos ouvintes do interior. “Vinha vários presentes e as vezes a pessoa chegava até com leitão lá (risos). Principalmente para os apresentadores do programa A Hora do Fazendeiro. Pra mim não, pra mim levavam um pé de moleque, um doce de leite. O programa A Hora do Fazendeiro já tinha grande audiência. Então as pessoas do interior vinham para conhecer o João Anatólio Lima, que era engenheiro agrônomo e quem produzia o programa e sabia de tudo”, afirma.

Quando inquirido se ele se lembrava de algum ouvinte em especial, o entrevistado disse que era muito difícil lembrar porque eram muitos os ouvintes ficavam ali na porta da rádio, mas que havia uma ouvinte, que sim, que ele lembrava bem, inclusive do nome. “Ela ia muito na rádio e usava umas roupas muito coloridas. O locutor Aldair Pinto, que era um grande animador de auditório, então a apelidou de cigana. Ele sempre dizia: você parece uma cigana, oh cigana. A gente a chamava de cigana Munira”, diz.

Mas quando questionado se era comum essas “figuras carimbadas”, que iam várias vezes por semana assistir aos programas de auditório, o Funcionário Referência afirma que sem dúvida. “A cigana Munira é uma que não perdia programa. Tinha também a Glorinha que até hoje nos ouve, ouvinte histórica. E tinha uma que era chamada de “Maria do Radinho”, porque ela andava sempre com um radinho. A gente acha que ela inclusive dormia com o rádio debaixo do travesseiro. Ela adorava a rádio, era a vida dela”, afirma.

Quando perguntado sobre se era possível diferenciar o público conforme o programa ou os dias da semana, o Funcionário Referência também não teve dúvidas: “O dia da orquestra melódica era o público mais selecionado. Os programas de auditório, mais populares, aí era o povão. Naquela época, com todo o respeito, a gente chamava as ouvintes de macacas de auditório, porque as mulheres ficavam gritando: Fulano, Fulano. Mas isso é o ouvinte, a razão do comunicador”, conclui.

Ao ser questionado sobre o público dos grandes shows da Rádio Inconfidência, principalmente por ocasião dos aniversários da emissora, em que vinham cantores nacionais muito famosos, o entrevistado afirma que nessas ocasiões havia outro esquema. “Aí já se cobrava ingressos ou então era vendido para determinada firma, como a Casa do Rádio, ou A

Sapataria da Cidade. Eles patrocinavam por exemplo, Luiz Gonzaga. Aí o ouvinte tinha que ir buscar o ingresso lá na loja, o que para eles era ótimo, várias pessoas lotavam as lojas nesses dias e não só pegavam o ingresso mas aproveitavam para comprar algo. O Luiz Gonzaga, por exemplo, lotava o auditório, o Lakmé, que era no pátio com capacidade para 1500 pessoas sentadas e ainda tinha sempre gente em pé nas laterais. Vários shows aconteceram no Lakmé com grande público. Além do Luiz Gonzaga, Carlos Galhardo, Gilberto Alves, Francisco Alves, Dalva de Oliveira”, afirma.

O Funcionário Referência diferencia os espaços de apresentação da rádio com acesso ao público. “Na Feira de Amostras havia um restaurante no quarto andar. Tinha o jornal, a Folha de Minas, que pertencia ao governo, tinha as exposições, que eu já falei, a rádio e tinha esse restaurante. O restaurante era *chick* e quem estava jantando estava ouvindo a rádio porque tinha uma caixa de som, que jogava o som da rádio. Mas além disso o restaurante funcionava no andar de um estúdio e dava para ver tudo. O restaurante era separado desse estúdio, que tinha uns dois microfones, por uma espécie de aquário, um vidro, e a gente cantava do lado de cá e do lado de lá as pessoas estavam jantando e assistindo a gente”, diz. E continua: “No andar debaixo havia um auditório, para no máximo 200 pessoas, que era voltado para os programas humorísticos. E tinha também o grande auditório, lá embaixo, no pátio da Feira de Amostras”, conclui enfatizando que então eram três as maneiras do público ver uma apresentação dos artistas da rádio: no aquário, no auditório menor e no auditório maior.

Além disso, o entrevistado lembra que “no alto da torre da Feira de Amostras tinha um alto falante enorme e que também que jogava o som da rádio o dia inteiro para a praça. Naquela época o bonde passava bem ali. Era muita gente que ficava ali na praça, sentada, ouvindo a rádio. As vezes até namorava por lá de tão agradável que era o lugar”, diz.

Quando perguntado sobre os ouvintes fora do ambiente da rádio, se eles o procuravam, o Funcionário Referência afirma que isso acontecia direto e não só com ele, mas com todos os funcionários. No entanto, afirma que as cantoras da rádio eram muito mais assediadas.

O entrevistado também diz que a Rádio Inconfidência recebia muitas cartas e que o programa campeão de correspondência era A Hora do Fazendeiro, por causa da prestação de serviço. Mas ele lembra que também muito cantor, muitas duplas, enviavam cartas direto para o João Anatólio. “As músicas do programa eram todas ao vivo e cantar no Hora do Fazendeiro era cantar para o Brasil. Muita gente escrevia também pedindo determinada música”, diz.

Quando perguntado sobre o conteúdo das cartas que chegavam para os locutores, o Funcionário Referência, não pareceu entusiasmado. “As cartas eram as de sempre: espero que esta carta encontre o grande artista com saúde...; espero que esteja tudo bem com você e toda sua família...; gostaria que me mandasse a sua fotografia”, lembra.

E quando inquirido sobre o registro dessas cartas no ar, o entrevistado lembra que nem sempre. “Havia alguns poucos programas próprios para isso e que falavam das cartas e davam as respostas: fulana, está seguindo a foto para você”, diz.

Sobre os telefonemas de ouvintes, o Funcionário Referência afirma que o telefone demorou a se popularizar, e que, por muito tempo, era preciso esperar mais de seis anos para ter uma linha telefônica em casa. Mas também afirmou que foi uma revolução para o próprio rádio, não só por novas formas de relacionamento com o ouvinte, mas pelo fato do aparelho ter permitido colocar o ouvinte no ar. “Surgiram os programas com participação do ouvinte e, geralmente, o primeiro ouvinte que ligava ganhava um brinde. Eu lembro de um caso no início, muito engraçado, com telefone. Era um quadro dentro do programa Rádio e Seleções Guanabara. A rádio ligava aleatoriamente para um telefone do catálogo. O locutor falava: “Aqui é da rádio Inconfidência, como está? Rim doente?”. E quem atendia não podia falar “Alô”, tinha que falar “tomo urodonal e vivo contente”. E num dia quando o locutor ligou e ele perguntou a ouvinte falou: “deixa de bobagem Levy, você está sumido. Tem meninas novas aqui ...” Foi uma gozação só... eu lembro até hoje”, afirma sorrindo.

Quando inquirido sobre os brindes para ouvintes, o entrevistado disse que a rádio desde sempre teve essa prática. “Tinham os corretores comerciais que aliavam a publicidade da rádio com os brindes dessas lojas. A Sapataria da Cidade, por exemplo, dava um par de sapato; a Loja de Biscoito dava cinco, dez pacotes de biscoito. Porque era uma maneira de chamar atenção para aquela publicidade. E o ouvinte ia lá na rádio buscar o brinde e também ficava conhecendo o comunicador”, afirma.

Quando perguntado sobre o número de ouvintes que visitavam a Inconfidência, o Funcionário Referência diz: “Você é testemunha que até hoje a gente recebe muitos ouvintes. Mas naquela época a gente não dividia o público com a televisão, era mais gente”, conclui.

Por fim, pergunto ao Funcionário Referência o que para ele o ouvinte busca ao ligar o rádio. “O rádio é o grande companheiro, o companheiro de todas as horas. Às vezes o ouvinte tá com problema, tá triste e ele vai ligar o rádio para distrair. Ele é a companhia do motorista

que está lá na estrada, da dona de casa que está cozinhando ou cuidando da casa. A televisão não permite isso, porque você tem que ficar com os olhos grudados na tela. Já o rádio é o companheiro, é lazer e prestador de serviço”, conclui.

### 3 O RÁDIO EXPANDIDO

#### 3.1 A CULTURA DA CONEXÃO

Sobre o futuro da circulação de conteúdo nos meios de comunicação social e digital, utilizamos como referência o livro “Cultura da Conexão – Criando valor e significado por meio da mídia propagável” de três renomados pensadores atuais da mídia moderna: Henry Jenkins, Joshua Green e Sam Ford.

A realidade do atual ambiente de comunicação é muito mais confusa do que se pensa, estamos vivendo constantes transformações. Chamamos de cultura ligada em rede a um conjunto de práticas sociais e culturais e mais as inovações tecnológicas em torno delas. É importante dizer que as práticas culturais não foram criadas pelas novas tecnologias, elas existem há muito tempo e, muita gente, por exemplo, ainda tem um avô ou parente que recorta artigos de jornal e pendura na parede ou guarda numa pasta. Durante anos, os jornais capitalizavam esse conteúdo gerado pelo usuário, publicando retrospectivas com material obtido por curadoria do leitor. O compartilhamento do material guardado foi acelerado com o surgimento das fotocopiadoras no século 20 e agora experimentam um velocidade exponencialmente maior com as ferramentas sociais online (JENKINS; FORD; GREEN, 2014, p. 36).

Portanto, é preciso tomar cuidado para não supor que meios mais participativos de circulação possam ser explicados exclusivamente pelo surgimento da tecnologia, ainda que elas desempenhem um papel crucial nesse momento em que facilita o compartilhamento informal e instantâneo de notícias (JENKINS; FORD; GREEN, 2014, p. 25).

Essa coleta de notícias é motivada pelo forte desejo de contribuir para conversas contínuas com amigos, familiares e colegas de trabalho. As pessoas contam umas com as outras para passar adiante informações significativas, notícias e entretenimento, e muitas vezes no decorrer de um único dia. Em geral, as pessoas são receptivas a conteúdos de mídia propagados por amigos porque isso reflete interesses em comum.

Nessa cultura conectada em rede, não podemos identificar uma causa isolada que leve as pessoas a propagar informações. As pessoas tomam uma série de decisões de base social quando escolhem difundir algum texto na mídia: vale a pena se engajar nesse conteúdo? Vale a pena compartilhar? É de interesse para algumas pessoas específicas? Comunica algo sobre mim ou sobre meu relacionamento com essas pessoas? Qual é a melhor plataforma para espalhar essa informação? Será que deve circular com uma mensagem especial anexada? Mas, se nenhum comentário adicional é anexado, simplesmente receber uma história ou um vídeo de alguém insere todo um leque de novos e possíveis significados ao texto. Quando uma pessoa ouve, lê ou vê conteúdos

compartilhados, ela pensa não apenas – e muitas vezes nem principalmente – no que os produtores podem ter desejado dizer com aquele material, mas no que estava tentando lhe comunicar quem o compartilhou com ela. (JENKINS; FORD; GREEN, 2014, p. 37)

Em 1992, Henry Jenkins cunhou o termo ‘cultura participativa’ para descrever a produção cultural e as interações sociais de comunidades de fãs. O conceito foi evoluindo e atualmente se refere a uma variedade de grupos que trabalham na produção e na distribuição de mídia para atender a seus interesses coletivos (JENKINS; FORD; GREEN, 2014, p. 24).

O crescimento da comunicação em rede, especialmente quando associada às práticas da cultura participativa, cria uma diversidade de novos recursos nunca antes imaginada. Estamos vivenciando uma transformação de uma cultura moldada pela lógica da participação popular, onde as pessoas estão tendo um papel mais ativo na configuração do fluxo de mídia para seus propósitos particulares (JENKINS; FORD; GREEN, 2014, p. 20-21).

As decisões que cada um de nós toma quanto a passar adiante ou não determinada notícia – quanto tuitar ou não a última gafe do presidente, compartilhar ou não um determinado vídeo – estão remodelando o próprio cenário da mídia.

Essa mudança – de distribuição para circulação- sinaliza um movimento em direção de um modelo mais participativo de cultura, em que o público não é mais visto como simplesmente um grupo de consumidores de mensagens pré-construídas, mas como pessoas que estão moldando, compartilhando, reconfigurando e remixando conteúdos de mídia de maneiras que não poderiam ser imaginadas antes. E estão fazendo isso não como indivíduos isolados, mas como integrantes de comunidades mais amplas e de redes que lhes permitem propagar conteúdos muito além de sua vizinhança geográfica. (JENKINS; FORD; GREEN, 2014, p. 24)

As novas plataformas criam aberturas para mudanças sociais, culturais, econômicas, legais e políticas, além de constituírem oportunidades para a diversidade e a democratização, já que facilita novas intervenções para uma variedade de grupos que há muito tempo lutam para se fazer ouvir. Os termos dessa participação, todavia, estão ainda por ser definidos. Certamente, veremos ainda nas próximas décadas um conjunto de batalhas legais e econômicas se desenrolarem. (JENKINS; FORD; GREEN, 2014, p. 21)

É por isso que além do termo cultura participativa, que salienta os atos de recepção e produção pelas audiências de mídia, Henry Jenkins (2014) também fala da cultura da conexão, que considera os papéis que as comunidades ligadas em rede desempenham na configuração de como circulam as mídias. Os públicos estão modelando ativamente os fluxos de mídia e as empresas, profissionais de comunicação e serviços ao consumidor estão vendo a necessidade de ouvi-los e de responder a eles de maneira ativa. A Cultura da Conexão vai examinar esse



modelo híbrido e emergente de circulação, em que existe um *mix* de forças de cima pra baixo e de baixo pra cima, determinando como o material será compartilhado através das culturas e entre elas, de maneira muito mais participativa, e, conseqüentemente, desorganizada: “O Cultura da Conexão enfoca a lógica social e as práticas culturais que favoreceram e popularizaram essas novas plataformas – a lógica que explica por que compartilhar se tornou uma atividade tão comum, e não apenas como isso se deu” (JENKINS; FORD; GREEN, 2014, p. 25).

Na era de uma web 2.0 os conteúdos gerados por usuários em alguma medida desalojaram a mídia de massa na vida cultural da pessoa comum. Mesmo um conteúdo não destinado a circular além de um mercado pequeno hoje pode alcançar uma visibilidade muito maior, graças aos vários agentes populares. Mas os membros de uma audiência não só disseminam a informação, eles também são participantes ativos na construção de significados dentro da mídia conectada por redes. As audiências ativas têm demonstrado uma notável capacidade de colocar slogans publicitários e jingles em circulação, muitas vezes diferentes do que pretendiam as próprias empresas que originaram esses materiais (JENKINS; FORD; GREEN, 2014, p. 45).

Cada vez mais nos distanciamos daquilo que estávamos habituados a entender como sendo comunidades-nicho, hoje percebemos vários grupos realmente motivados a fazer circular informação como parte de suas contínuas interações sociais. Entre os participantes desses grupos estão os ativistas, que buscam mudar a percepção do público a respeito de questões de interesse para esses grupos: “Diante desses acontecimentos, estamos testemunhando a erosão dos limites tradicionais entre fãs e ativistas, entre criatividade e desestruturação, entre nicho e mainstream, entre o que é comercial e o que é genuíno, entre fãs e produtores.” (JENKINS; FORD; GREEN, 2014, p. 55).

Jenkins, Ford e Green (2014) usam o termo propagabilidade para se referir ao potencial técnico e cultural dos públicos em compartilharem conteúdos por motivos próprios, às vezes com a permissão dos detentores dos direitos autorais, às vezes contra o desejo deles.

A propagabilidade se refere aos recursos técnicos que tornam mais fácil a circulação de algum tipo de conteúdo em comparação com outros, às estruturas econômicas que sustentam ou restringem a circulação, aos atributos de um texto de mídia que podem despertar motivação e as redes sociais que ligam as pessoas por meio da troca de bytes significativos. (JENKINS; FORD; GREEN, 2014, p. 26)

Os autores também fazem uma diferenciação entre os termos propagabilidade e aderência. Aderência, em sentido amplo, se refere à necessidade de criar um conteúdo que seja capaz de atrair a atenção da audiência. A palavra aderência foi popularizada em 2000, por Malcolm Gladwell no trabalho *O ponto da Virada*. A aderência também se refere aos mecanismos que motivam as pessoas a buscar um determinado site e passar algum tempo por ali. É por isso que as empresas procuram em seus *websites* conseguir colocar informação num local facilmente mensurável, avaliando quantas pessoas o visualizam, quantas vezes é visualizado e por quanto tempo os visitantes o visualizam (JENKINS; FORD; GREEN, 2014, p. 27).

Essa concepção de aderência acabou definindo a maneira como muitas empresas compreendem a popularidade de um conteúdo online. Geralmente as empresas de mídia avaliam quais vídeos e publicações são mais vistas e quais vídeos e publicações prendem a atenção do público por mais tempo.

Jenkins, Ford e Green (2014) apontam nesse sentido a primeira diferença entre aderência e propagabilidade. Enquanto a aderência se concentra nessa contagem de membros da audiência, a propagabilidade vai analisar como o público quer experimentar o material online. Não é só uma questão da amplitude dos deslocamentos do conteúdo analisados pela aderência, mas de perceber como os textos da mídia são usados por sua audiência e como circulam dentro das suas interações sociais. Em outras palavras, enquanto a aderência se preocupa com as migrações de indivíduos, a propagabilidade tem seu foco no fluxo de ideias.

Outra diferença apontada pelos autores diz respeito a centralização do material pela aderência e dispersão pela propagabilidade. Em outras palavras, enquanto a aderência busca colocar o material num local centralizado, atraindo a pessoa até lá e depois tentando a manter ali o máximo de tempo possível para ser bem avaliada nos parâmetros analíticos do site, a propagabilidade enfatiza a produção de conteúdo em formatos de fácil compartilhamento, de tal forma que encoraje as pessoas a difundir o conteúdo numa variedade de lugares.

Jenkins, Ford e Green (2014) também afirmam que enquanto a aderência busca experiências unificadas, a propagabilidade busca experiências diversificadas. Isso significa que na mentalidade propagável há um incentivo para que as pessoas moldem o conteúdo do material como queiram e compartilhem em suas redes sociais (JENKINS; FORD; GREEN, 2014, p. 29).

Ainda para os autores, enquanto a aderência incentiva uma interatividade pré-estruturada, a propagabilidade incentiva a participação livre. Enquanto a aderência estimula sites grudentos, com jogos e enquetes para atrair e manter o interesse dos indivíduos, a lógica participativa da propagabilidade leva o público a usar o conteúdo de maneiras inesperadas, reconfigurando o material de acordo com a sua comunidade.

A aderência atrai e retém a atenção enquanto a propagabilidade motiva e facilita o compartilhamento, e também valoriza as atividades de membros da audiência que ajudam a gerar interesse por aquela marca.

Jenkins, Ford e Green (2014) também apontam que, enquanto a aderência fala de canais escassos ou finitos, a propagabilidade fala de redes temporárias. A aderência retém a mentalidade da radiodifusão, em que os canais autorizados das empresas de comunicação competem uns com os outros pela atenção da audiência. Já o paradigma da propagabilidade acredita que qualquer coisa que valha a pena pode circular e todos os canais possíveis e incentiva a audiência a sair de uma percepção periférica para um engajamento ativo.

Os autores também falam que na propagabilidade essa audiência ou os intermediários autenticamente populares, ou seja, os canais não oficiais, moldam o fluxo de mensagens através de suas comunidades e podem vir a se tornar grandes defensores de marcas, e muitas vezes podem servir às necessidades dos criadores, tornando-se parte da lógica do mercado. Enquanto na aderência ainda predomina um marketing de força de vendas para indivíduos (JENKINS; FORD; GREEN, 2014, p. 30).

Por fim, Jenkins, Ford e Green (2014) falam que na aderência, no modelo grudento, fica claro quem é o produtor e quem é a audiência enquanto no modelo propagável existe uma perda da distinção entre eles. Na aderência, portanto, os papéis são separados e na propagabilidade existe uma colaboração através de papéis (JENKINS; FORD; GREEN, 2014, p. 31).

Ainda sobre propagabilidade, pesquisas recentes indicam que, ainda hoje, são poucas as campanhas que instigam seus consumidores a promover a mensagem por meios próprios. Quando o material é produzido segundo um mesmo modelo para determinada audiência, ele atinge somente determinadas pessoas. Por outro lado, quando os membros dessa audiência podem reformatar esse material para que ele atenda melhor aos seus interesses, quando ele pode ser submetido a procedimentos de remixagem e sampleamento e através de diversas plataformas, ele atinge um público bem maior, justamente por poder ser refeito a todo instante.

Esse contínuo processo de transformação do propósito original e de recirculação está mudando os limites percebidos entre produção e consumo (JENKINS; FORD; GREEN, 2014, p. 54).

Contudo, é preciso frisar que os canais de mídia de massa ainda são recursos valiosos para se espalhar informação e compartilhar conteúdos de grande interesse comum e que contar somente os cliques diretos em qualquer site provavelmente conduz a uma subestimativa do valor total do site. O conteúdo concebido para ser propagado pode praticamente dobrar o tráfego mensurado por meio de novos compartilhamentos. Conforme as pessoas foram descobrindo como tais plataformas poderiam ser usadas, mais elas interagem compartilhando *bits* significativos de conteúdos de mídia (JENKINS; FORD; GREEN, 2014, p. 32 e 35).

Este ambiente de mídia propagável tornou a prática de ouvir o público uma prioridade muito maior para a maioria dos profissionais de mídia. Os departamentos de comunicação corporativa e de relações públicas estão cada vez mais usando sua presença online para lidar com as mensagens da audiência, um sinal do poder que os membros visíveis e socialmente conectados do público têm quanto a formatar os programas de empresas por meio das mensagens que propagam. As empresas estão se sentindo mais pressionadas a pensar não somente em como o público poderia difundir mensagens acerca de algum conteúdo da marca, mas também em termos de como sua própria presença corporativa poderia se conectar com as mensagens que o público faz circular. Os conteúdos de massa estão continuamente reposicionados à medida que entram em diferentes comunidades-nicho (JENKINS; FORD; GREEN, 2014, p. 53).

Também segundo Jenkins, Ford e Green (Ibid., p. 49-51) quando os *websites* corporativos surgiram, em meados dos anos 1990, ninguém avaliou como eles iriam mudar substancialmente a relação da empresa com seu público. As empresas tinham nos *sites* a oportunidade de publicar informações diretamente para um público que ia além dos nichos dos horários que consumiam informação na televisão e no rádio, e sem precisar recorrer à voz intermediadora dos jornalistas. As pessoas interessadas poderiam consumir conteúdo nas empresas quando quisessem – compartilhando as mensagens obtidas diretamente da fonte e publicando entre seus círculos de amigos, familiares, colegas e até de desconhecidos. A indústria de diversão, de mídia, percebeu que não pode retomar o fluxo de comunicação unidirecional da era da radiodifusão, quando tinham uma percepção do controle.

Assim, as empresas devem escutar o público e aprender com ele, se quiserem desfrutar de um sucesso de longo prazo. Essa ‘falta de controle’ é especialmente perceptível quando se lida com as queixas do cliente. Em um mundo de mídia propagável, o que

antes já foi visto exclusivamente como questões para o ‘serviço de atendimento ao cliente’ agora se torna cada vez mais também uma questão de ‘relações públicas’(...), pois os clientes espalham suas próprias histórias sobre a empresa. (JENKINS; FORD; GREEN, 2014, p. 50)

Portanto, para os autores, as empresas encaram cada vez mais uma pressão não só para marcar sua presença de forma online, mas também para responderem a sua audiência e responder as questões levantadas por usuários insatisfeitos.

No entanto, são vários os exemplos em que empresas e públicos entram em atrito. Várias contas de redes sociais que pertencem aos fãs de mídia que sofrem ataques e pedidos de interrupção e desistência por parte das empresas. Atitudes corporativas proibicionistas vêm colidindo com a natureza colaborativa das redes sociais online. As empresas de mídia continuam a querer manter controle exclusivo de recepção e distribuição de conteúdo.

De acordo com essa mentalidade, o material criado pelos fãs fora dos canais oficiais diminuiria os índices de audiência no horário oficial do programa. E pesquisas já comprovam que, na verdade, o rígido controle de como o material é discutido e propagado diminui o entusiasmo do público. As empresas continuam com um apego ao modelo da aderência até porque geralmente os conteúdos criados por fãs e distribuídos por eles, mesmo gerando engajamento, não podem ser facilmente mensurados (JENKINS; FORD; GREEN, 2014, p. 59-61).

As empresas que dizem ao seu público que tirem as mãos da propriedade intelectual de uma marca estão também se distanciando de processos como descobrir novos mercados, gerar novos significados, renovar franquias já enfraquecidas, apoiar produtoras independentes, localizar conteúdo global que nunca foi comercialmente introduzido num mercado local. Em alguns casos, esses resultados são o objetivo direto da cultura participativa; em outros, são uma decorrência.

As indústrias de mídia compreendem que a cultura está se tornando mais participativa, que as regras estão sendo reescritas e que os relacionamentos entre produtores e seus públicos estão em fluxo. No entanto, poucas empresas estão dispostas a correr o que pode ser entendido como um risco substancial com propriedades intelectuais potencialmente valiosas. Os desejos dos fãs e os interesses das empresas às vezes funcionam em paralelo, mas nunca coincidem inteiramente, em parte porque até as empresas que acolhem os ideais de engajamento da audiência continuam incertas quanto à margem de controle de que lhes é conveniente abdicar. (JENKINS; FORD; GREEN, 2014, p. 63)

A ideia da Web 2.0 foi introduzida em 2004 e logo se tornou a lógica cultural com uma série de práticas que buscavam atrair a cultura participativa. As empresas de Web 2.0 contam

com a internet para promover, distribuir e aperfeiçoar seus produtos, aproveitando a inteligência coletiva dos usuários, consumidores e do público, que passaram a ser considerados não só colaboradores como cocriadores de conteúdo e serviços. Para isso, as empresas enfatizam cada vez mais campanhas transmídias, experiências interativas e plataformas participativas que encorajam essa cocriação (JENKINS; FORD; GREEN, 2014, p. 79).

As indústrias de mídia também começam a reconceituar seus públicos e o entretenimento transmídia passou a ser uma estratégia alternativa para cortejar e mobilizar as audiências. Surgiu a necessidade de sair da era da radiodifusão e seu foco nos membros individuais para adotar a ênfase em audiências ativas e ligadas em rede (JENKINS; FORD; GREEN, 2014, p. 74).

É importante lembrar que as audiências são geralmente bastante heterogêneas, com distinções de classe, idade, sexo, raça, opção sexual e nacionalidade, para citar apenas alguns exemplos. No entanto, à medida que o público adquire mais acesso às plataformas de comunicação, mais se percebe o empoderamento dos participantes e mais ele desafia as políticas corporativas.

Thompson (1971) usou o termo economia moral para descrever as normas sociais e os entendimentos mútuos que permitem que duas partes conduzam negócios. Para ele, os participantes precisam sentir que todas as partes envolvidas estão se comportando de modo moralmente adequado (JENKINS; FORD; GREEN, 2014, p. 85).

Essa economia moral pode empoderar as corporações que acham que seus clientes, empregados ou sócios têm ultrapassado os limites de acordos. Ou pode motivar e empoderar indivíduos ou comunidades quando perceberem que uma empresa agiu de forma inadequada. Nesses contextos, tanto os produtores como o público fazem propostas de legitimação, propondo entendimentos alternativos do que se constituem interações justas e significativas. (JENKINS; FORD; GREEN, 2014, p. 83)

Esse conceito de economia moral é fundamental para entender o ambiente de negócios da mídia propagável. O público está cada vez mais esclarecido sobre o valor criado por meio de sua atenção e engajamento. Alguns usuários já estão procurando formas de conseguir, em troca de sua participação, alguma coisa dos produtores de mídia, tal como maior controle e acesso ao conteúdo, em reconhecimento pelo valor que geram.

Quando se trata de lucro, fica claro que são as empresas de mídia que ganham nos arranjos econômicos atuais, já que teoricamente, as audiências são mais fragmentadas e mais dispersas do que as entidades corporativas com as quais elas interagem, o que torna mais difícil

para elas reivindicar e defender plenamente seus próprios interesses. A cultura participativa não impõe o mesmo nível de respeito e atenção por parte das empresas de mídia (JENKINS; FORD; GREEN, 2014, p. 89-90).

No entanto, sabemos que o público pode ser motivado a fazer contribuições para a empresa por muitas razões e apenas algumas delas envolvem motivos financeiros. Dentro de muitas trocas que tomam o lugar da remuneração em dinheiro podemos citar 'prestígio', estima e construção de relacionamento como os principais motivadores de produção cultural e transação social. Ganhar reconhecimento, influenciar a cultura e expressar ideias pessoais são práticas de uma economia informal que coexiste e interage de maneira complexa com a economia comercial. Portanto, devemos descrever esse trabalho do público como engajado em vez de explorado, já que o engajado também reconhece que estão em busca de seus próprios interesses (JENKINS; FORD; GREEN, 2014, p. 92-93).

As práticas de negócios da Web 2.0 envolvem, inevitavelmente, o intercâmbio de trabalho. No entanto, esse trabalho pode ou não ser dado gratuitamente. Pode ou não ser motivado pelo desejo de servir aos interesses da coletividade da comunidade participativa. Pode ou não ser visualizado como um presente que cria obrigações e incentiva a reciprocidade. E os participantes podem ou não se beneficiar de maneiras intangíveis com a sua participação. Com o tempo, explorar o trabalho gratuito para ter lucro econômico pode transformar a participação por diversão em um trabalho alienado. Na medida em que os termos dessa transação não são transparentes ou não estão sujeitos a negociação com todos os participantes, eles corroem a economia moral. (JENKINS; FORD; GREEN, 2014, p. 97)

Lawrence Lessig (2008) também descreve sobre algo semelhante ao que já foi dito sobre economia moral. Lessig (2008) descreve a cultura contemporânea como um fenômeno formado pelas complexas interações entre uma economia de compartilhamento e uma economia comercial e acentua que qualquer economia híbrida viável precisa respeitar os direitos e os interesses dos participantes dentro desses dois sistemas bem diferentes para produzir e avaliar o valor das transações. Ao explorar os vários pontos de interseção entre os dois sistemas, Lessig escreve sobre uma terceira economia, uma economia híbrida das outras duas, que ela acha que vai dominar o futuro da web (JENKINS; FORD; GREEN, 2014, p. 99).

Jenkins, Ford e Green (2014) também afirmam que, ao falar sobre participação, duas palavras aparecem de forma intensa na literatura em torno da Web 2.0 e são essenciais para a economia moral: transparência e autenticidade. Nos modelos de negócios da Web 2.0, a transparência se refere ao modo como as marcas e o público são igualmente claros sobre os seus vínculos um com o outro. Já a autenticidade diz respeito a avaliação geral da credibilidade

de uma marca ou membro do público. Geralmente, o teste para a autenticidade envolve a pergunta: o portador da mensagem está sendo integralmente transparente?

Para os autores, as empresas devem evitar cruzar as fronteiras éticas diferenciadas da autenticidade e da transparência e abandonar a ilusão de que podem se relacionar com eficácia com o público ao atingirem alguns poucos formadores de opinião importantes que todo mundo segue sem pensar (JENKINS; FORD; GREEN, 2014, p. 117).

É preciso escutar seu público de maneira geral e compreender as várias motivações dele para propagar conteúdo. Infelizmente, as empresas ainda não desenvolveram, como um todo, um ouvido sintonizado com suas audiências e com a maneira como sua propriedade intelectual está circulando. E um dos motivos disso é a diferença que os anunciantes continuam pagando de uma mídia em relação a outra, o que faz com que as empresas de mídia enviem mensagens confusas para o seu público, como a de que ele precisa assistir à transmissão ao vivo ou não haveria futuro para o programa.

A indústria de comunicação ainda está estruturada para separar espectadores por transmissão via radiodifusão e espectadores por streaming.

Apesar dos passos para desenvolver alternativas de distribuição para o modelo de radiodifusão – desde os próprios websites das redes de TV até iniciativas de distribuição online – as estruturas de rede de TV e os estúdios ainda privilegiam receitas de publicidade de conteúdo de primeira execução. As classificações de TV medem especificamente a audiência que assiste a programas na TV, enquanto um tipo diferente de sistema de classificações mede as audiências que assistem online. Embora elas compartilhem bastante do mesmo conteúdo e estejam completamente ligadas, o streaming online e a TV são fundamentalmente negócios separados que normalmente são distribuídos, financiados e monetizados de diferentes maneiras. (JENKINS; FORD; GREEN, 2014, p. 157)

De um lado, você tem um modelo baseado em assistir a determinado programa com hora marcada no qual a audiência se organiza para estar disponível em determinado horário a fim de acompanhar aos seus programas favoritos. O conteúdo é criado e distribuído essencialmente para atrair essa atenção em certo horário, uma audiência que pode ser prevista e, posteriormente, mensurada e vendida para os anunciantes com fins lucrativos. Por outro lado, você tem modelos baseados em engajamento que privilegia os públicos dispostos a buscar conteúdo através de vários canais e acessarem os programas em seus próprios horários. As audiências engajadas são mais propensas a recomendar, discutir, pesquisar, repassar e até gerar material novo em resposta (JENKINS; FORD; GREEN, 2014, p. 153-154).



Os autores citam o produtor de seriados Kim Moses (2009) que afirma que, atualmente, não é mais suficiente que um produtor apenas produza o programa, sendo ele também responsável por produzir audiência. Moses diz ser necessário cortejar o público e Jenkins, Ford e Green (2014) dizem que as metáforas do cortejar são úteis quando entendemos engajamento como conexões emocionais entre espectadores e conteúdo. Ainda segundo os autores, cortejar enfatiza a importância da construção do relacionamento em vez de explorar, aproveitar, tirar vantagem, embora também possam ser enganadoras na medida que mascara a maneira como esses esforços também expandem as receitas e lucros com aqueles relacionamentos (JENKINS; FORD; GREEN, 2014, p. 178-180).

Jenkins, Ford e Green (2014) também afirmam que essas mudanças no relacionamento de produtores de mídia e seus públicos também estão transformando o conceito de participação significativa e as empresas precisam ter muito cuidado para não definir de forma estreita quem pode participar ou como participar, valorizando alguns tipos de engajamento enquanto ignora outros tipos. Os criadores também precisam entender que os canais de interação transmídia não servem somente para promover, mas também devem ser locais para escutar o público. Afinal, se todo o público falasse, quem sobraria para ouvir? Existe um público que ainda é constituído de pessoas que assistem, escutam e fazem download de conteúdo de outras pessoas. Mas mesmo aqueles que estão apenas lendo, assistindo ou ouvindo fazem isso de formas diferentes e em um mundo que reconhece o seu potencial de contribuição sobre aquele conteúdo. Para os autores, é preciso não exagerar na prevalência do público ativo e nem rejeitar as formas de engajamento constantemente rotuladas de passivas (JENKINS; FORD; GREEN, 2014, p. 194-197).

Os autores também lembram que as pessoas só costumam criar dentro de circunstâncias limitadas, já que quanto mais tempo, dinheiro, recursos e habilidades exigirem o engajamento, mais dificuldade poderá ter o público. O engajamento mais intenso exige uma lógica que trabalha tanto com uma economia não comercial como uma comercial (JENKINS; FORD; GREEN, 2014, p. 199-200).

Jenkins, Ford e Green (2014) abordam o problema da participação desigual. Eles citam, por exemplo, um estudo que constatou que as pessoas com renda familiar anual superior a 75 mil dólares tinham três vezes mais probabilidade de produzir e compartilhar conteúdo de internet do que aquelas cujo rendimento familiar anual era menor do que 30 mil dólares. Os mais abastados, segundo o estudo, conseguiram acesso à banda larga e desfrutaram de acesso ilimitado em suas casas. Ainda de acordo com o estudo, a falta de participação podia persistir

mesmo quando se tinha acesso técnico, mas não as habilidades e o conhecimento cultural exigidos para se participar plenamente (JENKINS; FORD; GREEN, 2014, p. 235).

Outra pesquisa apresentada pelos autores indica que as redes sociais online podem ser tão segregadas, se não mais, que as redes sociais no mundo físico: “O Facebook e outros sites de redes sociais geralmente funcionam como o equivalente digital das comunidades fechadas, protegendo os participantes do contato online com pessoas de fora de seu círculo social” (JENKINS; FORD; GREEN, 2014, p. 239).

Essas desigualdades de acesso e oportunidade são compreendidas de diferentes formas e depende muito de como a pessoa interpreta o valor da participação.

Algumas pessoas entendem a exclusão digital como nada além da diferença de quem possui carros de luxo e quem não possui. Porém, se entendermos cultura participativa, como um passo vital em direção à percepção de uma luta secular por comunidades de movimentos populares para obter maior controle sobre os meios de produção e circulação cultural, ou seja, se entendermos a participação como o trabalho de públicos e não simplesmente de mercados e audiências, então as oportunidades para expansão da participação são lutas que devemos incluir ativamente através do nosso trabalho, seja por meio de esforços para reduzir os obstáculos técnicos e econômicos, seja por meio de esforços para reduzir os obstáculos técnicos e econômicos, seja para expandir o acesso ao aprendizado de como utilizar as mídias. E se entendermos o momento atual como de colaboração e cocriação, ou seja, se o visualizarmos como um momento que envolve relações mais complexas entre as empresas e os públicos, temos ainda mais motivos para expandir a luta em relação aos termos de nossa participação. (JENKINS; FORD; GREEN, 2014, p. 240)

Segundo os autores, ao falarem que a cultura está em processo de ser mais participativa, eles não estão enganando que talvez nunca vivamos numa sociedade em que cada membro seja realmente capaz de participar plenamente e que as classes mais baixas tenham a mesma capacidade comunicativa que as elites. Mas, na medida em que a participação do público em rede se torna uma fonte de poder discursivo e persuasivo, a luta pelo direito à participação também passa a estar vinculada às questões fundamentais de igualdade e justiça social (JENKINS; FORD; GREEN, 2014, p. 241).

Jenkins, Ford e Green (2014) também falam do rádio e citam o escritor Bertolt Brecht que já em 1932 imaginava a transformação do rádio de uma tecnologia baseada em um público em massa passivo para um meio de participação coletiva:

O rádio é unilateral quando deveria ser bilateral. É puramente um aparelho para distribuição, para o mero compartilhamento. Portanto, aqui está uma sugestão positiva: mude este aparelho de distribuição para comunicação. O rádio seria o melhor aparelho de comunicação possível na vida pública ... se soubesse como receber assim como transmitir, como deixar o ouvinte falar, assim como ouvir, como inseri-lo em um relacionamento em vez de isolá-lo. (BRECHT, 1932, 1986, p. 53)

Os autores afirmam que, no contexto do rádio dos Estados Unidos, a visão de Brecht chegou mais próximo quando as estações de rádio estavam nas mãos de grupos de igrejas, escolas e tropas de escoteiros, nas primeiras duas décadas do século XX. Também alguns aspectos foram preservados no rádio público e rádios comunitárias entre estações AM e citam a estação cultura CB dos EUA em que motoristas de caminhão conversam da estrada usando pseudônimos. (JENKINS; FORD; GREEN, 2014, p. 203)

Em 1970, foi a vez de Hans Magnus Enzensberger profetizar o surgimento de uma cultura de mídia mais participativa, onde os meios de produção estariam nas mãos das próprias massas:

Para Enzensberger, a solução não seria simplesmente colocar a produção nas mãos de indivíduos isolados, mas promover novos tipos de públicos que pudessem adotar ‘formas agressivas de publicidade’ que permitissem o compartilhamento significativo de conteúdo de mídia e possibilitassem a ‘mobilização’. (JENKINS; FORD; GREEN, 2014, p. 204)

Durante muito tempo, vários escritores apontaram que mudar a estrutura da modalidade de mídia era fundamental para que se pudesse chegar a uma cultura mais participativa. A comunicação online dos dias de hoje aponta algumas direções que Brecht e Enzensberger defenderam, como a expansão do acesso aos meios de produção cultural. A concepção de Brecht de um mundo onde os ouvintes se tornem fornecedores de material para outros ouvintes têm sido realizada de forma mais plena na era digital do que o rádio jamais alcançou.

A mudança dos meios dominantes de comunicação, de radiodifusão para digital, pode, nesse processo, reduzir o domínio do controle corporativo sobre muitos tipos de conteúdo, resultando na circulação ativa de maior diversidade de perspectivas. (...) O podcasting, por exemplo, trouxe o formato do rádio de volta, se não a tecnologia, a um meio mais participativo, que permite a muitos grupos diferentes produzir e circular conteúdo como o rádio. (JENKINS; FORD; GREEN, 2014, p. 205)

Ainda sobre a cultura participativa, Jenkins, Ford e Green (2014, p. 246) afirmam que na era do compartilhamento digital, há uma variedade de considerações estratégicas e técnicas que aumentam as chances do conteúdo ser propagado. São elas: portabilidade (os membros do público não querem ficar num lugar só); disponibilidade (o material deve ser enviado para onde o público achar que é mais útil); relevância (devem ser úteis para vários públicos).

Ao contrário da época da radiodifusão aberta, é preciso entender que os usuários estão buscando ativamente e comparando mídia sobre assuntos importantes, em vez de esperar passivamente pelo conteúdo. Eles usam mecanismos de busca, recomendações, sites de nichos, feeds de notícias e isso está colocando uma pressão cada vez maior sobre os produtores para

que eles coloquem conteúdo em várias plataformas e dispositivos e forma adequada para que possam ser mais facilmente encontrados (JENKINS; FORD; GREEN, 2014, p. 214).

### 3.2 O RÁDIO EXPANDIDO

O termo “rádio expandido” foi usado pela primeira vez por Marcelo Kischinhevsky no artigo “Rádio social: mapeando novas práticas interacionais sonoras”, apresentado no Encontro Anual da Associação dos programas de Pós-Graduação em Comunicação (COMPÓS) em 2011 e que depois teria uma versão publicada na Revista Famecos, na edição maio-agosto de 2012 (KISCHINHEVSKY, 2016, p. 13).

O conceito dialogava com os processos de transmidiação que estavam ocorrendo nos quais a escuta do rádio não se dava mais somente em frequência modulada (FM), ondas médias (AM) e curtas, mas também nos telefones celulares, computadores *notebooks*, *tablets* e tocadores multimídia. Ao mesmo tempo, o conteúdo poderia ser consumido ao vivo (no dial ou via streaming) ou sob demanda (podcasting ou busca de arquivos). Ao dizer que o rádio é hoje um meio de comunicação expandido, Kischinhevsky (2012) afirma que ele extrapola as transmissões em ondas hertzianas e transborda para as mídias sociais, para o celular, sites e portais (KISCHINHEVSKY, 2016, p. 13-14).

KISCHINHEVSKY (2016) afirma que duas chaves conceituais são ponto de partida para a comunicação radiofônica atualmente: mediações e interações. Ao considerar o rádio um meio expandido, o autor também afirma que a comunicação radiofônica não pode ser mais circunscrita aos textos sonoros e à linguagem. Múltiplas instancias de mediação acontecem e os ouvintes desempenham um papel cada vez mais importante, participando da programação. Para ele, tudo isso é rádio hoje: fotos, vídeos, ícones, infográficos e outras ilustrações de sites e redes sociais das emissoras; toda a arquitetura de interação (botões de compartilhar, recomendar, etiquetar, curtir, espaços para comentários, enquetes, votações, etc.); aplicativos para web rádio ou podcasting; e serviços de rádio social (KISCHINHEVSKY, 2016, p. 25-33).

Apesar de a comunicação radiofônica ser predominantemente sonora e prescindir de imagens e hipertextos para ser compreendida pela audiência, ela não se descaracteriza pela incorporação de elementos textuais e visuais. Os novos elementos que surgiram permitem que a lógica da radiodifusão, supostamente identificada como uma comunicação unidirecional, seja quebrada, e hoje tanto as imagens como os espaços para comentários, as *webcams* em estúdios, as páginas na internet, vão tornando mais complexa a radiofonia. O reconhecimento da inserção

da radiofonia neste complexo midiático é um primeiro passo para compreender as novas lógicas que regem as rotinas de produção, distribuição e consumo do meio (KISCHINHEVSKY, 2016, p.52-53).

No âmbito tecnológico, as etapas de criação e produção, edição, distribuição e consumo foram redesenhadas por novos dispositivos e hábitos de escuta. Estúdios tornaram-se mais compactos, baratos e funcionais, e microfones direcionais dispensaram cabines de locução, propiciando a remoção de paredes e permitindo a repórteres entrarem ao vivo diretamente da redação. Softwares de edição de áudio facilitaram a montagem de reportagens, boletins e programas. Telefones celulares de última geração, com aplicativos de gravação de áudio e unidades móveis cada vez mais leves, deram agilidade à cobertura jornalística ao vivo nos grandes centros urbanos. Softwares de gestão de conteúdos, modernas mesas de som e monitores *touch screen*, com efeitos e vinhetas pré-programadas a um clique do operador, deram nova dinâmica aos trabalhos técnicos e à plástica das emissoras. (...) E, por fim, na esfera do consumo, a disseminação de microcomputadores domésticos, smartphones e tocadores multimídia reconfigurou a recepção, propiciando maior interação com os conteúdos veiculados e estimulando uma cultura da portabilidade de arquivos digitais de áudio, em múltiplos dispositivos, como tocadores multimídia, telefones móveis, notebooks e, mais recentemente, tablets. (KISCHINHEVSKY, 2016, p. 53-54)

KISCHINHEVSKY (2016, p.54) também aponta mudanças no âmbito profissional com o rádio expandido. Segundo o autor, os profissionais assumem tarefas cada vez mais diversificadas nas rotinas de produção, o que gerou a demanda por trabalhadores polivalentes. Também aumentou a carga horária e a cobrança por produtividade. Repórteres de emissoras do segmento *all news* chegam a entrar no ar, no mesmo dia, com pelo menos 30 notas, além de gravar e editar suas próprias reportagens, sendo cada vez mais responsáveis pelo produto final. Nas emissoras musicais, a automação cresceu, levando ao desemprego sobretudo de operadores e locutores, principalmente no turno da noite, no qual muitas rádios fecham seus estúdios, deixando no ar apenas uma programação musical entremeada de vinhetas rodando em um computador. Muitos locutores também acumularam a função de operar a mesa de som, sendo responsáveis pela entrada de comerciais e reportagens, o que além de acarretar a sobrecarga de trabalho, prejudica muitas vezes a plástica da emissora.

O autor também diz que, surpreendentemente, no âmbito dos conteúdos não foram notadas mudanças significativas, permanecendo os formatos e gêneros que consolidaram as programações das emissoras de rádio ainda nos anos de 1980 e mesmo antes. Também são raros os conteúdos concebidos nas emissoras de ondas hertzianas comerciais, exclusivamente para a *web* e cita o exemplo do *podcasting*, que com o seu crescimento já era para ter impulsionado uma nova lógica de consumo de conteúdos radiofônico nas redes sociais online. O autor ressalta a necessidade de novas estruturas narrativas, multimidiáticas e multiplataformas quem ampliem

o conteúdo, que ofereça algo diferente do que está sendo veiculado em antena. Mas reconhece que isso exigiria novas habilidades e competências dos jornalistas.

No entanto, com o avanço das plataformas digitais, surgiram novas formas de interação entre ouvintes e emissoras, sobretudo via mídias sociais, bem como dos ouvintes entre si.

Nas principais praças do país, é difícil encontrar um programa ou um comunicador de emissoras AM / FM que não utilize perfis em mídias sociais e serviços de *microblogging* para interagir com os ouvintes, muitas vezes substituindo completamente os antigos contatos via telefone fixo. Muitas mensagens enviadas por esses canais são lidas no ar, como as antigas cartas postadas nos Correios, mas com a vantagem da instantaneidade, pois esses perfis apresentam picos de acesso justamente no horário em que o programa e o comunicador estão no ar. A partir de 2013, passou-se a adotar também, de modo complementar, aplicativos de telefonia móvel como o sistema de mensagens instantâneas gratuito WhatsApp, que possibilitam a formação, por meio de cadastro, de uma rede de ouvintes claramente identificáveis, que podem não apenas opinar sobre temas do momento, mas também colaborar com a produção jornalística, prestando informações voluntariamente ou auxiliando na circulação dos conteúdos veiculados on-line e off-line. (KISCHINHEVSKY, 2016, p. 55)

Mas o autor também afirma que existe um longo caminho pela frente até chegar a relações mais equitativas entre emissores e ouvintes. Para ele, a parcela de ouvintes que assume o papel de emissor é minoritária. Marcelo Kischinhevsky diz que a maioria se contenta com a promessa de ser ouvido ocasionalmente com uma participação coadjuvante no fluxo das redes sociais online. Ainda para o autor, o processo comunicacional é fruto de processos econômicos, demandas sociais e condicionamentos culturais e políticos.

Kischinhevsky faz todo um levantamento histórico das interações comunicacionais no radiojornalismo para justificar a sua fala. Ele afirma que nas primeiras transmissões do rádio os locutores pediam que os ouvintes sinalizassem a escuta por meio de cartas ou telegramas. Era assim que eles mediam a audiência, mas normalmente esses retornos não eram incorporados à programação. Na fase de difusão do rádio, os ouvintes eram convidados a programas em auditórios lotados, mas as participações do público eram eventuais, quase sempre em ações promocionais dos patrocinadores e em quadros tipo *quiz show*. Na fase de segmentação do rádio, em que os programas auditórios migraram para a TV, aí o rádio precisou se reinventar, e foi nessa fase que ele transformou a audiência em estrela, com programas populares que levavam para o ar dramas pessoais, histórias de superação e reivindicações populares. O telefone se tornou um aliado da produção radiofônica, não só na participação do público como na checagem de informações.

Kischinhevsky acredita que na atual fase da convergência ou da multiplicidade de oferta, essa participação do ouvinte vai se intensificar ainda mais. No entanto, critica que a programação em antena ainda constitui máxima prioridade para as emissoras, que deixam o diálogo nas mídias sociais em segundo plano. O autor afirma que as mídias sociais são encaradas, na maioria das vezes, como um espaço de difusão de conteúdos e não como uma nova instância de interação e participação. Ele diz que a maioria das emissoras publica na internet basicamente chamadas para programas e comentários, e que ainda não alterou sua rotina produtiva como deveria (KISCHINHEVSKY, 2016, p. 104).

Marcelo Kischinhevsky cita a Copa das Confederações, apelidada nas redes de Copa das Mobilizações, como um marco no rádio para o começo de uma mudança nesse cenário. O autor fala de uma espécie de linchamento online, citando a emissora CBN, onde travou-se uma batalha midiática, raramente testemunhada na história da radiodifusão sonora. Pela primeira vez um comentarista de rádio foi obrigado a se retratar também nas redes sociais. Kischinhevsky diz que a lógica do “falem mal, mas falem de mim” não pode nem deve ser a tônica para emissoras de rádio, que dependem da credibilidade para conquistar e preservar audiências. As emissoras precisam, segundo ele, ter cuidado com a reação dos ouvintes nas redes sociais porque isso tem impacto na audiência e, conseqüentemente, na receita de anunciantes (KISCHINHEVSKY, 2016, p. 111-114).

No entanto, o autor afirma mais uma vez que o papel do público não se restringe à audiência, mas também na formulação dos valores notícia a serem seguidos pelas emissoras e a programação que vai ao ar como um todo. É preciso que o ouvinte emita opinião e interaja com a equipe, sugerindo pautas.

Kischinhevsky (2016) aposta as seguintes características desse jornalismo desenvolvido para a internet especialmente para o rádio expandindo: Arquitetura de Interação (que inclui os botões de compartilhar, etiquetar, curtir, espaços para comentários e todos os serviços destinados aos interagentes, incluídos aí os ouvintes); Multimídia (incorporação de elementos não apenas sonoros, mas também parassonoros, ou seja, fotos, vídeos, ícones, infográficos ou outras ilustrações, textos, etc.); Hipertextualidade (possibilidade de navegação por links); Personalização (criação de perfis de usuário, individuais ou institucionais, listas recomendações, customização de páginas); e Memória (possibilidade de recuperação de áudios veiculados e monitoramento de hábitos de escuta) (KISCHINHEVSKY, 2016, p. 82-83).

Como práticas que exemplificam essas características apontadas por Kischinhevsky no rádio expandido, podemos citar: espaços para comentários, compartilhamento, etiquetagem (tagging ou tagueamento), embedments (código-fonte liberado para incorporação de um determinado arquivo em outros sites), upload de arquivos, entre outras possibilidades. Segundo o autor:

Particularmente, a etiquetagem e o compartilhamento configuram práticas centrais nesse novo ambiente midiático. É possível fazer distinção clara em relação aos serviços que permitem ao internauta classificar conteúdos postados e aqueles que não abrem esse espaço, o que emula o embate entre sistemas abertos (colaborativos) e proprietários (centralizados) que permeia o avanço das Tecnologias de Informação e Comunicação (TICs) em todo o mundo. O compartilhamento suscita questões semelhantes e não é coincidência que grandes grupos empresariais jornalísticos resistiram durante anos à liberação de campos para comentários em seus sites: assim temiam os editores, escorregavam por entre seus dedos os mecanismos de controle – afinal, sempre haveria o risco de postagens caluniosas, suscitando questionamentos judiciais, ou detratando a linha editorial do veículo. (KISCHINHEVSKY, 2016, p. 116).

Marcelo Kischinhevsky defende que o compartilhamento é o ponto alto da experiência mediada pela internet, proporcionando tanto um novo espaço para a circulação de conteúdos produzidos pelo próprio ouvinte como também para a exposição de afetos, intimidades, enfim, para a construção identitária. Ele também afirma que a etiquetagem desempenha um papel cada dia mais vital na hierarquização da informação. Para ele, os grupos de comunicação precisam estar cada vez mais atentos a marcação da *hashtag* (KISCHINHEVSKY, 2016, p. 109-116).

Já em relação aos desafios dessas novas características do rádio expandido, da comunicação pela internet, o autor diz que o maior risco é do surgimento, cada dia mais, de poderosos intermediários na relação ouvinte e emissora:

Afinal, o rádio hoje se esforça para estar presente na internet, em websites próprios e nos grandes portais, na TV por assinatura, nos telefones celulares e nas mídias sociais. Mas muitas vezes não consegue fazê-lo sem selar acordos comerciais com atores emergentes dos negócios da comunicação e da cultura: os motores da busca (google), os agregadores de conteúdo (iTunes), editoras e escritórios de licenciamento de direitos digitais vinculados à indústria fonográfica (as velhas grandes gravadoras de discos hoje vivem disso), alguns dos grandes serviços de rádio social (SoundCloud, por exemplo), os diretórios de web rádio (como iTunes, rádios.com.br) e podcasting (podomatic, entre outros), os desenvolvedores de aplicativos para smartphones e os provedores de acesso à internet, que garantem (ou não) a banda necessária à expansão do número de ouvintes online. (KISCHINHEVSKY, 2016, p. 126).

Kischinhevsky (2016) também afirma que as emissoras hertzianas ainda enfrentam concorrência de novos intermediários de peso, como serviços de rádio social (Spotify, Deezer, Rdio, etc) e as chamadas rádios corporativas e customizadas.



Apesar disso, Marcelo Kischinhevsky apresenta uma pesquisa americana que afirma que a maioria absoluta dos americanos (75%) diz manter-se em dia com as novidades musicais através da escuta de emissoras AM / FM. Depois, em segundo lugar, com informações trazidas por amigos ou parentes (66%), e só depois vêm serviços de streaming como YouTube (59%) e Pandora (48%). E conclui dizendo que, pelo menos para os ouvintes americanos, os serviços online podem ser ótimos para se ouvir o que se quer, quando e onde se deseja, mas não necessariamente para descobrir novos artistas ou ter acesso aos últimos lançamentos. Ainda segundo o autor, no Brasil, ainda não surgiram pesquisas nesse sentido e não se tem clareza onde termina a radiofonia e começa os novos meios digitais (KISCHINHEVSKY, 2016, p. 124).

### 3.3 O PROGRAMA CASA ABERTA

O Programa Casa Aberta teve início no dia 14 de setembro de 2015, na Rádio Inconfidência FM, a Brasileiríssima, no horário de 10h às 12h. Apresentado por Elias Santos, que havia sido empossado naquele ano como diretor artístico, e produzido por Brisa Marques, contratada no meio do ano com cargo comissionado, o Casa Aberta surgiu com o propósito de fazer uma rádio mais viva. Elias é professor universitário e já não admitia uma rádio que não trouxesse uma linguagem transmídia. Brisa é compositora e cantora da cena mineira e pertencia a turma mais jovem dos produtores de cultura de BH, dialogando com a turma da Praça da Estação e do carnaval de Belo Horizonte.

Ao definir a linha editorial do programa, a proposta era que esse jovem que produz e também consome cultura em BH ocupasse a rádio, assim como estavam ocupando as ruas e praças da cidade. Elias sempre usou o termo fazer uma rádio mais viva, que respira e conversa com a vida de Belo Horizonte. O locutor já tinha trabalhado na Inconfidência nos anos 1990 e, do AM, trouxe o gosto pela linguagem que dialoga com o ouvinte, com a comunicação que atua de uma forma mais interativa com a participação das pessoas. Além disso, acreditava que não era mais possível fazer rádio sem a internet e apostava no uso das redes sociais para o diálogo com o ouvinte. O Casa Aberta se utilizava dos canais oficiais da Inconfidência: o site, o Facebook, o Instagram e o canal do YouTube. Mas, antes mesmo da estreia, possuía seu próprio Facebook e, pela primeira vez na história da rádio, adotou o uso do WhatsApp em um programa. A concepção da linha editorial do Elias era justamente que fosse um lugar de pessoas diferentes, opiniões diferentes, cor e gêneros diferentes, dialogando em um mesmo espaço.

Como diretor artístico, acreditava que a programação da Brasileiríssima também deveria cumprir o seu papel de rádio pública, não só resumindo seus esforços a uma programação musical elaborada, mas uma programação que fosse, sobretudo, diversa e plural, e também oferecendo um jornalismo de utilidade pública e serviço.

Também como diretor artístico ele acreditava que se fosse para o ar fazendo um programa que apresentasse o novo perfil de uma rádio transmídia, automaticamente os outros locutores entenderiam melhor a proposta artística para a rádio. Em suas próprias palavras, o Casa Aberta nasceu também como uma estratégia para contaminar todo o FM para o bem, fazendo uma rádio com mais calor, viva e que dialogasse com o público em todas as redes sociais.

Como o FM é uma rádio cultural desde o seu início, a ideia era que o Casa Aberta conseguisse que a cultura dialogasse com a cidadania e a educação e, assim, a rádio exercesse a sua função de rádio pública, cumprisse o seu papel. Para isso, Elias Santos chamou profissionais fora da rádio, voluntários, que participavam uma vez por semana, sempre trabalhando esses conceitos. Quadros semanais foram criados com a presença desses colunistas. O jornalista João Paulo Cunha, que durante anos foi o editor de cultura do Estado de Minas, e que quando o Casa Aberta começou era o presidente do BDMG, apresentava o quadro “Olhar Cultural” que se propunha a sair do jornalismo de agenda, do jornalismo cultural da divulgação e superficialidade, e pensasse na cultura enquanto um elemento de inserção com a sociedade. Outro jornalista convidado desde o início do Casa Aberta foi Luiz Guilherme Gomes, que produzia e apresentava o “Onda Cidadã”, no qual divulgava iniciativas inovadoras voltadas para o exercício da cidadania, com informações de projetos, ações e atividades que aconteciam na sociedade e promoviam o desenvolvimento e a inclusão. As entrevistas também eram voltadas para a promoção e garantia de direitos e para a participação social voltada a melhoria da qualidade de vida para todos.

Outra coluna do Casa Aberta era apresentada pelo professor e artista plástico Gedeon Messias, o “Arte ao Cubo”, que falava sobre artes plásticas e que no próprio jargão do Gedeon era “arte e imaginação no seu rádio”. Também semanalmente era apresentada a coluna “Pé de Sonho”, com Geovane Sassá, percussionista do Tambolele e o instrumentista Weber Lopes. O quadro falava sobre vários temas ligados a criança e sempre com músicas do universo infantil. Também semanalmente acontecia o quadro do Circuito Liberdade. O quadro não possuía um nome oficial e nem vinheta (aquele efeito sonoro no início e fim da participação). Ele não era

apresentado pelo mesmo convidado como nos demais, mas toda quinta-feira, no mesmo horário, profissionais dos 14 aparelhos do Circuito Liberdade se revezavam para apresentá-lo. A ideia era também mostrar os projetos de animação cultural e arte educação que existiam por trás de cada amostra, exposição e evento que acontecia nesses aparelhos.

Esses foram os quadros que começaram com o Programa Casa Aberta. Mas cinco meses depois, no dia 28 de fevereiro de 2016, foi parar a coluna “Todas as Cores”, que diferente dos outros quadros, era apresentado por um jornalista da própria Rádio Inconfidência, o responsável pelas redes sociais, Paulo Proença. A coluna Todas as Cores debatia todas as questões principais de luta de direitos e quebra de preconceito da população LGBT. O *Todas as Cores* ganhou o Prêmio Mineiro de Direitos Humanos 2017, na categoria rádio.

No dia 23 de novembro de 2017, outro quadro estreia no programa, o Fundação Clóvis Salgado para Todos, que trazia além das atrações culturais da fundação, editais e cursos, por meio de entrevistas semanais. Assim como o Circuito Liberdade, o quadro não tinha um apresentador fixo, cada semana, dependendo do tema, apresentava um convidado diferente.

No dia 14 de agosto de 2018, estreia o último quadro no Casa Aberta, o Periferias em Rede, também apresentado cada semana por pessoas diferentes que apresentavam projetos e ações sociais das periferias de Belo Horizonte.

Além dos colunistas que eram externos e não trabalhavam na rádio, o Casa Aberta possuía colunas diárias com os próprios funcionários da Inconfidência. Possuía o quadro do trânsito, com informações do momento sobre o trânsito em BH e o quadro do estagiário, com vagas de estágio, apresentados pela jornalista e locutora Regina Palla. E todos os dias a equipe de jornalismo da Rádio Inconfidência trazia as últimas notícias, geralmente apresentadas no início por Gustavo Abreu e a partir de 2018, por Renato Silveira.

O Casa Aberta também possuía quadros gravados pelo próprio ouvinte. O ouvinte enviava uma mensagem de áudio pelo WhatsApp do programa. No início, eram três quadros: o Sequência do Ouvinte, em que o ouvinte indicava duas músicas de cantores ou bandas diferentes para tocar na programação; o Livro Aberto, em que o ouvinte indicava um livro e o Mestre Com Carinho, em que o ouvinte prestava uma homenagem a um professor que foi importante para ele.

Em julho de 2016, por causa das férias, Elias também começou a pedir no ar que os ouvintes enviassem dicas de lugares em Minas Gerais para passear. O quadro foi chamado de “Sobre as férias” e também aconteceu em dezembro de 2016 e janeiro de 2017.

Em 2017 dois novos quadros dos ouvintes estrearam no Casa Aberta. O primeiro, o Pé na Estrada, foi um desdobramento do Sobre as Férias, mas o ouvinte poderia indicar qualquer lugar para uma viagem, e não só lugares de Minas Gerais. Estreou no dia 28 de junho de 2017. O segundo foi sugestão dos próprios ouvintes. Como o Casa Aberta acontecia em um horário em que normalmente os ouvintes preparam seus almoços em casa, era muito comum eles enviarem fotos dos pratos que estavam preparando enquanto ouviam o programa. E daí surgiu a ideia de um quadro com receitas culinárias, o Mineiraria, que estreou no dia 4 de julho de 2017, com uma receita típica mineira, a costelinha com canjiquinha, e que o ouvinte fez questão de levar no estúdio para todos degustarem.

Em maio de 2019, dois novos quadros com a participação do ouvinte são colocados no ar, o Tela Aberta, em que o ouvinte indicava um filme ou seriado e o Mundo Melhor, com depoimentos do que o ouvinte fazia para contribuir, na concepção dele, para que o mundo fosse melhor.

O Casa Aberta também possuía entrevistas diárias com variadas pautas, mas sempre buscando discutir assuntos ligados a cultura, cidadania e educação. Uma das novas práticas adotadas pelo programa, não só em relação a entrevista, mas também a todo conteúdo do programa, era colocar o áudio no site da rádio, logo no início da tarde, para que as pessoas pudessem ouvir em horários alternativos.

Outro destaque do programa era a abertura, na qual Elias Santos sempre leu trechos de lei. Por ser jornalista amigo da criança, quando o Casa Aberta começou ele sempre abria com o Estatuto da Criança e do Adolescente (ECA), mas com o passar do tempo passou a ler o Estatuto da Igualdade Racial, nos meses de novembro onde se comemora o Novembro Negro e a Lei Maria da Penha, no mês de março, mês das mulheres. Em 2019, a abertura era feita com uma lei específica em cada dia da semana. Segunda-feira era dia da Declaração Universal dos Direitos Humanos, terça-feira do Estatuto da Igualdade Racial, quarta-feira era dia da Lei Maria da Penha, quinta-feira do Estatuto da Criança e do Adolescente e sexta-feira do Estatuto dos Idosos.

Ao longo dos quatro anos, algumas outras mudanças aconteceram no programa. As colunas que geralmente aconteciam nos últimos minutos do programa passaram a acontecer mais cedo, para dar mais tempo de os ouvintes interagirem. Alguns colunistas também saíram. Por motivo de trabalho, Luiz Guilherme Gomes saiu no final de 2017 e João Paulo Cunha, por motivos de aposentadoria e mudança para o interior, no meio de 2018.

Outra mudança foi em relação à própria equipe. Brisa Marques saiu da produção do programa sete meses depois da estreia do Casa Aberta, em abril de 2017, para licença maternidade, assumindo a Velise que era concursada como produtora da Inconfidência, permanecendo no cargo até o final. Elias Santos, que era diretor artístico e locutor do Casa Aberta, foi exonerado do cargo no dia primeiro de janeiro de 2019, assumindo a apresentação o coordenador de produção Pedro Henrique Vieira, depois a Brisa Marques e, por último, a Velise, até a volta do Elias em maio de 2019. Também é importante dizer que nas férias do Elias, em janeiro e julho, sempre havia mudanças. A apresentação já ficou a cargo de José Augusto Toscano, coordenador do esporte da Inconfidência, de Duda Ramos, que era locutora de outro programa, o A Noite Vai ser Boa e da própria Velise, assumindo o cargo de produção Wladimir Penido, também produtor da Inconfidência.

Também é preciso dizer que o uso do WhatsApp durante o programa era uma constante, e os ouvintes interagiam em todos os quadros, colunas e entrevistas. Era comum, inclusive, enviarem comentários e sugestões de pauta para além do que estava se discutindo, provocando comentários por parte dos outros ouvintes.

Como o Elias sempre apostava na ideia de o rádio poder dialogar com a imagem o tempo inteiro, também sempre pedia para os ouvintes enviarem fotos das mais variadas situações, do céu do inverno, dos lugares que eles ouviam o Casa Aberta, das atividades que realizavam, além de fotos dos eventos culturais que eles iam por sugestão da rádio. Entre essas fotos enviadas, destacamos a da florescência de ipês em Belo Horizonte a partir de agosto, que sempre gerava imensa adesão por parte dos ouvintes.

Elias Santos também, desde o início do programa, se referia ao ouvinte como ouvinte escutante, porque explicava que escutar é diferente de ouvir, escutar exige mais atenção. No livro *Cultura da Conexão*, também encontramos essa observação: “Em um nível interpessoal, todos nós compreendemos a diferença fundamental entre ‘ouvir’ e escutar’. Ouvir é o ato físico de receber uma mensagem, enquanto escutar é um processo de espera, de concentração e de dar resposta a uma mensagem.” (JENKINS; FORD; GREEN, 2014, p. 222).

Jenkins, Ford e Green (2014), no entanto, falam sobre a empresa escutar seu público, o que difere do Elias que se referia ao público escutar o comunicador. Segundo os autores, as empresas devem se deslocar de uma cultura do apenas ouvir o que o público tem a dizer para uma que priorize o escutar com eficácia. Os autores enfatizam que escutar exige uma resposta ativa, que não envolve apenas coletar dados, mas também fazer algo com eles.

Tal ação pode incluir interagir como resposta sobre o que o público está falando: agradecer a eles pelo entusiasmo, oferecer apoio ou recursos adicionais, responder às preocupações e corrigir equívocos. Em outros casos, pode levar a mudanças internas: abordar as necessidades de públicos excedentes inesperados, os apelos de usuários líderes e retrôs, os padrões culturais entre as comunidades que a empresa mais deseja alcançar, ou pontos de discórdia e mal-entendidos que podem ser abordados por meio de alteração na comunicação ou na prática de negócio. (JENKINS; FORD; GREEN, 2014, p. 224)

Os autores acreditam que é preciso que as empresas evitem ver os usuários como um conjunto de dados, ao invés de considerá-los seres culturais complexos. Ainda segundo eles, é preciso reconhecê-los como públicos que têm a capacidade de reformular as empresas com as quais interagem com suas discussões coletivas e deliberações.

Outro autor que faz a diferenciação entre ouvir e escutar é Marcelo Kischinhevsky em seu livro Rádio e Mídias Sociais – Mediações e interações radiofônicas em plataformas digitais de Comunicação. Segundo o autor, partindo-se de uma compreensão mais ampla dos processos comunicacionais, o rádio pode ser pensado como um lugar de fala, de discursos em construção e narrativas muitas vezes conflitantes. Segundo Kischinhevsky:

Em maior ou menor grau, somos todos hoje produtores de sentido, que não nos limitamos à recepção. Não apenas ouvimos, mas, sobretudo, escutamos o rádio em suas múltiplas plataformas e estabelecemos, cada vez mais, um rico falar sobre os conteúdos radiofônicos, amplificado e reverberado pelas mídias sociais. (KISCHINHEVSKY, 2016, p. 104)

No Casa Aberta, Elias Santos, ao explicar o termo ouvinte escutante no ar, sempre falava que as práticas de escuta eram cruciais desde que o modelo de radiodifusão foi quebrado. No novo ambiente de mídia mais participativo, o relacionamento do locutor com o ouvinte não apenas melhorava a compreensão do que estava sendo dito, mas permitia uma nova relação entre a empresa e o público, como a cocriação e a produsage mediada pelas redes sociais.

Mas logo ainda nos primeiros meses do Casa Aberta, ao ler uma das intervenções dos ouvintes, a produtora Brisa leu “excitante” ao invés de “escutante”. Na verdade, o corretor ortográfico do WhatsApp costuma fazer isso automaticamente. A partir desse dia, outros ouvintes passaram a se auto denominar como ouvintes escutantes e excitantes do Casa Aberta.

Também é importante dizer que, ainda no conceito de uma casa aberta, o programa incentivou em vários momentos a ida de ouvintes para conhecer os estúdios, algo inédito e que inclusive gerava rejeição interna por parte de outros componentes da rádio. O fato é que muitas dessas pessoas, mesmo já sendo ouvinte da Brasileiríssima de anos, nunca haviam ido a uma rádio.

E foi numa dessas visitas pré-organizadas pela produção do programa que os ouvintes mais ativos ficaram se conhecendo pessoalmente, gerando o primeiro grupo de amizade entre os ouvintes do Casa Aberta. O primeiro encontro entre ouvintes aconteceu com nove pessoas, em agosto de 2016 e a ideia era inseri-los num vídeo institucional do primeiro aniversário do programa, que seria em setembro. Os ouvintes mais ativos do WhatsApp foram convidados pela produtora do programa para irem conhecer os estúdios, e, nesse dia, eles foram todos colocados no ar, com as suas impressões sobre o Casa Aberta.

No aniversário do programa, no dia 14 de setembro de 2016, foi feito um convite aberto no ar e pelo Facebook do programa para os ouvintes participarem de um programa externo, onde haveria atrações musicais e eles teriam a oportunidade de conhecer todos os colunistas do programa. Também foi proposto um piquenique coletivo, no qual cada ouvinte ficaria responsável por levar seus comes e bebes. Nesse evento, todos que estavam em agosto compareceram novamente, e logo se tornaram próximos e também se aproximaram de outros ouvintes que não estavam em agosto, mas eram bem participativos. Interessante observar que os ouvintes, ao serem apresentados, pareciam que já se conheciam, por reconhecerem as vozes nos quadros do programa e a personalidade através dos comentários.

Os ouvintes estreitaram o relacionamento entre eles ao se adicionaram nas redes sociais. Em outubro de 2016, menos de um mês depois do aniversário, eles já realizaram um primeiro ato conjunto, de reivindicação. A Rádio Inconfidência fez três programas externos no CCBB, na ocasião dos Circuitos das Letras. E tanto no Programa Casa Aberta como no A Noite Vai ser Boa, reivindicaram ao Elias a permanência da produtora.

Em dezembro de 2016, quatro meses depois do encontro no estúdio da rádio, eles organizaram a primeira festa, o aniversário do Elias. É interessante notar que vários detalhes desse engajamento estavam presentes nessa festa. Eles fizeram o pai do Elias com um cacho de banana ao lado, porque uma vez Elias contou no ar que, como o pai era fotógrafo lambe lambe do Parque Municipal, ele levava um cacho de banana para se alimentar durante o dia. Um

ouvinte artista plástico também fez uma escultura com Elias andando de bicicleta, já que ele também havia falado no ar que não sabia andar.

Em fevereiro de 2017, foi a vez deles se unirem novamente para organizarem o aniversário da Velise. Em junho do mesmo ano, com a mudança de sede da rádio, foram organizadas duas excursões em dias diferentes para eles conhecerem a sede nova, sempre com direito a festa, doces, bolos e salgados.

No dia 14 de setembro de 2017 o Casa Aberta novamente realizou um programa externo, no Casa Idea de Cultura, para comemorar os dois anos do programa. Nesse dia algo significativo aconteceu, eles criaram o primeiro grupo de WhatsApp de ouvintes com essa turma que ficou unida desde o primeiro ano. O grupo de WhatsApp foi criado pela ouvinte Carol Vitória com o nome “Ouvintes Escutantes” e a logomarca do Casa Aberta.

A partir daí, os ouvintes passaram a fazer várias festas juntos, independente da rádio, além de combinarem de sair, ir a shows de artistas mineiros e até viajaram juntos.

Em 2018, também por meio das redes sociais dos ouvintes mais ativos do Facebook do Casa Aberta, eles foram se adicionando primeiramente por lá e logo depois surgiu a necessidade de um outro grupo do WhatsApp. Na verdade, havia ouvintes desse primeiro grupo que eram contra que o grupo perdesse a característica e não queria aceitar novos ouvintes. Então, uma ouvinte que é considerada uma das líderes dos ouvintes do Casa Aberta, Diana Mourão, resolveu fazer um novo grupo, que logo se tornou muito maior. Diana era muito participativa no programa e aconteceu naturalmente dos ouvintes procurem por ela nas redes sociais e ela fazer o convite.

Em 21 de junho de 2018, surge outro grupo de WhatsApp somente de ouvintes, o “Escutantes e Excitantes”, chamados por eles de ‘grupão’ por ter mais participantes que o primeiro e com a descrição “cidadania, arte, música e muita conversa boa”. Este grupo não tem uma foto fixa, Diana, que é a administradora do grupo, vai mudando conforme o evento, o encontro que eles marcam ou o artista que querem ajudar. Enquanto o grupo pequeno tem hoje uns dez ouvintes, o maior tem mais de 50.

Durante os quatro anos do Casa Aberta, foram compartilhadas no ar várias ações desses grupos de WhatsApp. Além de saídas, reuniões sociais, viagens, também surgiram várias parcerias profissionais entre eles. Ações sociais também foram realizadas, com destaque ao



Natal do Morro do Papagaio em que o grupo arrecadou uma grande quantidade de brinquedos depois de ouvir a iniciativa no quadro Periferias em Rede, durante o programa.

Também é importante dizer que esse grupo é muito ativo, e foram vários os ouvintes que já saíram porque não conseguiam acompanhar o ritmo das conversas. Diana Mourão então criou a lista de transmissão, que são ouvintes que não mais participam do grupo de WhatsApp, mas querem ser informados dos eventos principais.

No dia 16 de setembro de 2018, Carolina Vitória e Diana Mourão também criam um grupo privado no Facebook e que hoje tem quase 396 pessoas, o “Ouvintes Escutantes e Excitantes da Rádio Inconfidência”. Na descrição: Grupo dos admiradores e seguidores assíduos apaixonados pela Rádio Inconfidência, que tem o objetivo de compartilhar experiências, emoções, eventos, cultura, arte, cidadania e todos os outros focos que esta rádio maravilhosa nos proporciona.

Alguns desses encontros dos ouvintes do Casa Aberta a partir do meio do ano de 2018 foram registrados com fotos que eles enviavam e estão postados no Facebook do programa. São eles: show de Cid Ornellas, show da Bia Nogueira no Sesc Palladium e Festejo do Tambor Mineiro (agosto de 2018); 3 Anos do Casa Aberta numa festa a noite organizada pelos ouvintes no Espaço Mandala, show do violeiro Wilson Dias, show da Banda Dolores 602 no Palácio das Artes, Show do Leo Richard e Maira Baldaia no FIT (setembro de 2018); Show da Livia Itaboray em homenagem a Ivan Lins, , Show do Faca Amolada cantando Alceu Valença, Show da Maira Manga com tributo a Sérgio Santos, lançamento do DVD Mais de Maíra Baldaia (outubro de 2018); Encontro dos ouvintes num bar (novembro de 2018); Festa de Confraternização de Fim de Ano dos ouvintes na Casa da ouvinte Madalena, Show do Affonsinho no Colaborhasom, show de Marcos Catarina no Brasil Vallourec aniversário do Elias, Samba de Noel 10 anos (dezembro de 2018); show do Rossini (janeiro de 2019); Bloco Circuladô, show Maira Baldaia e Guilherme Ventura e aniversário da Rosi Rodrigues (fevereiro de 2019); Manifestação Dia das Mulheres e do Ato Unificado na Praça 7, Bloco dos 100 Bloco em homenagem a Diana Mourão, Reunião Especial na Câmara Municipal pelos 40 anos da Brasileiríssima (março de 2019), show da Manu Dias, Sessão do Colaborhasom na Autêntica e aniversário da ouvinte Camila de Ávila, festa surpresa do aniversário da ouvinte Maria da Glória (abril de 2019), Projeto Caixa Acústica com Affonsinho, Bárbara Barcellos, Guilherme Ventura e Maira Baldaia (maio de 2019), Piquenique em defesa da vargem das flores em

Contagem, Festa de 4 Anos do Casa Aberta no Metrô Tereza (setembro de 2019), Show do Cliver Honorato no Minas Tênis (outubro de 2019).

Podemos perceber que a maioria dos encontros eram shows de artistas mineiros, demonstrando que a perspectiva de trazer para o Casa Aberta a nova cena mineira ao invés de artistas consagrados, deu certo. Também é importante dizer sobre as festas de aniversário promovidas pelos ouvintes para o Casa Aberta. No terceiro ano, mesmo o programa fazendo um programa especial, nas escadarias da Inconfidência, com atração musical, os ouvintes se organizaram e deram uma festa em um buffet, com atrações musicais também, para mais de 200 pessoas. É claro que a equipe toda do programa, incluindo os colunistas, esteve presente. Em 2019, o programa não teve uma comemoração na rádio, somente a dos ouvintes e dessa vez aconteceu no Metrô Tereza, um bar tradicional de show, com várias atrações musicais, para mais de 400 pessoas.

Em 2019 também, com a exoneração do Elias do cargo de presidente da EMC, esses grupos de ouvintes, do WhatsApp e do Facebook se unem em torno de um ato político. Eles criam uma petição online logo na primeira semana de janeiro de 2019 endereçada ao vice-governador Paulo Brant pedindo a manutenção da linha editorial da Inconfidência e a permanência do Programa Casa Aberta no ar. A petição teve êxito e foi assinada por 17 412 pessoas. São os termos dessa petição:

Belo Horizonte, janeiro de 2019

Prezado senhor Paulo Brant, Vice-Governador e Secretário de Estado de Cultura de Minas Gerais.

Nós ouvintes e espectadores da Empresa Mineira de Comunicação, EMC, apresentamos nossa preocupação com as exonerações realizadas na Rede Minas e Rádio Inconfidência AM e FM. Acreditamos que as grades de programação das referidas emissoras estão em um nível alto de excelência, cuidado e qualidade para atender ao público mineiro que vem sendo mostrado em sua variedade, amplitude, complexidade e jeitinho mineiro.

Percebemos que nos últimos anos, desde a entrada de Flávio Henrique Alves à frente da direção da EMC, a programação ganhou novo fôlego no que tange mostrar Minas e não ser apenas uma repetidora da TV Cultura e de rádio pública nacional. A grade não deixou de manter em seu cerne a condição de apresentar a brasilidade, mas deu destaque para a arte feita em Minas Gerais.

A mudança na grade da Rádio Inconfidência promovida por Flávio Henrique Alves e mantida por seu sucessor Elias Santos, após seu falecimento em janeiro de 2018, abriu os horizontes dos ouvintes. Antes, a Inconfidência FM, chamada de Brasileiríssima, por só tocar música brasileira do gênero chamado de MPB clássico, se abriu para a

diversidade da arte nacional. Como disse Chico Buarque em entrevista para o jornal El País, em maio de 2015. “A música brasileira não exclui, assimila”. Sendo assim, a emissora abriu seus ouvidos para a música em língua portuguesa, mostrando “os vários sons da língua portuguesa” em diferentes gêneros, batidas e ritmos. Sem exclusão e preconceito, a rádio Inconfidência é hoje uma emissora diversa no que tange abraçar todas as tribos e formatos da cultura brasileira.

Pode-se afirmar que o programa que melhor representa esta abertura para a diversidade cultural mineira e nacional é o “Casa Aberta”, encabeçado por Elias Santos, atual presidente da EMC, e pela produtora Velise Maciel. O “Casa”, como é carinhosamente chamado pelos ouvintes, cumpre o papel dos programas radiofônicos em seu cerne: cidadania, prestação de serviço, cultura, entretenimento, diversidade e interação com os ouvintes. Estão nesse programa importantes colunas criadas para movimentar a cidade em âmbito político, social e cultural. O jornalista Paulo Proença apresenta o quadro “Todas as cores”, que de forma clara e educativa informa sobre questões de gênero. O grupo “Pé de Sonho” tem o seu espaço no Casa divertindo e entretendo as crianças. O “Periferias em Rede” tem como objetivo dar visibilidade às comunidades da capital mostrando seu trabalho cultural e resgate da autoestima da população desses espaços urbanos. O “Momentos Musicias”, em que a jornalista e pesquisadora Camila de Ávila apresenta em descontraída conversa, histórias e curiosidades de canções da música brasileira. As artes visuais têm seu espaço na coluna do professor e crítico de arte Gedeon Messias no quadro “Arte ao Cubo”. Os ouvintes têm sua participação por meio dos quadros “Sequência do ouvinte”, “Ao mestre com carinho”, “Livro aberto”, “Mineiraria” e “Pé na estrada”. Não faltam no programa entrevistas, sorteios de ingressos para atrações culturais, programação cultural da capital, divulgação de vagas de estágio, notícias municipais, estaduais e nacionais, atualização do trânsito, dicas de cinema e música brasileira.

A inovação na programação noturna da rádio veio com o “A noite vai ser boa”, apresentada pela jornalista Flávia Moreira. Trata-se de uma revista eletrônica em que são realizadas entrevistas, flashes ao vivo em shows, peças teatrais e vernissages na cidade, além da coluna do ator, cantor e compositor Marcelo Veronez. Em “Evoé Baco”, o artista analisa e divulga peças teatrais e artistas da cena mineira e nacional.

Não se pode deixar de falar do programa ‘Esquinas de Minas’, apresentado pelo produtor Pedro Henrique e com a programação de Paulo Proença. Tal atração tem como objetivo mostrar a produção musical dos artistas locais. O Esquinas de Minas, uma clara referência ao “Clube da Esquina”, movimento musical estritamente mineiro da década de 1970, em que a música produzida e pensada em Minas foi para o mundo, mostra para o ouvinte que a canção com sotaque mineiro é um tesouro a ser preservado e difundido.

Seguindo a linha editorial que entende que a Rádio Inconfidência FM deve mostrar a cultura musical em seus distintos gêneros, informando e tocando as canções, foram criados diversos programas. Tais atrações são apresentados por especialista e artistas mineiros que possuem reconhecimento no gênero que defendem: “Esse tal de rock and roll”, com Márcio Roney; “Forró Brasil”, com Flávio Henrique Silveira; “Recitais brasileiros”, com Paulo Sérgio Malheiros, “Blá Blá Blá do Fainblat”, com Lucas Fainblat, “O choro é livre”, com Warley Henrique, “Papo de samba”, com Aline Calixto, “A hora do improvisado”, com Thiago Delegado, “Rimas e recortes”, com Roger Deff e Matéria Prima; “O canto da viola”, com Chico Lobo; e “Sacode a poeira”, com Tomás Amaral.

Tem ainda o “Ponto de Vista”, uma importante atração da grade da Rádio Inconfidência AM e FM. Nesse programa, as notícias estaduais, nacionais e

internacionais são debatidas por nomes relevantes da academia e do jornalismo mineiro. Sem juízo de valor, seus participantes analisam e completam as informações das notícias debatidas ampliando o entendimento do ouvinte.

Com o objetivo de informar e entreter de forma rápida, são diluídas pílulas no decorrer da programação da Rádio Inconfidência FM. Para as crianças, o “Disco de Pelúcia” mostra a produção musical infantil. A atração é apresentada pela pequena Ana Laura Salles, sob a supervisão da diretora artística da Rádio Inconfidência Brisa Marques. A agenda “Plugue”, divulga as atrações culturais da cidade com pequenas entrevistas. Flávio Henrique Silveira apresenta o “Sobre músicas e livros”, que antecipa as novidades do mercado musical e editorial mineiro e nacional. Brisa Marques apresenta o “Lusofonia”, que mostra as muitas vozes da música em língua portuguesa, com canções nacionais e internacionais; e “Outras palavras”, com escritor Lucas Guimaraens.

Tradicional na Rádio Inconfidência FM, “Almanaque Brasil” e “Sambossa”, com Waleska Falci; “Estúdio 100,9”, com Márcio Roney; “O samba bate outra vez” e “Tom instrumental”, com Everton Gontijo; “Trem caipira”, com Múcio Bolivar; e com mais de 30 anos no ar, o “Bazar Maravilha” de Tutti Maravilha é um sucesso. Não há artista que não sonha em ser entrevistado no programa do Tutti pela relevância do apresentador e importância do programa para a cultura da capital.

A Rádio Inconfidência AM tem como objetivo ser uma rádio de prestação de serviço. Além disso, a emissora mantém programas de entretenimento, informativos e esportivos de qualidade e com personagens marcantes. É da Rádio Inconfidência AM o programa mais antigo do rádio brasileira “A hora do fazendeiro”, com mais de 80 anos no ar.

Na Rede Minas, pode-se destacar o seu diferenciado núcleo de música. Poucas emissoras de televisão no País possuem um grupo de profissionais que tem profundo entendimento sobre a arte musical como é o caso da Rede Minas. Os jornalistas, produtores, câmeras da emissora que se dedicam à música possuem olhar sensível e apurado para a arte musical. Além de promover a música feita em Minas, bem como seus artistas e profissionais, eles buscam também levar para a grade da emissora shows, recitais, concertos que elevam a condição crítica do seu espectador. Nesse caso, pode-se afirmar que a Rede Minas, por meio de seu núcleo de música, oferece para a população de Minas o acesso amplo a eventos musicais de todos os gêneros. A Rede Minas leva de fato e sem discriminação a Cultura para todos.

Não podemos deixar de mencionar o programa Voz Ativa. Esta empreitada, defendida por Flávio Henrique Alves, à época de sua estreia presidente da EMC, é a única atração televisiva que tem a permissão do compositor e cantor Chico Buarque para usar sua icônica canção, Roda Viva (composta em 1967), como tema de abertura. Voz Ativa conta com a parceria da filial brasileira do jornal espanhol El País, fundado em 1976, no período de transição da ditadura para democracia, após o fim do Franquismo. O programa defende de forma veemente a democracia e, para tal, trouxe durante o ano de 2018, entrevistas com atores políticos e culturais que trouxeram para o público amplas formas de pensamento mostrando a diversidade da sociedade brasileira, suas necessidades e qualidades. Filósofos, historiadores, economistas, juristas, poetas, músicos, bailarinos, estilistas, sociólogos, antropólogos e políticos como Djamila Ribeiro, Márcia Tiburi, José Celso Martinez Corrêa, André Midani, Elisa Lucinda, Rodrigo Pederneiras, Ruy Braga, Jacqueline Muniz, Jessé Souza, Marina Silva, Manuela D’Ávila, Paulo Nogueira Batista e Silvio Tendler, entre outros debateram ideias no referido programa encabeçado pelo jornalista Florestan Fernandes Júnior.

Ressaltando que o Voz Ativa é repetido na Rádio Inconfidência AM e FM e transmitido via internet por meio da rede social Facebook.

Tradicional programas da grade como “Agenda”, que é uma verdadeira agenda cultural do estado, “Brasil das Gerais”, que apresenta entrevistas sobre temas diversos de forma leve, divertida, com conteúdo e sotaque mineiro, além do jornalismo.

Tudo isso faz da EMC, composta pela Rádio Inconfidência AM e FM e Rede Minas, o espelho do mineiro. Sendo assim, reforçamos a importância de manter presente na emissora a programação que foi tão bem desenhada e construída. É importante que as exonerações sejam revistas. Sabemos que há na máquina pública inchaço de cargos que muitas vezes não são bem executados e ocupados por profissionais não capacitados para a área. Porém, não é o caso da Rádio Inconfidência AM e FM e da Rede Minas. O trabalho no setor cultural, que é o caso das referidas emissoras, exige profissionais capacitados e sensíveis ao entendimento dos processos administrativos e culturais. A arte e a comunicação, que são os negócios da EMC, necessitam de pessoas que além de entender, sejam apaixonados pelo ofício.

Agradecemos a atenção e contamos com a sua sensibilidade na análise do exposto. Ouvintes e espectadores da EMC.

Postado: 8 janeiro 2019 (Atualizado: 20 março 2019)

Antes mesmo do final de janeiro, aconteceu uma grande confusão envolvendo essa petição. Assim como os ouvintes se utilizaram da internet para disparar o link da carta através dos grupos e WhatsApp, também experimentaram o perigo das mensagens encaminhadas, com a distorção do conteúdo no texto principal de envio de mensagens encaminhadas do WhatsApp. A mensagem que circulou e teve grande alcance, apesar de conter o mesmo link com o mesmo texto, tinha em seu conteúdo a seguinte informação:

Amigos, bom dia! Já é sabido por muitos que a Rádio Inconfidência e a Rede Minas sairão do ar. Segunda-feira participei da reunião com os artistas e membros da Rádio Inconfidência e Rede Minas para elaboração da carta a ser enviada para o vice governador. Esta carta foi elaborada pelos ouvintes e espectadores no intuito de tentar reverter a situação dessa grande perda.

Elaboramos a carta e agora precisamos urgentemente divulgar a petição para que possamos reunir o máximo possível de assinaturas. É somente hoje. Segue o link.

Obrigada.

Wanessa Armond.

[https://secure.avaaz.org/po/community\\_petitions/Vice\\_Governador\\_Paulo\\_Brant\\_CARTA\\_ABERTA\\_DOS\\_OUVINTES\\_E\\_ESPECTADORES\\_DA EMC/?zhFJmnb](https://secure.avaaz.org/po/community_petitions/Vice_Governador_Paulo_Brant_CARTA_ABERTA_DOS_OUVINTES_E_ESPECTADORES_DA EMC/?zhFJmnb)

Para quem não sabe a Rádio Inconfidência faria 40 anos no mês que vem, está praticamente abandonada, com os programas quase que à base de playlist. A nossa Gigante do Ar, que toca exclusivamente músicas brasileiras, é parte de nosso patrimônio, assim como a rede Minas. Por favor, assinem e divulguem.

Esse mal-entendido gerou na época uma grande confusão. Uma verdadeira enxurrada de mensagens e telefonemas de ouvintes é dirigida à rádio perguntando se era verdade o fechamento. Funcionários da Rádio Inconfidência passaram a usar suas redes sociais para falar que a rádio estava sendo alvo de fakenews, que ninguém tinha sido mandado embora, já que realmente o desligamento de cargos comissionados é sempre comum em toda mudança de governo. Muitos funcionários começaram a creditar a carta ao próprio Elias, o acusando do ocorrido e quando o governo, em 04 de abril de 2019 oficialmente anuncia o fechamento da rádio, são várias as pessoas que atribuem essa medida a essa carta ou ‘fakenews’ e, conseqüentemente, ao Elias.

Tanto que quando surge o movimento “Fica Inconfidência” dos funcionários da rádio, esses mesmos ouvintes não apoiam o movimento, mesmo sendo apaixonados pela rádio, porque as lideranças ficaram muito bravas com o posicionamento dos funcionários na época do ocorrido. É importante dizer que enquanto a petição dos ouvintes teve 17.412 pessoas a petição do movimento “Fica Inconfidência” teve 5.271, mesmo sendo liderada por jornalistas, mostrando a importância de a empresa também ouvir seu público e não querer que o público aceite suas diretrizes.

Também precisamos dizer que os ouvintes, por conta própria, em janeiro de 2019 tentaram desmentir o texto da ouvinte Wanessa Armond, mas, como quase todo caso de fakenews, a informação com a verdade não teve o mesmo alcance:

Obrigada pelo apoio à carta aberta dos Ouvintes da Rádio, porém, gostaria de solicitar a correção do texto que faz a chamada compartilhado por essa Wanessa Armond, pois o texto dela contém várias informações falsas que pode atrapalhar a legítima intenção da carta.

Primeiro ponto, se lerem o conteúdo da carta vão verificar que estamos solicitando a continuidade da atual grade de programação da Rádio e a renomeação do Elias Santos como presidente da EMC. Não houve exoneração em massa na rádio Inconfidência e tampouco a Rádio vai sair do ar. Isso é mentira. Algumas exonerações aconteceram apenas na Rede Minas de Televisão e essa questão foi pautada na carta, porém em momento algum foi afirmado por nós que tanto a Rádio Inconfidência quanto a Rede Minas sairão do ar.

Toda troca de governo é comum nas empresas públicas que ocorra a troca dos cargos comissionados, porém a nossa preocupação não é encerramento da atividade das emissoras, pois sabemos que isso não é uma questão, mas sim o sucateamento das grades de programação como ocorreu em administrações anteriores. Por isso mais uma vez gostaria de repetir que não houve demissão em massa na Rádio Inconfidência, e sim na Rede Minas, nesta situação pautamos as exonerações e estamos solicitando a revisão das mesmas.

Segundo ponto, quando é dito que o Elias Santos não veiculou propaganda do candidato Jair Bolsonaro durante as eleições, isso também é mentira. Nenhum veículo

de comunicação tem o poder de censurar propaganda eleitoral por qualquer candidato, pois essa obrigação está regida pela Lei Eleitoral, deste modo o tempo de veiculação de cada partido é regulamento pelo TSE.

Outro ponto que não é verdadeiro é quando diz que a Rádio está sendo tocada apenas por playlist.

Para que o nosso movimento tenha força é preciso que seja regido com a verdade, por isso precisamos esclarecer e solicitar a correção das informações que não são verdadeiras. No conteúdo da carta explicamos detalhadamente, porém estamos à disposição para maiores esclarecimentos.

A petição foi entregue na homenagem dos 40 anos da Brasileiríssima na Câmara Municipal, no dia 25 de março de 2019. O vice-governador não estava presente, mas foi entregue ao novo presidente da EMC pela própria ouvinte Diana Mourão, que discursou no evento. No dia primeiro de maio de 2019, Elias Santos retorna à apresentação do programa ficando no ar até o dia primeiro de novembro.

### **3.3.1 Problemas e dificuldades do Programa Casa Aberta**

Ao analisar o programa, também é necessário admitir algumas dificuldades e falhas. A primeira delas é em relação à parte técnica.

Fazer uma rádio com imagens, fazer uma rádio expandida demanda tecnologia. Quando assumi a produção do programa, em maio de 2016, a Inconfidência possuía um único celular para o estúdio do FM, ainda é assim, mas era um celular bem ultrapassado, com uma câmera ruim que tirava fotos de baixíssima qualidade. Muitas vezes tive que usar o meu próprio celular para os registros no Instagram, enquanto o Paulo Proença também se utilizou do aparelho dele para as primeiras *lives*. Foi necessário todo um processo e muito diálogo para a compra de um novo celular. Deu certo, o diretor administrativo acabou comprando um galaxy em 2017, que é o que a rádio possui até hoje. No entanto, mesmo o celular sendo da rádio, de todos do estúdio do FM, por muitos anos ficou sob a minha responsabilidade juridicamente no patrimônio da rádio e eu não tinha o menor controle sobre ele.

Com o celular novo e como o Elias realmente conseguiu fazer com que outros programas também passassem a ser mais transmídia, outros programas passaram a utilizar o mesmo celular. Era realmente impossível para mim que administrava o programa no ar, os convidados, as mensagens, conseguir baixar os áudios durante o programa. E não foi criada uma norma interna de uso. O que acontecia na prática era que muitos outros locutores viam mensagens de ouvintes e não respondiam, apagavam mensagem sem respondê-las e apagavam os áudios.

É importante dizer que o ouvinte não tem a consciência de que aquele número era corporativo. Eles realmente achavam que conseguiriam falar com a produção do programa em qualquer horário e, por muitas vezes, mandavam tanto mensagens como áudios fora do horário do programa.

A parte de baixar os áudios também era complexa, já que a produção baixava, mas outra pessoa recortava, editava e depois colocava na pasta para ir ao ar, o que gerou sempre muita perda de material. Mas é importante falar que nos quatro anos de Casa Aberta sempre houve material de sobra para ir ao ar, os ouvintes amavam gravar os quadros e podemos considerar que foram dois quadros inéditos todos os dias ao longo desses quatro anos.

Ainda sobre os áudios, muitos ouvintes não tinham capacidade técnica de gravar um áudio com qualidade para ir ao ar e, outros, se equivocavam no conteúdo, às vezes pedindo músicas totalmente fora do perfil da Brasileiríssima. Outras vezes, pediam músicas que não estavam no playlist da rádio. O operador apagava esse áudio sem editar e não me avisava para justificar ao ouvinte.

Outro problema enfrentado era a internet da rádio. O wifi sempre foi muito ruim e era comum as *lives* travarem. A *live* com as câmeras na sede nova era feita da central da rádio e não do estúdio, o que tornava impossível para eu administrar o WhatsApp, comentários e a *live* ao mesmo tempo. Para gravar a *live* com as câmeras eu sempre precisava de outra pessoa. Sem contar que a central é extremamente complexa e existe um tutorial para que a *live* fosse ao ar. Revendo os vídeos para esse mestrado pude constatar que várias delas são comprometidas pelo fato do som do AM ter vazado na entrevista do FM.

Outro ponto é em relação às diretrizes da rádio. O Casa Aberta sempre adotou a postura democrática de transparência em relação ao ouvinte, mas todas as vezes que envolveu uma polêmica em relação ao programa a postura da diretoria era que deixasse o ouvinte sem resposta.

Também penso que ao adotar o WhatsApp para a participação do ouvinte em nenhum momento ficou claro que este canal seria exclusivamente para os comentários do programa e durante o programa. Hoje, o WhatsApp se tornou a ferramenta de comunicação mais procurada. Mesmo possuindo um site, um Fale Conosco, os e-mails institucionais, os telefones, os ouvintes sempre recorrem ao WhatsApp para as mais variadas questões, dúvidas técnicas, perguntas sobre show, entrevistas, endereço da rádio, dúvidas sobre o prêmio que ganharam em caso de sorteio. Não havia um funcionário destacado para responder ao WhatsApp e chegaram a cogitar



um estagiário menor aprendiz, que não tem nenhum conhecimento do processo da rádio. Em épocas de crise institucional, aí a diretoria vigiava o WhatsApp, mas sempre pra sugerir que não fossem respondidas as questões ou que se criasse uma resposta padrão, quase automatizada do tipo robô, em plena empresa de comunicação.

Também é necessário dizer que a equipe de produção da rádio é extremamente reduzida, são quatro pessoas para cuidar dos programas de todo AM e todo FM. É muito raro um produtor ficar encarregado de um único programa, sem contar que é o setor que mais recebe ligações do público, já que se criou um hábito na rádio por parte dos outros funcionários de sempre passar os telefonemas para a equipe de produção.

Também é importante dizer que nosso concurso é de 2004, ano do surgimento do Orkut e que em nenhum momento foi oferecido um curso de redes sociais ou atualizações para a equipe.

## **4 O COMPORTAMENTO DO OUVINTE NO RÁDIO EXPANDIDO**

### **4.1.1 O perfil do ouvinte de rádio e do ouvinte do programa casa aberta segundo o Kantar Ibope Media**

Para analisar o perfil do ouvinte do rádio no Brasil e do Programa Casa Aberta utilizamos, em um primeiro momento, os dados do Kantar IBOPE Media, a principal instituição de pesquisa sobre a audiência em rádio do país. O acesso a esses dados foi possível pelo fato da pesquisadora trabalhar em uma rádio e ter a anuência do presidente da instituição. Foi a primeira vez que o Kantar IBOPE Media permitiu o acesso aos dados de um programa, mas, para isso, foi assinado um termo entre a pesquisadora, o presidente da Empresa Mineira de Comunicação e o Kantar IBOPE Media.<sup>35</sup>

Aqui, apontaremos de maneira geral alguns desses levantamentos, principalmente aspectos importantes para o rádio expandido, como o aumento da audiência em dispositivos diversos, além do tradicional aparelho de rádio e o uso da internet por parte dos ouvintes.

Segundo os dados analisados a partir do Kantar IBOPE Media, podemos perceber que o rádio faz parte do lazer do cotidiano de pelo menos 83% dos brasileiros das 13 regiões analisadas. Na Grande Belo Horizonte, este índice chega a 92% da população e o tempo médio de consumo diário é de 4h 26 minutos. Existe uma pequena superioridade na audiência do público feminino de maneira geral. A maioria dos ouvintes de rádio está na faixa etária de 30 a 39 anos e pertencem, de acordo com o Critério Brasil, à classe social B. Outro dado do Kantar IBOPE Media é que vem aumentando nos últimos anos o consumo do rádio fora do ambiente doméstico e, em 2019, 46% dos ouvintes já escutavam em outros ambientes, principalmente no trabalho e no trânsito.

Este perfil, no entanto, muda quando se trata do rádio expandido, aquele que faz uso da internet para a geração de conteúdo, objeto do nosso estudo. A maioria dos ouvintes que consome o meio rádio pela internet é mais novo e possui a idade entre 20 e 39 anos. Também percebemos que o público é predominantemente masculino e pertencente à classe social AB. A pesquisa também identifica um aumento de 15% em 2016 para 20% em 2019 de ouvintes que escutavam a rádio pelo celular.

---

<sup>35</sup> O contrato e o detalhamento dos dados estão integralmente no Apêndice desta Dissertação e podem ser consultados entre as páginas 240 à 388.

Esses dados do Kantar IBOPE Media confirmam as teorias de que o processo comunicacional é fruto de processos econômicos e sociais e depende também do acesso e habilidade em relação ao uso da tecnologia.

Quanto aos dados do Quanto aos dados do Kantar IBOPE Media sobre o Programa Casa Aberta, por se tratar de uma base de dados de um universo menor, não há informações de parâmetros importantes. De 2015 a 2019, por exemplo, não foi computado nos gráficos um único ouvinte que escutava o programa por meio do computador, e, no dia a dia da produção, sabemos que esse tipo de ouvinte é bastante comum.

Mas a pesquisa do Mas a pesquisa do Kantar IBOPE Media mostra que a grande maioria dos ouvintes do Casa Aberta respondeu ter acesso à internet. Em 2015, mais da metade dos ouvintes já possuíam acesso, em 2016 e 2017 esse número subiu para pelo menos 70% e, em 2018 e 2019, 80% dos ouvintes afirmavam ter acesso à internet.

Ainda sobre o perfil dos ouvintes do Programa Casa Aberta, segundo os dados do IBOPE, nos quatro anos do programa, o público era predominantemente feminino, pertencente à classe social B, morador da Zona Norte de Belo Horizonte e possuía do Fundamental Completo ao Curso Superior Incompleto. Durante os meses de férias nos quatro anos do programa algumas mudanças são percebidas. É comum um aumento significativo do público masculino e a superioridade dos ouvintes que possuíam o superior completo. Ainda de acordo com o Kantar IBOPE Media, o Programa Casa Aberta era majoritariamente consumido no ambiente doméstico, em casa. A grande maioria do público informou ser ocupada, mais de 70%, sendo que esse índice caiu nos últimos anos do programa, e variaram de 48 % a 68 % em 2019, os piores valores nos quatro anos de programa.

Um dado surpreendente da pesquisa é em relação à idade do ouvinte do Programa Casa Aberta. Enquanto nos dados nacionais do IBOPE, de 2015 a 2019, a faixa etária de ouvintes que possuíam mais de 60 anos e consumia rádio variou de 15 a 19%, em relação ao Programa Casa Aberta a grande maioria do público ouvinte era desta faixa. No dia a dia da produção isso não é perceptível, quem interagem com a rádio e participa do programa por meio do WhatsApp e redes sociais é um público bem mais novo, ainda que não haja nenhuma pesquisa sobre isso. Infelizmente, no caso do programa, o IBOPE não faz uma diferenciação entre ouvintes gerais e de *web*. Segundo a pesquisa do Kantar IBOPE Media em 2015, o público +60 variou de 30 a 39%; em 2016 de 34 a 45%; em 2017, de 19 a 42%; em 2018, de 17 a 44%; e em 2019, de 21 a 42%.

Apesar do predomínio do público mais velho, +60, ao longo dos quatro anos, é interessante notar que houve um crescimento no percentual de ouvintes na faixa entre 25 e 39 anos de 2015 a 2019. No entanto, teríamos que ter mais dados, principalmente em relação aos dados gerais da Rádio Inconfidência, para afirmar que este crescimento do público com faixa etária menor no Programa Casa Aberta foi devido a proposta de se fazer um rádio expandido no horário do programa. Ou então se acompanhou uma tendência nacional registrada pelo IBOPE do crescimento de um público mais jovem como consumidor de rádio.

## 4.2 A ANÁLISE DAS REDES SOCIAIS DO PROGRAMA CASA ABERTA

### 4.2.1 Uma rádio com imagens

Quando o Programa Casa Aberta foi desenvolvido, no segundo semestre de 2015, o apresentador Elias Santos já imaginava levar para o ar um programa de rádio expandindo, que dialogasse com as redes sociais e os ouvintes.

Por isso, acreditamos na importância de analisar também as redes sociais que expandiam os temas do Casa Aberta, tanto as redes da Rádio Inconfidência como as do próprio programa. É importante dizer que, mesmo como produtora, nunca tive acesso a informações das redes sociais da Inconfidência, somente do Programa Casa Aberta, por ser editora do Facebook e gestora principal do Instagram.

Também é importante dizer que a análise foi feita somente agora, em 2020, e que muitas informações poderiam ter sido mais contextualizadas se num período de tempo mais próximo da análise. Também não foram avaliados os *stories* do Instagram e do Facebook, por não terem sido, oportunamente, configurados para serem salvos.

O WhatsApp, que, de maneira geral, foi a rede social mais utilizada pelo programa, também não foi avaliado, em virtude de a avaliação não ter sido permitida pelo Comitê de Ética em Pesquisa da UFMG – COEP.

Em um resumo geral dessa análise, chegamos aos seguintes números:

**Facebook da Rádio Inconfidência** = 677 postagens, 12 vídeos no YouTube, 70 *lives*

**YouTube.com/radioinconfidenciawebtv** = 80 transmissões ao vivo

**Instagram da Rádio Inconfidência** = 1.200 postagens

**Facebook do Programa Casa Aberta** = 3.129 postagens, 1.153 postagens do próprio público na linha do tempo, 3.390 fotos de ouvintes, 115 vídeos de ouvintes, 352 *lives* ou trechos de entrevistas; 16 vídeos produzidos e editados pela rádio, 92 vídeos indicados pela produção.




**Instagram do Programa Casa Aberta** = 147 postagens e 41 vídeos

#### **4.2.2 Análise das Postagens do Programa Casa Aberta nas Redes Sociais da Rádio Inconfidência**

Analisamos três redes sociais da Rádio Inconfidência, o Facebook, o Instagram e o YouTube. A rádio também possui Twitter e *Spotify*, mas como nunca foram usados pelo Programa Casa Aberta, nos limitamos a esses perfis.<sup>36</sup>

A primeira postagem do Facebook.com/radioinconfidencia é do dia 03 de julho de 2011. Já a conta do Instagram da rádio, o @radioinconfidencia, é de 25 de maio de 2012, menos de um ano após a do Facebook. O canal do YouTube foi repaginado no dia 06 de agosto de 2018 e virou o YouTube.com/radioinconfidenciawebtv, passando a ser o canal oficial da rádio para *lives* nos estúdios AM e FM e é basicamente com as informações dele que vamos trabalhar.

Nos primeiros anos do Facebook da Inconfidência, a maioria das postagens é de cartazes de shows apoiados pela rádio. A maioria das fotos não tem legenda e grande parte das postagens não possui curtidas. No entanto, percebemos que quando foi mencionado um texto de legenda, de uma homenagem ou de um anúncio de pauta, as postagens tiveram maior repercussão.

A primeira menção ao nome do Programa Casa Aberta acontece no dia 11 de setembro de 2015 e já apresentava o *hiperlink* que direcionava para o Facebook do Casa Aberta. É bom frisar que o Programa Casa Aberta, antes mesmo de ir para o ar, já tinha sua própria página no Facebook, independente da rádio. A postagem trazia a seguinte legenda: “Tem novidade na #Brasileiríssima! A partir desta segunda, 14 de setembro, nasce o Programa Casa Aberta, que traz temas voltados à responsabilidade social nas áreas de cidadania, cultura e educação para as ondas da FM 100,9!    Conheça a iniciativa aqui: [goo.gl/hjNoYO](http://goo.gl/hjNoYO)” .

---

<sup>36</sup> As informações integrais dessa análise estão no Apêndice dessa Dissertação e podem ser consultadas da página 240 à 388.

Também destacamos uma postagem de uma foto do Elias Santos no dia 15 de setembro de 2015, com a legenda: “Olha só quem esteve no programa Agenda, da Rede Minas! Elias Santos, apresentador do Programa Casa Aberta, fala sobre essa novidade da Rádio Inconfidência que veio trazer cidadania, cultura e educação para as manhãs da #Brasileiríssima! Dá o play: [goo.gl/yzI1RC](http://goo.gl/yzI1RC)”. Esta postagem, com 44 curtidas, foi a que obteve mais *likes* no Facebook da Rádio Inconfidência envolvendo o Programa Casa Aberta em 2015.

Ao todo, em 2015, foram nove postagens sobre o Programa Casa Aberta no Facebook da rádio: quatro em setembro, uma em outubro, duas em novembro e duas em dezembro. Um único vídeo aparece no [Facebook.com/radioinconfidencia](https://www.facebook.com/radioinconfidencia) sobre o Programa Casa Aberta em 2015, um trecho editado, de 07 de dezembro de 2015, com a produtora Brisa Marques e o locutor do programa anterior ao Casa Aberta, Márcio Ronei.

Em 2016, foram 147 postagens de fotos mencionando o Programa Casa Aberta no Facebook da Rádio Inconfidência. Foram: duas em janeiro, três em fevereiro, uma em março, três em abril, quatro em maio, 13 em junho, 13 em julho, 22 em agosto, 20 em setembro, 22 em outubro, 22 em novembro e 22 em dezembro.

Ainda sobre as postagens de 2016 no Facebook da rádio, as de maior número de curtidas foram relativas à morte do cantor Vander Lee. No entanto, apesar do alto número de curtidas geradas por ocasião da morte do artista, em sua grande maioria, as postagens da rádio com anúncio de pautas dos programas possuíam uma média de dez curtidas. Artistas mais conhecidos gravavam um pouco mais, mas não mais que 20 curtidas.

As postagens de maior engajamento do Programa Casa Aberta no [Facebook.com/radioinconfidencia](https://www.facebook.com/radioinconfidencia) foram as do dia 28 de fevereiro de 2016, com a estreia da coluna Todas as Cores, com o jornalista Paulo Proença, que debatia assuntos LGBT, com 53 curtidas, oito comentários e 17 compartilhamentos, e a do dia 13 de setembro, com 34 curtidas e seis compartilhamentos, um convite aos ouvintes para participar de um piquenique para comemorar o primeiro aniversário do Casa Aberta, programa ao vivo transmitido da Casa Ateliê.

Além das postagens de fotos no [Facebook.com/radioinconfidencia](https://www.facebook.com/radioinconfidencia), em 2016, foram postados nove vídeos do Programa Casa Aberta no Facebook da rádio. É importante dizer que esses vídeos eram gravados e passavam por uma pequena edição e muitas vezes postados dias depois da entrevista em estúdio ou do evento.

Em 2016, o Programa Casa Aberta também realizou sua primeira transmissão ao vivo no Facebook da Rádio Inconfidência, no dia 20 de maio de 2016. É importante falar que o Facebook Live, um recurso da rede social que permite a transmissão de vídeos em tempo real no Facebook, foi disponibilizado para usuários comuns em fevereiro de 2016 e demorou um tempo para que fosse inserido e atualizado nos celulares. A transmissão do Programa Casa Aberta foi a pioneira na Rádio Inconfidência. Com a legenda *Programa Casa Aberta: Cauby Peixoto, artes plásticas e fim do MinC com Gedeon Messias #Brasileiríssima*, a postagem teve 756 visualizações, 42 curtidas, oito comentários e sete compartilhamentos.

No primeiro semestre de 2016, foram realizadas 13 transmissões ao vivo do Casa Aberta no Facebook da Rádio Inconfidência e, no segundo semestre de 2016, foram realizadas 05 transmissões ao vivo, num total de 18 transmissões ao vivo em 2016, que geraram 118 compartilhamentos e 45 comentários. O vídeo da *live* de maior engajamento é do dia 10 de junho de 2016, com o grupo Coco da Gente. Ele teve 1,7 mil visualizações, 76 curtidas, 14 comentários e 17 compartilhamentos.

Já em 2017, foram 36 *lives* no Facebook da Rádio Inconfidência, sendo que 04 foram realizadas no primeiro semestre e 32 no segundo semestre. É interessante notar a popularidade das *lives* a partir de 2017. Das 36, 20 transmissões ao vivo tiveram mais de mil visualizações. A etiquetagem do conteúdo pelo ouvinte também aconteceu de maneira intensa, foram 440 compartilhamentos. No total, em 2017, foram 518 comentários em *live*. A transmissão ao vivo de maior engajamento foi uma atração musical de música instrumental: CasAzul apresenta Deangelo Silva (19 de julho de 2017, 4,9 mil visualizações, 124 curtidas, 61 comentários, 32 compartilhamentos).

Em 2017, o grande destaque vai para o modo como as transmissões ao vivo foram feitas. A partir da metade do ano, quando a Inconfidência muda de sede, ela passa a contar com câmeras de segurança em seus estúdios e elas passam a ser usadas também para as *lives*. Antes, as transmissões ao vivo eram todas feitas com o celular na mão. Em eventos e transmissões externas continuou a ser o recurso, mas, dentro do estúdio, a partir de metade de 2017, o mais comum foi o uso das câmeras, pelo menos no Facebook da Inconfidência.

Os vídeos editados e postados no YouTube passam, em 2017, a serem em menor número frente às *lives*. Em 2017 foram somente dois os vídeos do Casa Aberta no YouTube da rádio. E esses vídeos foram postados no Facebook, recebendo mais visualizações do que no próprio canal YouTube. É interessante notar que mesmo contando com uma profissional especialista

em filmagem e edição, os vídeos que foram editados tiveram um número bem menor de visualizações do que os que foram realizados no momento do evento, com o celular na mão e a imagem muitas vezes comprometida pela variação da qualidade da internet.

As duas postagens com os vídeos do [YouTube.com/radioinconfidenciawebtv](https://www.youtube.com/radioinconfidenciawebtv) foram: Casa Aberta especial no Mercado Central (22 de agosto de 2017, 457 visualizações, 12 curtidas, 01 comentário) e Casa Aberta Especial 2 anos (26 de setembro de 2017, 990 visualizações, 39 curtidas, 04 comentários). Só para efeito de comparação, as *lives* do Facebook dos dois eventos mencionados chegaram a ter mais de 1300 visualizações.

Ainda sobre o Facebook da Rádio Inconfidência em 2017, apesar da novidade das *lives*, a grande maioria das postagens continuou a ser as fotos editadas com anúncios da pauta do dia dos programas, tanto do AM como do FM. Em 2017, foram 238 postagens que falavam sobre o Casa Aberta. A mais curtida foi a do dia 14 de setembro de 2017, sobre os dois anos do programa e a transmissão ao vivo na Idea Casa de Cultura (com 35 curtidas, 05 comentários e 04 compartilhamentos).

Em 2018, o Facebook da Rádio Inconfidência permanece em sua função de anunciar as pautas do dia e as atrações de cada programa, mas podemos notar que envolveu um número maior de programas das grades AM e FM. Em 2018 foram 172 postagens no Facebook da rádio relativas as pautas do Programa Casa Aberta: 15 em janeiro, 17 em fevereiro, 18 em março, 23 em abril, 22 em maio, 20 em junho, 05 em julho, 13 em agosto, 09 em setembro, 14 em outubro, 10 em novembro e 06, em dezembro.

Em 2018, o [YouTube.com/radioinconfidenciawebtv](https://www.youtube.com/radioinconfidenciawebtv) passa a ser o canal oficial da rádio para *lives* nos estúdios AM e FM. Para se ter uma ideia, foram 16 transmissões ao vivo no Facebook da Rádio Inconfidência do Casa Aberta, 15 no primeiro semestre e uma única no final do ano e 28 transmissões no canal, um número bem maior, que reforça o esforço do momento para dar visibilidade ao YouTube. A partir da metade do ano, como já foi informado, as transmissões ao vivo passaram a ser realizadas diretamente do canal do YouTube da rádio, o [YouTube.com/radioinconfidenciawebtv](https://www.youtube.com/radioinconfidenciawebtv) e é interessante notar que o número de visualizações no canal do YouTube foi bem inferior ao do Facebook. Mas, naquele momento houve uma decisão institucional em acreditar que o canal do YouTube seria mais permanente do que o Facebook. Ainda hoje, em 2020, o [YouTube.com/radioinconfidenciawebtv](https://www.youtube.com/radioinconfidenciawebtv) possui um número de inscritos bem inferior ao número de fãs do Facebook da rádio. Enquanto o YouTube possui 2.800 inscritos, o Facebook possui mais de 28 mil seguidores, dez vezes mais.



No Facebook, em 2018, mesmo com número menor de *lives*, só em relação ao Casa Aberta, foram 614 comentários e 368 compartilhamentos. Das 16 transmissões, somente 04 não alcançaram mais de mil visualizações. A *live* de maior engajamento foi um especial sobre o Dia do Choro, no dia 23 de abril: Dia do Choro no Casa Aberta (23 de abril de 2018, 3,5 mil visualizações, 145 curtidas, 108 comentários, 46 compartilhamentos).

Já em relação ao YouTube.com/radioinconfidenciawebtv, a primeira transmissão ao vivo do Casa Aberta foi no dia seis de julho de 2018. O assunto era o julho das Pretas, uma agenda conjunta e propositiva com organizações e movimento de mulheres negras, voltada para o fortalecimento das organizações de mulheres negras.

A transmissão ao vivo com o maior número de visualizações foi a entrevista do lançamento da série ficcional *Sou Amor*, exibida pela Rede Minas, e que tinha como personagens centrais adolescentes que viviam questões relacionadas a identidade de gênero e orientação sexual. A entrevista teve 424 visualizações e 02 comentários na *live*.

Em 2019, o Programa Casa Aberta teve 111 postagens dedicadas a ele no Facebook da Rádio Inconfidência: 15 em janeiro, 09 em fevereiro, 16 em março, 11 em abril, 11 em maio, 10 em junho, 06 em julho, 05 em agosto, 08 em setembro, 19 em outubro e 01, em novembro, no último dia do programa no ar.

Entre essas postagens, a que possui maior número de curtidas foi a do dia 18 de maio de 2019, que anunciava o novo horário do Casa Aberta a partir de 20 de maio, de 11h às 12h, com 58 curtidas, 16 comentários e 20 compartilhamentos.

Em 2019, o Facebook da rádio não trouxe vídeos nem *lives*. As transmissões ao vivo continuaram de maneira intensa, principalmente no primeiro semestre, mas sempre por meio do canal do YouTube. Em 2019 foram 52 transmissões ao vivo no radioinconfidenciawebtv. Foram 33 *lives* no primeiro semestre e 19 no segundo semestre. A transmissão ao vivo no primeiro semestre de 2019 com o maior número de visualizações foi a dos 40 anos da Brasileiríssima, especial no Casa Aberta, com 726 visualizações e 51 comentários na *live*. Foi a de maior número de visualizações do ano. No segundo semestre a entrevista com a cantora Bárbara Barcelos, no dia 19 de setembro de 2019, foi a que teve maior número de visualizações, 237 e 15 comentários na *live*.

Sobre o comportamento do ouvinte do Casa Aberta em relação ao Facebook da Rádio Inconfidência destacamos a preferência pelos vídeos, principalmente as *lives* em relação às

postagens de fotos. Os vídeos geraram mais curtidas, comentários e compartilhamentos. Geralmente as postagens com anúncios de pauta geravam a marcação de outras pessoas, provavelmente pela proximidade com o assunto. Mas também é importante falar que essas postagens com fotos oficiais, edição com o símbolo da rádio e divulgação do programam e horário sempre eram compartilhadas pelo entrevistado em suas páginas, o que não deixa de ser de suma importância para atrair novos públicos. Em relação ao canal do YouTube, chama a atenção em 2019 o aumento de comentários nas *lives* do YouTube.com/radioinconfidenciawebtv em relação a 2018, o que demonstra uma adaptação do ouvinte a nova mídia social e também o aumento do número de inscrições no canal.

Sobre o Instagram da rádio, é interessante observar que, no início, assim como aconteceu com o Facebook, a maioria das postagens tem menos de dez curtidas e existem várias que não receberam uma única curtida em 2012, quando foi criada a conta. A foto mais curtida é do programa Bazar Maravilha, em 23 de novembro de 2012, com o grupo Cobra Coral, com 20 curtidas. E olha que são 229 postagens no Instagram da Rádio Inconfidência em 2012. Em 2013, não foi muito diferente. Foram 237 postagens ao longo do ano e a foto da cantora Vanessa da Mata, com 31 curtidas, foi a responsável pelo *post* de maior repercussão.

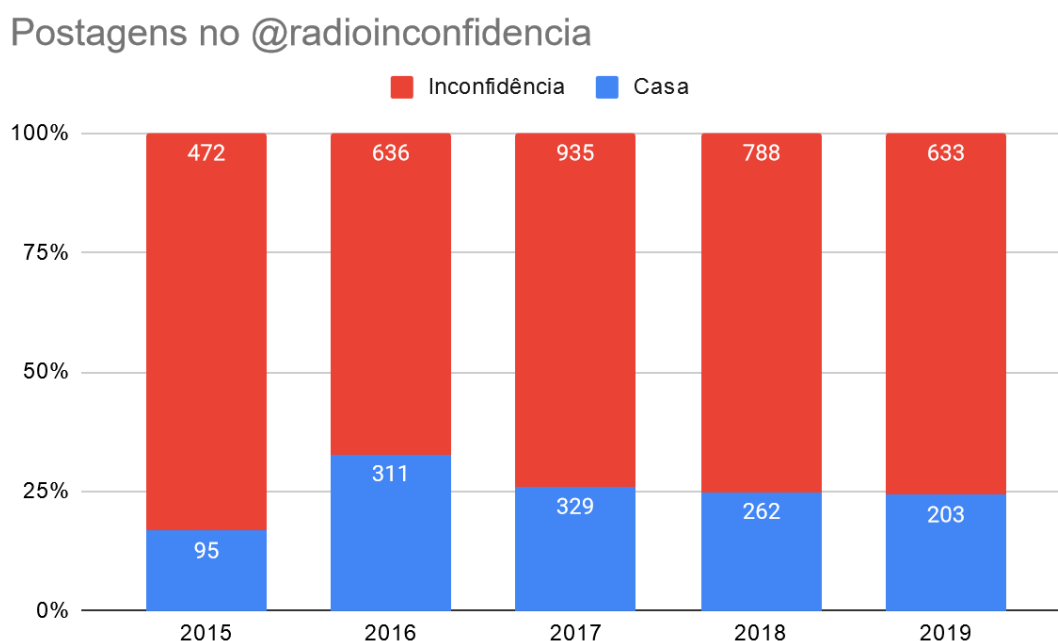
Em 2014, o Instagram da Rádio Inconfidência teve 101 postagens. Em ano eleitoral, sempre existe discussões e divergências de opinião se a rádio pode ou não realizar postagens. Em 2014, o então presidente, Valério Fabris, preferiu não arriscar, e o Instagram da rádio ficou sem nenhuma postagem entre os dias 29 de julho e primeiro de novembro.

No ano de 2015, ano do nascimento do Programa Casa Aberta, objeto de estudo dessa dissertação, o Instagram da Rádio Inconfidência já adquire uma nova cara, acompanhando o processo do novo diretor artístico, Elias Santos, que acreditava numa rádio com mais imagens e maior diversidade de fotos. O número de postagens praticamente dobra, foram no total 472 postagens, contra as 229 postagens de 2012, 237 postagens de 2013, e as 101 postagens de 2014.

Ao analisarmos os quatro anos do Casa Aberta, podemos perceber a utilização da rede social para expandir o programa, sendo considerável o número de postagens do programa em todos os anos de sua existência. Além disso, o objetivo era que todos os demais locutores vissem no Programa Casa Aberta um exemplo a ser seguido e passassem a adotar um rádio com imagens também.

Em 2015, das 472 postagens da Rádio Inconfidência, 95 foram do Programa Casa Aberta. Em 2016, das 636 postagens, 311 foram do programa. Em 2017, das 935 publicações, 329 foram postagens do Casa Aberta. Em 2018, o programa foi responsável por 262 publicações das 788 do Instagram da Rádio Inconfidência. E, em 2019, foram 203 postagens das 633 publicadas até o dia primeiro de novembro (Gráfico 01):

Gráfico 1 - Comparação do número de postagens do Programa Casa Aberta em relação ao total de postagens do Instagram da Rádio Inconfidência de 2015 a 2019



Fonte: Velise Maciel

É importante dizer que o programa Bazar Maravilha sempre teve muitas fotos também, mas essas fotos eram todas tiradas pelo responsável pelas redes sociais da rádio, e não pelo próprio programa, porque geralmente eram convidados de reconhecimento nacional, cantores e artistas famosos. A ideia do Casa Aberta era evidenciar que convidados não conhecidos também deveriam ter a mesma divulgação.

A primeira vez que o Programa Casa Aberta apareceu no Instagram da Rádio Inconfidência foi em 03 de setembro de 2015, aniversário de 79 anos da emissora. O apresentador Elias Santos aparece numa foto com o primeiro microfone da Rádio, uma das poucas relíquias do acervo histórico. No texto, apenas a informação de que haveria um novo programa na Rádio: “Tem programa novo chegando! Pode entrar, a casa é sua! Elias Santos e

o primeiro microfone da #RádioInconfidência :D”. Repare que o nome do programa “Casa Aberta” ainda não aparece.

Neste primeiro ano, já existem postagens que caracterizaram o programa até o seu fim. São fotos de capas de livros, discos, fotos de exposição, pinturas e desenhos. Todo o assunto que possuía uma imagem, ela era postada nas redes sociais. Outra característica do Programa Casa Aberta ao longo dos seus quatro anos foi a presença de estudantes dentro do estúdio. Durante as visitas de escolas e faculdades, Elias sempre falava com pelo menos um aluno de cada turma no ar.

Em 2016, o @radioinconfidencia teve 19 postagens com mais de cem curtidas, sendo seis do Programa Casa Aberta, demonstrando que a partir desse ano essa rede social adquire mais popularidade entre os ouvintes da Rádio Inconfidência. Um dos cantores mais conhecidos do estado, Vander Lee, faleceu no dia cinco de agosto. As duas postagens sobre a morte e a programação especial da Inconfidência foram as de maior repercussão do ano, coincidindo com o assunto de maior engajamento do Facebook da rádio. Entre as postagens do Programa Casa Aberta com maior número de curtidas e comentários, se destacam as do aniversário do locutor do programa, Elias Santos, no dia 20 de dezembro.

2017 foi um ano especial para a Inconfidência porque a rádio foi para uma nova sede, o Centro Cultural Itamar Franco, no dia 12 de junho de 2017. Metade das fotos que aparecem no Instagram é do estúdio da Raja Gabáglia e a outra metade, na Rua Tenente Brito Melo.

Ainda sobre o @radioinconfidencia, em 2017, foram 98 postagens com mais de 100 curtidas, sendo 27 do Programa Casa Aberta. A postagem mais curtida do Instagram é a de primeiro de maio, com 453 curtidas e 03 comentários, uma foto do Elias Santos e Belchior na Rádio Inconfidência em 1990 (01 de maio, com 453 curtidas e 03 comentários).

Algumas postagens chamam atenção em 2017 por serem fora do modelo padrão do locutor com o entrevistado. Destacamos a foto de um ipê em frente à nova sede que convida os ouvintes para enviarem fotos de ipês de Belo Horizonte para o WhatsApp do programa, no dia 28 de julho, e a foto dos presentes dos ouvintes Mário Martins e Alexandre Campinas para os apresentadores do Casa Aberta, no dia 14 de dezembro. Também se destaca a postagem de um acróstico, do ouvinte e funcionário da rádio, Antônio da Cruz, para o Programa Casa Aberta, no dia 07 de novembro.

Fotos de livros também estiveram presentes em 2017 no Instagram, com temas do Programa Casa Aberta, e alguns registros foram feitos pelo @radioinconfidencia da visita de ouvintes do programa no estúdio.

Em 2018, o @radioinconfidencia teve 788 postagens e 217 postagens obtiveram mais de cem curtidas, sendo 78 do Programa Casa Aberta. Em 2018, o presidente da rádio, o músico Flávio Henrique, faleceu logo no início do ano, no dia 18 de janeiro. As postagens que envolveram sua morte e depois a substituição na presidência da rádio pelo Elias foram as de maior engajamento. Pelo menos 04 dessas postagens possuíram mais de mil curtidas, algo inédito no Instagram da rádio. Entre as postagens do Programa Casa Aberta, a de maior engajamento de 2018 no @radioinconfidencia foi uma foto de um cartaz com os dizeres sou ouvinte escutante da Rádio Inconfidência – Programa Casa Aberta – no show de 30 anos do programa Agenda da Rede Minas (30 de junho de 2018, com 451 curtidas e onze comentários).

Ainda sobre a presença do Programa Casa Aberta no @radioinconfidencia em 2018 há uma postagem, logo no início do ano, com fotos da Praça Sete no dia 08 de março. Esta postagem também foge do padrão do Instagram da Inconfidência apresentando inovação. Na legenda, temos: “#CasaAberta para a participação da jornalista Duda Ramos direto da Praça 7 com as manifestações do dia 8 de março. Mulheres na Luta por Direitos: Resistência, Poder e Democracia #Brasileirissima #8M #8demarço” (46 curtidas).

Em 2019, o @radioinconfidencia teve 633 postagens até o dia 01 de novembro, dia do último programa do Casa Aberta. Em 2019, até o dia primeiro de novembro, o @radioinconfidencia teve 159 postagens com mais de cem curtidas, sendo 117 de programas variados da rádio e 42 do Programa Casa Aberta.

A publicação de maior engajamento relativa ao Programa Casa Aberta foi de uma foto do Elias na Serra do Cipó com uma personagem que aparece na música de abertura do programa: #CasaAberta para a Dona Mercês que está de aniversário hoje. (29 de julho de 2019, 372 curtidas, 12 comentários).

De maneira geral, podemos dizer que as postagens de maior engajamento das redes sociais da Rádio Inconfidência envolveram morte (Vander Lee, Belchior, Flávio Henrique), fotos com artistas e cantores de destaque nacional e postagens especiais de datas comemorativas (aniversário da rádio, aniversário do programa, aniversário do locutor).

De maneira geral, em relação ao rádio expandido, podemos perceber pouca criatividade no conteúdo das redes fora da antena. Geralmente o Facebook trouxe fotos editadas com anúncio de pautas. Foram poucas as postagens que fugiram a regra. Mas este padrão criou uma espécie de banco de assuntos de temas tratados por cada programa, e pode ser uma fonte preciosa ainda de pesquisa. Por se tratar do estudo do lazer, este mestrado não fez uma análise de pautas do Programa Casa Aberta. Pretendendo analisar as tendências de um rádio expandido nas redes sociais, concluímos que poderiam, em termos de postagem, ter sido elaborados com mais frequência no Facebook, por exemplo, textos com links do site, chamando para os *podcasts* com as entrevistas que foram para o ar, ainda que todos de material não inédito. Este é apenas um exemplo de possibilidade. O Facebook também só utilizou fotos de bastidores, de entrevistados, a partir da metade do ano de 2019. Antes, eram utilizadas em todas as postagens, fotos de divulgação.

Já o Instagram da rádio trazia como modelo padrão a postagem de fotos dos estúdios, com locutores e convidados. O Programa Casa Aberta fugiu um pouco do padrão ao tirar a foto do locutor junto ao entrevistado e não na bancada durante a entrevista. Também ousou em algumas postagens ao trazer fotos de visitas de estudantes e ouvintes, além de fotos de livros, cartazes de exposições, entre outras.

Em se tratando de rádio expandido, é interessante observar que o Instagram da Inconfidência, em momento algum, deu espaço para fotos dos próprios ouvintes e de terceiros, como das redes sociais dos próprios entrevistados. Nem mesmo *stories* onde a rádio é constantemente marcada são compartilhados. Aliás, diga-se de passagem, a rádio não aproveitou da potencialidade dos *stories* e geralmente só marcava o link para o canal do YouTube.

De maneira geral, tanto o Facebook como o Instagram trouxeram em pouquíssimas ocasiões oportunidades de prêmios ou sorteios. Também foram poucas as postagens com informações importantes sobre os canais de interação do ouvinte com a emissora. Telefones, por exemplo, ficavam somente no site da emissora, e isso foi uma das reclamações que apareceram na pesquisa dessa dissertação.

Também é interessante notar que a escolha pelas redes sociais demanda amadurecimento e pesquisa. Ainda que todos falem que o Facebook vai acabar, em 2019, eram 130 milhões de usuários no Brasil, sendo o país o terceiro a mais usar a rede social no mundo.

É interessante que as *lives* da Inconfidência não se percam em redes ultrapassadas e sejam salvas para registro e sua história, no entanto, utilizar uma outra rede que acredita ser mais permanente, mas que possua muito menos acesso do ouvinte, é um caso a se pensar. A escolha do YouTube trouxe muita diferença tanto no acesso dos ouvintes as entrevistas como no compartilhamento e emissão de comentários.

#### **4.2.3 Análise das Postagens Das Redes Sociais do Programa Casa Aberta**

Além das redes sociais da Rádio Inconfidência, o Programa Casa Aberta possuía duas redes sociais, o Facebook e o Instagram. O objetivo era justamente para que a produção do programa pudesse ter mais liberdade e controle de postagens.

A primeira postagem do Facebook do Programa Casa Aberta é do dia 03 de setembro de 2015, aniversário da rádio, foto do Elias anunciando o novo programa. É interessante observar que o Facebook do Programa Casa Aberta foi criado antes do início do programa e desde então teve esse importante tarefa de aproximação com o ouvinte. Já o Instagram foi criado somente em 2019, na ocasião da volta do Elias ao comando do programa e durou seis meses. Foram vários os motivos que levaram à criação do perfil, mas destacaria justamente a possibilidade de novas formas de postagens. Em 2019, por exemplo, o ao vivo, a *live* do Instagram já era usual na rede, mas não utilizada pelo Instagram oficial da rádio, porque, conforme já falamos, institucionalmente a Inconfidência fez uma opção de fazer *lives* através do canal [YouTube.com/radioinconfidenciawebtv](https://www.youtube.com/radioinconfidenciawebtv).<sup>37</sup>

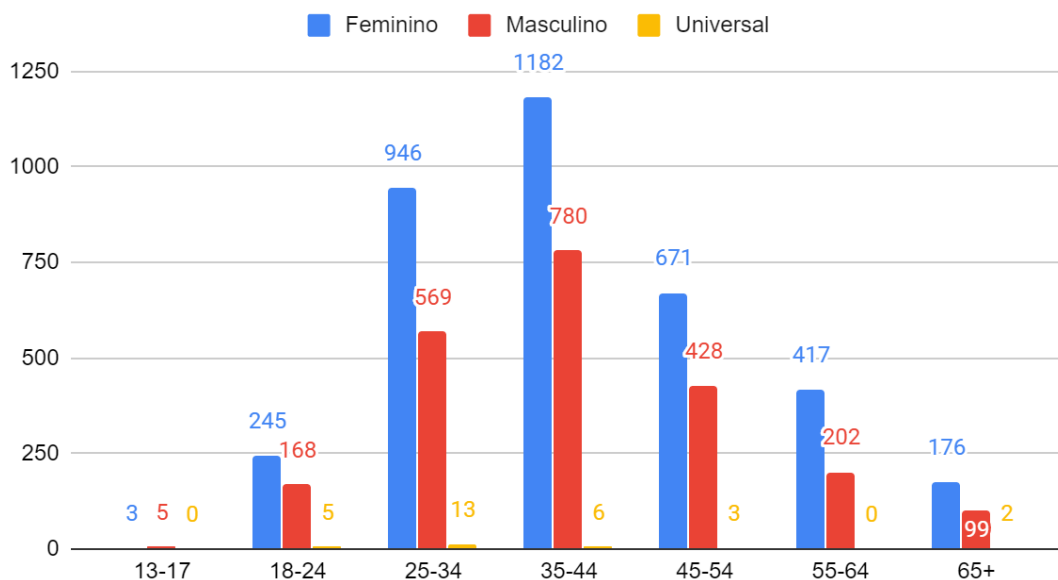
Em 2020, eram 5.920 pessoas que curtiram o Facebook do Casa Aberta e 6.211 pessoas que seguiam a página. Recentemente, o Facebook trouxe a possibilidade do usuário se identificar com o gênero universal, além do feminino e masculino. O público do Programa Casa Aberta em sua página estava assim dividido pelo gênero e idade (Gráfico 02):

---

<sup>37</sup> A análise completa das redes sociais do Casa Aberta está disponível no Apêndice desta Dissertação e pode ser consultada da página 240 à 388.

Gráfico 2 - O público do Programa Casa Aberta, por critério de gênero

Público do facebook.com/programacasaaberta



Fonte: Velise Maciel

Podemos perceber um predomínio do sexo masculino em todas as faixas etárias, com exceção da que vai de 13 a 17 anos.

O Facebook também informa as principais localidades dos fãs da página. As principais cidades que aparecem são Belo Horizonte, Contagem e São Paulo.

Tabela 1 - Principais localidades dos fãs da página

Belo Horizonte, MG	4.115
Contagem, MG	262
São Paulo, SP	115
Betim, MG	104
Santa Luzia, MG	69
Rio de Janeiro, RJ	62
Nova Lima, MG	46
Sabará, MG	31
Itaquaquecetuba, SP	31
Sete Lagoas, MG	28



Fonte: Velise Maciel

Ainda sobre a localidade dos fãs da página do Facebook, a maioria era do Brasil, mas o programa possuía ouvintes de Portugal, EUA, Espanha, França, Irlanda, Itália, Alemanha, Reino Unido e Canadá.

Tabela 2 - Localidades ao redor do mundo.

<b>País</b>	<b>Seus fãs</b>
Brasil	5.747
Portugal	37
Estados Unidos da América	24
Espanha	11
França	9
Irlanda	9
Itália	9
Alemanha	8
Reino Unido	7
Canadá	6

Fonte: Velise Maciel

Ainda sobre a página do programa no Facebook, ela sempre foi aberta e além da possibilidade de enviar mensagens privadas, só lidas pelos administradores, o ouvinte podia também publicar na própria linha do tempo do Facebook. São várias as razões que levavam o ouvinte a optar pelo Facebook e não pelo WhatsApp.

Em 2015, por exemplo, é interessante notar que em muitas pessoas ainda não possuíam um celular com o aplicativo. Além disso, o número do WhatsApp do programa, por mais que fosse repetido todo dia no ar, era difícil de gravar. É comum inclusive mensagens perguntando qual o número do WhatsApp do programa, ainda que ele estivesse no perfil da página.

Para se ter uma ideia, quando o programa começou, foram 120 postagens de terceiros, incluindo artistas, produtores e ouvintes na página do programa. Dessas, cinco foram fotos de ouvintes. Em 2016, foram 360 postagens, sendo 63 fotos publicadas diretamente pelos ouvintes

e 17 vídeos. Em 2017, foram 333 postagens, sendo 100 fotos publicadas diretamente pelos próprios ouvintes e 3 vídeos. Em 2018, foram 193 postagens, sendo 61 fotos e três vídeos. Em 2019, foram 147 publicações sendo 59 fotos publicadas diretamente pelos ouvintes.

Além de publicar fotos, os ouvintes aproveitavam a linha do tempo para falar sobre entrevistas, para mandar abraços e para elogiar o programa. Mesmo tendo a opção no Facebook de avaliar/recomendar, muitos faziam pela linha do tempo. Também escreviam em datas, como aniversário de alguém da equipe, do programa ou da rádio. Pessoas que ouviam de longe, mas não eram ouvintes fiéis, também preferiam mandar um alô pelo Facebook ao invés de enviar pelo WhatsApp.

Além das postagens dos próprios ouvintes, o Facebook do programa tinha uma linha principal, com as postagens dos gerenciadores. Várias das fotos e vídeos enviados para o WhatsApp do programa também eram replicadas no Facebook, com a autorização de quem enviou, para que outros ouvintes também tivessem acesso.

Normalmente, as postagens eram feitas por duas pessoas, o Paulo Proença, responsável oficial pelas redes social da Rádio Inconfidência, e que costumava replicar na página do Casa Aberta conteúdo do Facebook da Rádio Inconfidência, e pela produtora do programa, a Brisa até maio de 2016 e a Velise a partir de então.

Quando analisamos o engajamento dos ouvintes nessas postagens do Facebook, podemos afirmar que engajamento do público feminino foi muito superior ao masculino nos anos de 2015, 2016 e 2017. No entanto, se considerarmos somente o engajamento em publicações de vídeos, isso muda, e o público masculino passa a ser mais engajado.

Esse cenário só começa a dar sinais de mudanças em 2017. Apesar de o público masculino continuar a ser mais engajado nos vídeos, percebemos que as *lives*, em 2017, atingiram também o público feminino, e, pela primeira vez, percebemos que as postagens de maior engajamento do público feminino também são de *lives* e vídeos e não de fotos, sendo extremamente próximo às preferências mensais do público masculino.

Em 2018, diferentemente dos outros anos, pela primeira vez, o público masculino apresenta um maior engajamento nas postagens de maneira geral e também nas postagens que envolvem somente vídeos. Mas, novamente o público feminino aparece bem engajado tanto em fotos como vídeos, e ao avaliarmos as postagens de maior engajamento do público feminino, elas foram muito coincidentes com as postagens de maior engajamento do público masculino.

Em 2019 o Facebook informa um engajamento bem parecido entre os públicos masculino e feminino. Novamente, o público feminino aparece mais engajado, mas a diferença é sutil. Se avaliarmos somente postagens com vídeos, novamente o público masculino é mais engajado, mas, também em 2019 a diferença é bem pequena quando comparada ao público feminino.

De maneira geral, podemos afirmar que a presença do ouvinte do Casa Aberta foi bem mais engajada no Facebook do programa do que no Facebook da Rádio Inconfidência. Os comentários eram bem maiores e detalhados nas mesmas postagens institucionais de anúncio de pauta que eram replicadas do Facebook da Rádio Inconfidência. Também aparecem muito mais comentários sobre o programa na linha do tempo, no espaço aberto para o ouvinte. A análise da classificação por estrelas ou recomendações fornece um bom panorama do impacto positivo do programa para o ouvinte, no entanto está longe de mensurar essas mudanças, como detalhes que apareceram no questionário sobre mudanças de pensamentos e novos lugares ocupados a partir do programa. O engajamento da rede social realmente diz pouco sobre o perfil deste ouvinte. Grande parte das postagens de maior engajamento são de *lives* e de cantores no estúdio musical, o que não demonstra o editorial político do programa. Para ter um panorama era preciso ir às mensagens privadas ou mensagens da linha do tempo do ouvinte, mesmo assim elas não foram muito repercutidas por outros ouvintes, só ganham peso ao se fazer um apanhado total.

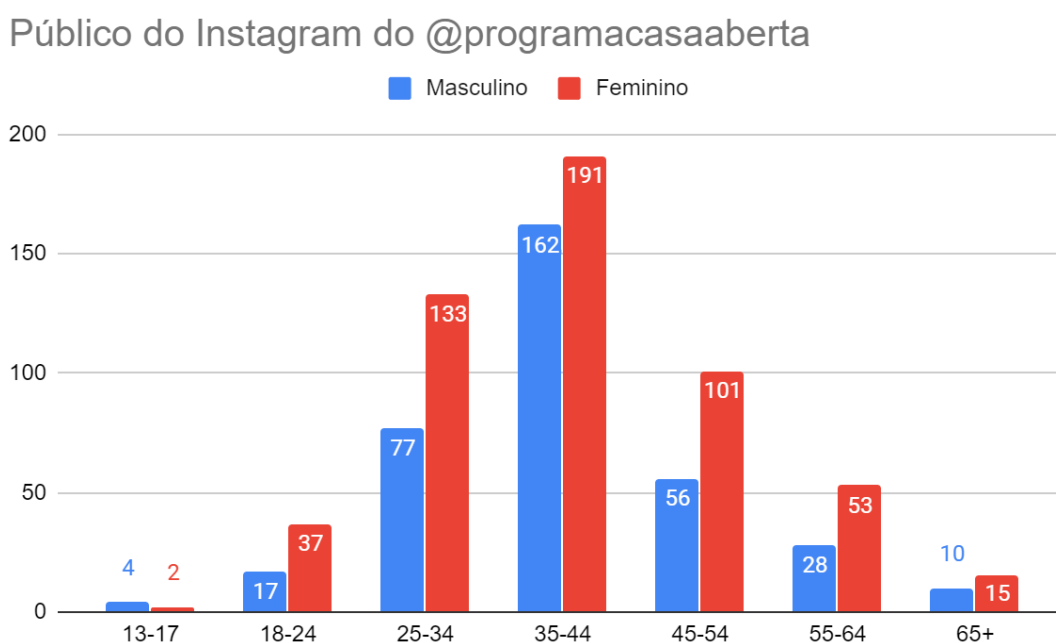
Também é interessante notar como os ouvintes se relacionam com material fornecido por outros ouvintes. Várias fotos e vídeos que foram enviadas pelo ouvinte tiveram muito mais curtidas e comentários do que os produzidos pela produção do programa. Apesar de ter sido um espaço onde os ouvintes se reconheceram dos quadros que gravavam, identificando seus rostos e perfis sociais, se adicionando e se aproximando, isso é praticamente invisível na análise do Facebook. Mas, de maneira geral, o Facebook.com/programacasaaberta foi um espaço muito importante para o programa enquanto instrumento de rádio expandido. Foram vários os espaços apropriados pelo ouvinte para comentar sua própria visão de mundo, postar suas fotos, elogiar e também fazer suas críticas e sugestões para o Casa Aberta.

Quanto ao Instagram do programa, o @programacasaaberta, apesar do pouco tempo de atividade, de maio a primeiro de novembro de 2019, podemos afirmar que sua utilização pelos ouvintes do Casa Aberta foi também diferente do que acontecia no @radioinconfidencia. O Instagram da rádio era muito limitado a postagens das fotos dos convidados. Incluir a

participação do ouvinte e do próprio artista no Instagram foi uma das propostas efetivadas. Fazer um Instagram com mais vídeos também, além, principalmente, das *lives*. Um grande recurso do Instagram é o *story*, que possibilita o próprio convidado ou ouvinte a fazer seus posts marcando o programa e este repostar ampliando assim as possibilidades de postagem. Mas os *stories* só duram 24 horas e não foi possível mensurar o que foi feito no período. Também foi incorporado o tema da entrevista no dia anterior, por meio do compartilhamento do Instagram do próprio convidado, com vídeos e fotos do evento a ser divulgado.

No início de 2020, quando foi feita a análise do Instagram do Programa Casa Aberta, eram 886 seguidores. 60% do público era feminino (532) e 40% masculino (354). A única faixa etária que o público masculino era maior é a de 13 a 17 anos (Gráfico 03):

Gráfico 3 - Perfil do público do Instagram do Programa Casa Aberta



Fonte: Velise Maciel

Ainda sobre o público do Instagram, 79% eram de Belo Horizonte, 4% de Contagem, e também apareciam com 1% as cidades de São Paulo, Santa Luzia e Betim.

O Instagram do Programa Casa Aberta nesses pouco mais de cinco meses, teve 188 postagens, sendo 41 vídeos e 147 fotos. Num primeiro momento, houve receio por parte da diretoria de dispersar conteúdo. Mas, numa análise rápida do Instagram do programa já é possível ver diferenças significativas, principalmente em relação à engajamento com o

programa. Das 188 postagens, 36 possuem mais de 100 curtidas em fotos ou visualizações em vídeo, mesmo com um público pequeno. Os comentários também foram maiores e mais profundos que no Instagram da rádio.

O programa ter seu próprio Instagram também permitiu a quebra de uma rigidez institucional e possibilitou que ele trouxesse temas buscando incentivar o ouvinte a interagir com o programa de outras maneiras. Para se ter uma ideia, das 188 postagens, apenas 37 envolveram os entrevistados.

Para exemplificar também o uso do ouvinte de maneira diferente no @progamacasaaberta, chama a atenção que os quadros gravados por mensagem de áudio para o *WhatsApp* do Programa Casa Aberta e que iam para o ar, também acabaram ao longo dos meses, indo parar no Instagram.

Com a possibilidade da imagem que a rede social permite, no dia 04 de outubro, por exemplo, foi postado um vídeo do ouvinte José Mauro, de Santo André, em São Paulo, no qual ele faz um #LivroAberto especial para o Ziraldo, aniversariante de outubro. Além de gravar o áudio para o programa indicando alguns livros de Ziraldo, ele enviou um vídeo com as capas dos livros selecionados para postar no Instagram. Também em outubro aparece a foto de canudos não descartáveis de inox, presente da ouvinte Lorenza para os apresentadores depois de ter gravado um quadro, o #MundoMelhor falando da importância de não usar canudos descartáveis.

Ainda sobre a presença do ouvinte no Instagram do Casa Aberta, no dia 30 de outubro, houve um *repost* do Instagram da professora Karina. Ela fez um vídeo com uma foto e áudio de parte do programa. Uma aluna sua, a Vanessa, gravou o quadro “Ao Mestre com Carinho” fazendo uma homenagem a ela, que tinha a ensinado a nadar aos 46 anos.

Mas nem só os quadros ganharam uma roupagem nova, às colunas também. Foi realizada uma tentativa de ampliar a coluna de artes plásticas do Programa Casa Aberta, o quadro Arte ao Cubo, com o professor Gedeon Messias. Antes de falar sobre a exposição DreamWorks Animation, em cartaz no CCBB de Belo Horizonte, Elias Santos e Gedeon Messias visitaram a exposição e fizeram um vídeo postado no Instagram no dia 30 de maio de 2019. O vídeo teve 127 visualizações e sete comentários.

No dia 15 de julho, também foi feita a postagem do colunista Paulo Proença ganhando um prêmio pela coluna no programa, a Todas as Cores. Na legenda, temos: “Paulo Proença,

nosso colunista do #TodasasCores é um dos vencedores do XV Prêmio de Direitos Humanos e Cidadania LGBT. O CELLOS reconhece instituições, iniciativas e personalidades que contribuíram para a visibilidade e fortalecimento do movimento LGBT e trabalham para o benefício da comunidade LGBT em Minas Gerais e no Brasil”.

Também destacaria algumas outras postagens do @programacasaaberta como a do dia 26 de julho de 2019 de um passeio do Elias na Serra do Cipó com a visita a Dona Mercês, que aparece na música “Casa Aberta”, que dá nome ao programa. Também foi postada uma foto com ela e com a Flor, que também aparece na letra da música, no dia 29 de julho. O vídeo teve 261 visualizações e nove comentários e a postagem com as fotos 111 curtidas e três comentários.

O Instagram também permitiu a publicação de vídeos maiores, com mais de um minuto, através do IGTV. São dois vídeos de destaque. O primeiro é do dia 14 de setembro, na festa que os próprios ouvintes organizaram do aniversário do Programa Casa Aberta. O segundo é do dia 01 de novembro de 2019, a despedida oficial do Elias Santos no último dia do programa, com 368 visualizações e 48 comentários.

Apesar do pouco tempo de atividade do @programacasaaberta, podemos notar que ele se aproximou muito mais das premissas do rádio expandido ao permitir o repost e, dessa forma, que o ouvinte fosse o produtor e gerador de conteúdo da rede social. Também acreditamos em sua potencialidade de gerar *lives*, ainda que os bate-papos exclusivos com os apresentadores, com conteúdo exclusivo e interação dos ouvintes durante as *lives* não fossem uma constante, já que a prioridade era o áudio das ondas hertzianas. Mas seria a abertura de um campo de possibilidade que poderia ser testado em outros momentos, principalmente fora do horário habitual do programa e em eventos externos e importantes que abordassem temas do programa.

#### 4.3 RESULTADOS DA PESQUISA COM O OUVINTE DO PROGRAMA CASA ABERTA

No dia 08 de outubro de 2019 foi postado no Facebook do Programa Casa Aberta (Facebook.com/programacasaaberta) o termo de consentimento livre e esclarecido da pesquisa, com o link para o formulário do *google form*. A postagem foi pública para todos os ouvintes da página. Não houve anúncio no ar, ficando a divulgação da pesquisa restrita à rede social. No próprio termo da pesquisa, havia o comunicado de que a pesquisa duraria três semanas. No dia 29 de outubro de 2019, a pesquisa foi fechada para respostas.

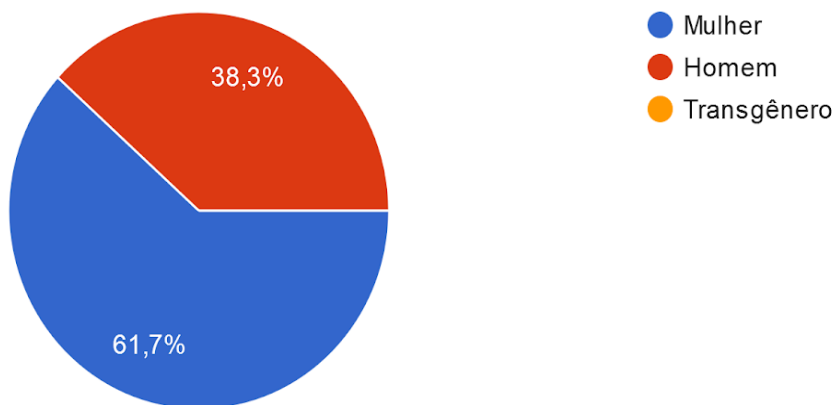
O questionário foi feito de tal forma que o ouvinte poderia responder ou pular a questão que quisesse, não sendo obrigado a responder nenhuma delas. Ao todo, responderam 391 ouvintes, mas a questão que teve maior número de participações obteve 376 respostas.

As questões do questionário, em ordem, foram:

Gráfico 4- Perfil dos ouvintes por gênero

## Identidade de Gênero

376 respostas



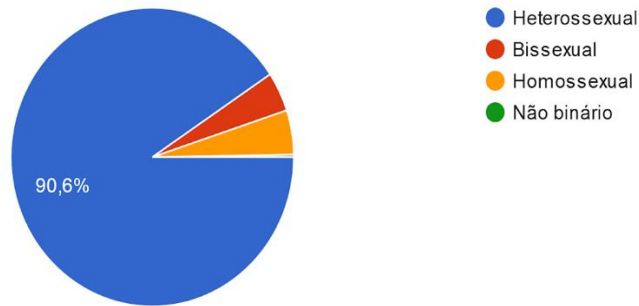
Fonte: Velise Maciel

A primeira questão foi de múltipla escolha: qual sua identidade de gênero? 376 pessoas responderam a esse questionamento (Gráfico 04). A maioria das pessoas que respondeu a pesquisa foi do sexo feminino. Ao todo, foram 232 mulheres (61,7%) contra 144 homens (38,3%). Não houve nenhum ouvinte que se declarou transgênero.

Gráfico 5- Perfil dos ouvintes por orientação sexual

### Orientação Sexual

374 respostas

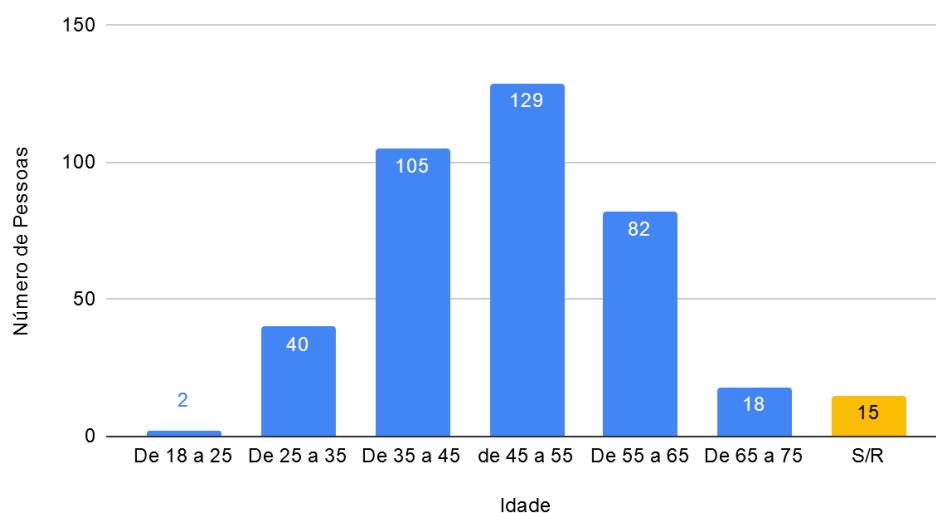


Fonte: Velise Maciel

A segunda questão de múltipla escolha foi: qual a sua orientação sexual? 374 pessoas responderam (Gráfico 05). A maioria, 339 pessoas (90,6%), se declarou heterossexual, 16 pessoas afirmaram ser bissexuais (4,3%) e 18 pessoas (4,8%) afirmaram ser homossexuais.

Gráfico 6- Perfil dos ouvintes por idade

### Idade



Fonte: Velise Maciel

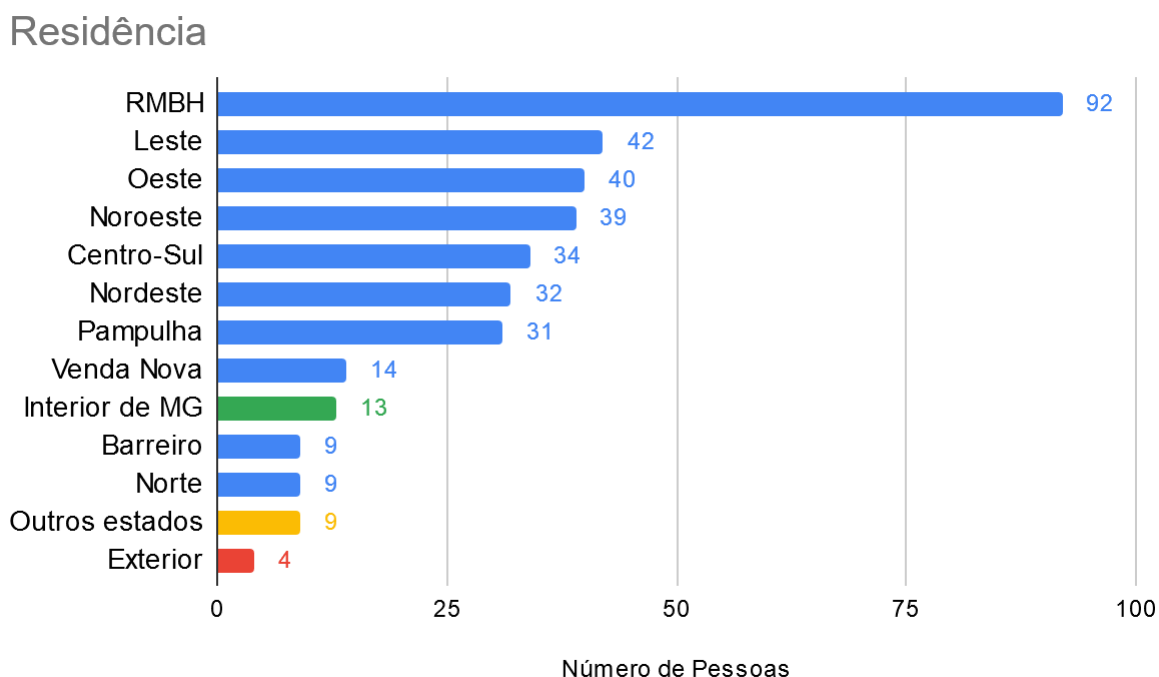


A terceira questão de múltipla escolha foi em relação à idade. Ao todo, 376 pessoas responderam a esta pergunta, apenas 15 a deixaram em branco (Gráfico 06).

Apenas duas pessoas afirmaram ter a idade de 18 a 25 anos. 40 pessoas afirmaram ter de 25 a 35 anos, sendo que, dessas, 14 tinham de 25 a 30 anos e 26 tinham de 30 a 35 anos. 105 pessoas declararam ter de 35 a 45 anos, sendo 56 de 35 a 40 anos e 49 de 40 a 45 anos. A maioria dos ouvintes que preencheu o questionário possuía de 45 a 55 anos, um total de 129 pessoas. Deste total, 48 pessoas tinham de 45 a 50 anos e 81 possuíam de 50 a 55 anos. 82 pessoas preencheram estar na faixa etária de 55 a 65 anos, sendo 46 de 55 a 60 anos e 36 as de 60 a 65 anos. 18 pessoas declararam ter de 65 a 75 anos, sendo 14 de 60 a 65 anos e quatro de 70 a 75 anos.

Nenhum ouvinte que preencheu o formulário declarou ter acima de 75 anos.

Gráfico 7- Localidade dos ouvintes



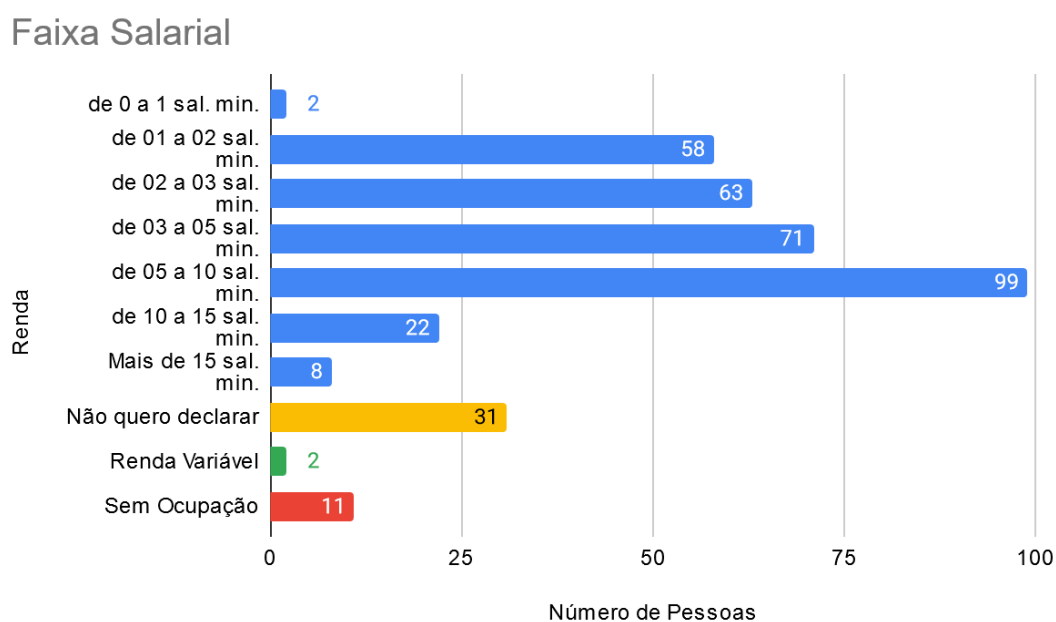
Fonte: Velise Maciel

A quarta questão do formulário também era de múltipla escolha, mas havia a opção de poder preencher com outra resposta que não era contemplada nos campos. Ao todo, 369 pessoas responderam à pergunta sobre seu local de residência e 23 não responderam (Gráfico 07). A

questão contemplava as regiões de Belo Horizonte e incluía um campo com a opção da região metropolitana e outro com a opção de não querer declarar. É interessante notar o uso da internet nessa questão, porque pessoas que residem fora da zona de cobertura do dial também responderam. Entre as pessoas que criaram novas respostas, 13 pessoas afirmaram ser do interior de Minas Gerais e citaram cidades como São João Del Rei, Lambari, Mariana, Uberaba, Itabira, Ipatinga, Manhumirim, Nanuque e Pompéu. Nove pessoas citaram cidades de outros estados brasileiros como Jundiá (SP), São Paulo (SP), Volta Redonda (RJ), Santo André (SP), Florianópolis (SC), Vitória (ES) e Palotina (PR). Quatro ouvintes afirmaram morar no exterior sendo dois da Alemanha, um inclusive citou a cidade de Würzburg, e dois de Portugal, sendo que um citou Lisboa.

A grande maioria dos ouvintes que preencheu a esta pergunta do questionário, num total de 250 pessoas, reside na capital do estado, Belo Horizonte, sendo a maioria da zona leste (42), seguida da zona oeste (40), noroeste (39), centro-sul (34), nordeste (32), pampulha (31), venda nova (14), barreiro (9) e zona norte (9). Entre os ouvintes que responderam ao questionário também existe um número significativo que reside na região metropolitana de Belo Horizonte, 92 pessoas.

Gráfico 8- Faixa salarial dos ouvintes



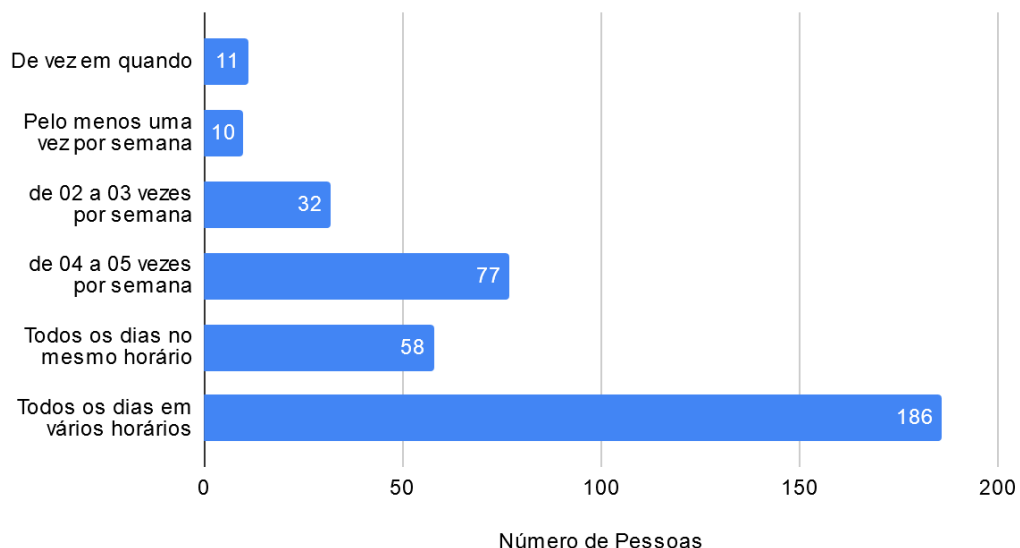
Fonte: Velise Maciel

A quinta questão do formulário também era de múltipla escolha com campo aberto para observações. Ela questionava a faixa salarial. É interessante observar que 31 pessoas (8,4%) marcaram o campo “não quero declarar”, um número significativo, mesmo havendo a opção de simplesmente pular a questão (Gráfico 08). Das pessoas que responderam ao formulário, 11 afirmavam estar naquele momento sem ocupação, a maioria delas escreveu estar desempregada no momento, enquanto uma se identificou como sendo do lar. Entre os ouvintes que responderam a esta pergunta, dois afirmaram serem autônomos e possuírem renda muito variável.

Outras duas pessoas responderam ganhar até um salário mínimo enquanto 58 ouvintes (15,8%) informaram ganhar de um a dois salários mínimos. 63 ouvintes (17,1%) afirmaram ganhar de dois a três salários, enquanto 71 pessoas (19,3%) afirmaram ganhar de três a cinco salários mínimos. 99 ouvintes (26,9%) marcaram o campo correspondente a faixa salarial de cinco a 10 salários mínimos enquanto outros 22 ouvintes (6%) afirmaram ganhar de 10 a 15 salários mínimos. Por fim, 8 pessoas (2,2%) afirmaram ganhar mais de 15 salários mínimos.

Gráfico 9 – Frequência que escuta a Rádio Inconfidência

### Com que frequência você escuta a Inconfidência?

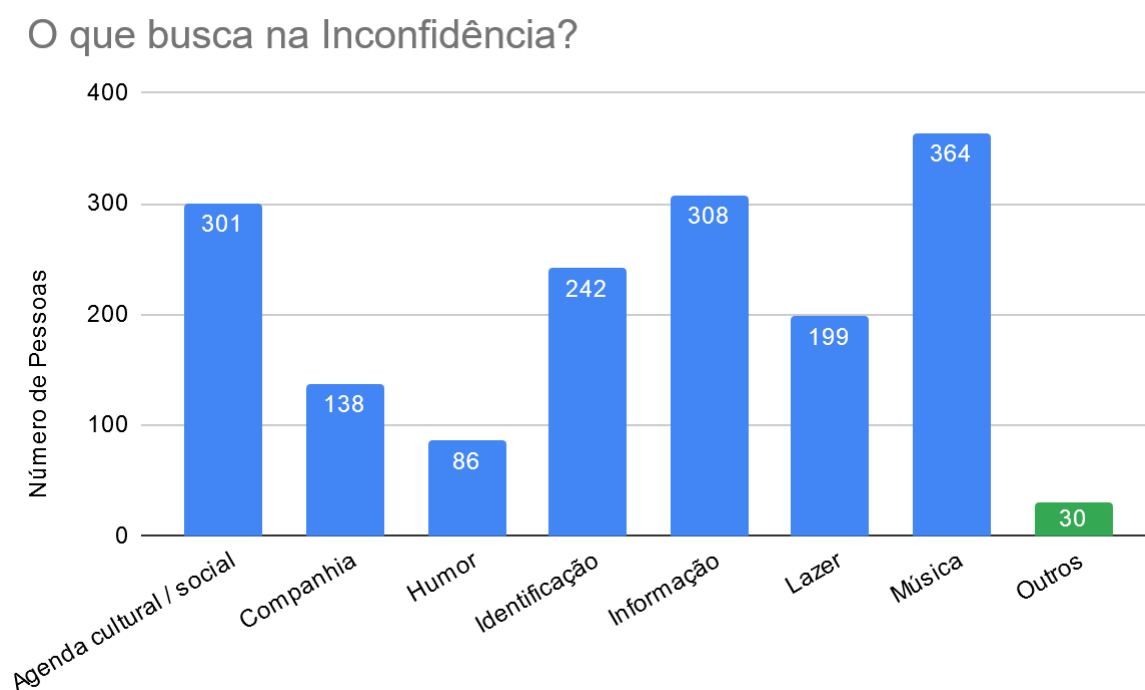


Fonte: Velise Maciel

A sexta pergunta do questionário também era de múltipla escolha e perguntava com que frequência o ouvinte escutava a Rádio Inconfidência (Gráfico 09). Responderam a esta pergunta

376 pessoas. É interessante notar a fidelidade dos ouvintes que responderam ao questionário, já que mais da metade, 244 pessoas, afirmaram escutar a rádio todos os dias, sendo que 186 (49,2%) são ouvintes em vários horários durante o dia e 58 (15,4%) escutam diariamente, mas num mesmo horário. Outras 77 pessoas responderam escutar a Inconfidência de quatro a cinco vezes por semana e 32 ouvintes de duas a três vezes por semana. 10 pessoas afirmaram escutar a rádio pelo menos uma vez por semana enquanto 11 pessoas disseram ouvir apenas de vez em quando.

Gráfico 10 – Por que escuta a Rádio Inconfidência?



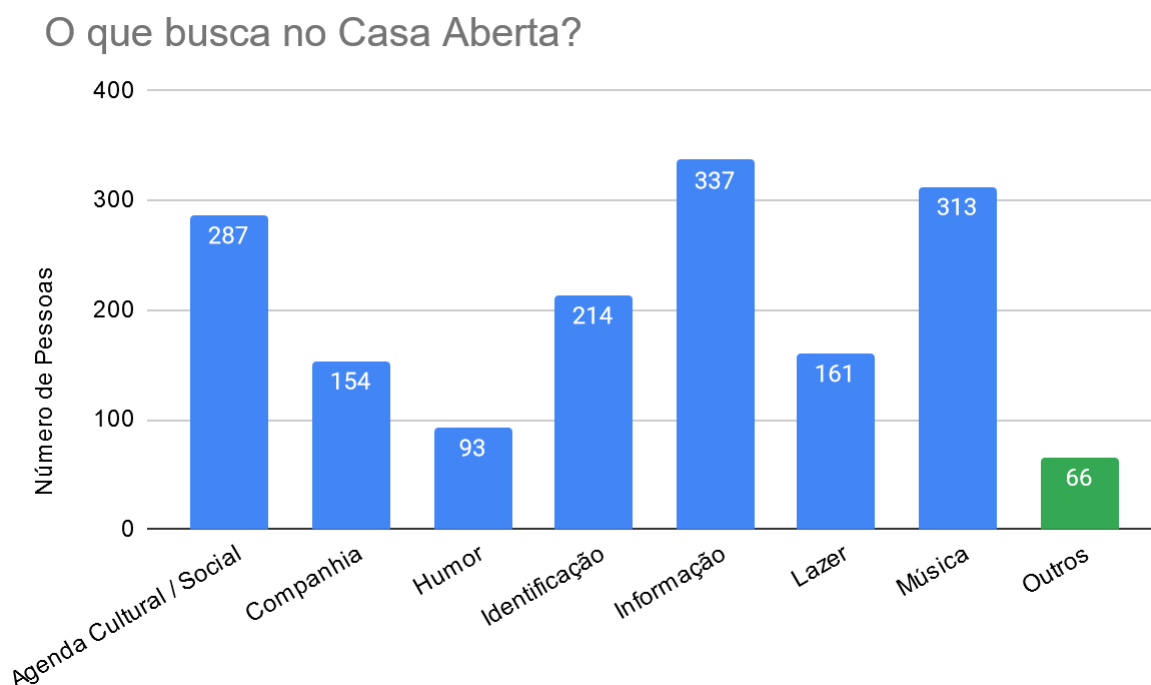
Fonte: Velise Maciel

Na sétima pergunta do questionário, também havia respostas prontas, mas o ouvinte poderia formular um novo campo além de marcar mais de uma opção se quisesse. A pergunta era: O que você procura quando se propõe a ouvir a Rádio Inconfidência? Pode marcar mais de uma opção. Entre as opções oferecidas estavam: informação, música, lazer, humor, companhia, para me inteirar dos eventos culturais/sociais e identificação, uma rádio que fale sobre Minas Gerais. Ao todo, foram 375 respostas (Gráfico 10).

A maior parte dos ouvintes que respondeu à questão considera que escuta a Inconfidência para ouvir música, num total de 364 pessoas (97,1%). Em segundo lugar, 308 ouvintes (82,1%) falaram que escutam a Inconfidência em busca de informação. Em terceiro lugar, aparece a opção para me inteirar dos eventos culturais e sociais, com 301 respostas (80,3%). Aparecem, ainda, por ordem de preferência: identificação (242 pessoas, 64,5%), lazer (199 pessoas, 53,1%), companhia (138 pessoas, 36,8%) e humor (86 pessoas, 22,9%).

Foram formuladas, ainda, 30 respostas diferentes na opção de um novo campo. A grande maioria, 17 pessoas, falava sobre a qualidade das pautas da Rádio Inconfidência e a afinidade que possuíam com o conteúdo. Nessa mesma linha, duas pessoas falaram que escutavam a rádio pelas entrevistas, uma pela diversidade da rádio e outras duas para ficar a par das novidades. Quatro pessoas disseram que ouviam a rádio procurando interação, duas queriam ingressos para shows e uma afirmou que procurava a rádio para se distrair. Outra pessoa afirmou ouvir a rádio para se sentir próxima aos países lusófonos.

Gráfico 11– Por que escuta o Casa Aberta?



Fonte: Velise Maciel

A oitava questão era praticamente a mesma da sétima, com exceção que, dessa vez, se perguntava ao ouvinte o que ele buscava quando ouvia o Programa Casa Aberta. O objetivo era justamente analisar se o interesse mudava ao ouvir o programa em relação à programação da rádio. As opções de campos foram as mesmas e se manteve a opção de marcar mais de uma resposta ou formular uma nova. Ao todo, 373 ouvintes responderam (Gráfico 11).

Ao ouvir o Programa Casa Aberta, o ouvinte respondeu que, prioritariamente, buscava informação (337 pessoas, 90,3%), seguido de música (313 pessoas, 83,9%) e para se inteirar dos eventos culturais e sociais (287 pessoas, 76,9%). Identificação aparece em quarto lugar (214 pessoas, 57,4%) e lazer, em quinto (161 pessoas, 43,2%). É interessante notar que companhia (154 pessoas, 41,3%) e humor (93 pessoas, 24,9%) foram campos marcados por um maior número de ouvintes do que na questão anterior, relativa à Rádio Inconfidência.

O número de ouvintes que formulou um novo campo também foi maior, 66 ouvintes. A maioria deles, 31 ouvintes, falou que ouvia o Programa Casa Aberta por causa das pautas e da afinidade com o conteúdo. 10 ouvintes falaram que escutam o programa porque sentem afinidade com a equipe, e oito porque o programa possibilita interação com os apresentadores. Sete ouvintes citaram ouvir o Programa Casa Aberta pela diversidade do programa e quatro pessoas, para ficar a par das novidades. Em menor número aparecem os ouvintes que buscam brindes (2 pessoas), lusofonia (1 pessoa), se sentir feliz (3 pessoas).

São algumas dessas respostas: “procuro um espaço plural, diverso, que trate de assuntos como educação, cultura, cidadania. Um programa que inclua temáticas não abordadas em outros programas de rádios comerciais, como feminismo, LGBT, negritudes etc.”; “procuro pautas sociais e acadêmicas; procuro um programa que traz temas variados como o CASA ABERTA”; “procuro um programa que aborde cidadania e direitos humanos e seja voz em defesa de grupos especiais”.

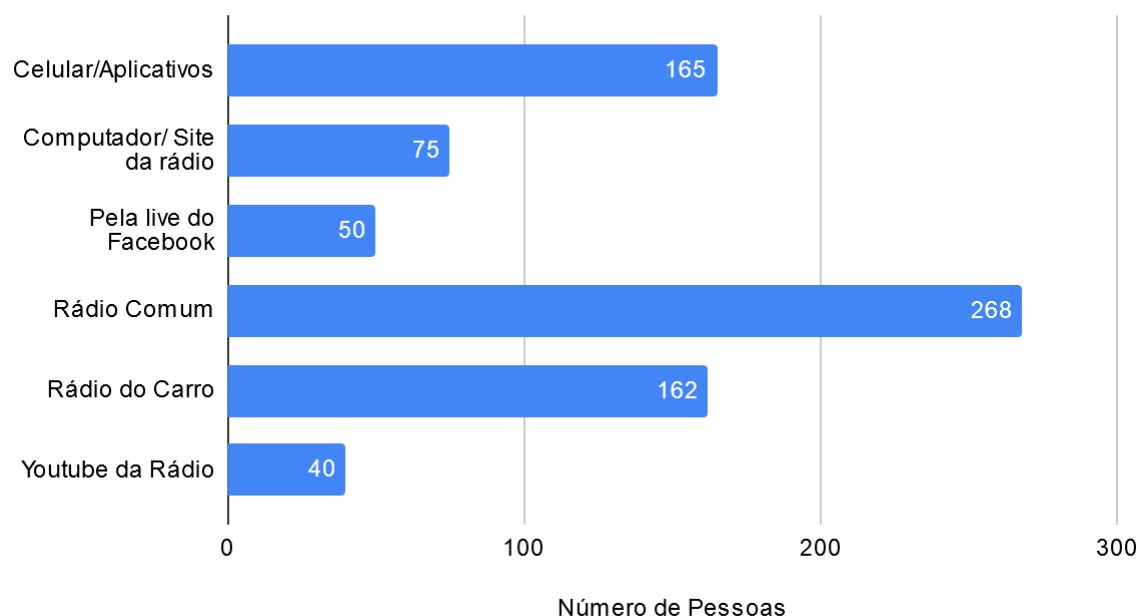
O motivo de ouvir o Programa Casa Aberta aparece em frases como: Escuto pela diversidade de informações e opiniões; As entrevistas e o posicionamento social e político; A diversidade de temas relevantes e de interesse social; Excelentes apresentadores, programação, temas e convidados; escuto o Casa Aberta pelo seu viés democrático; Busco aprender a ter outra compreensão de assuntos diversificados e que melhore meu sentimento de cidadania.

Em relação à afinidade com a equipe e à importância da interação e participação do ouvinte, as principais respostas criadas foram: Escuto porque o programa faz um diálogo

permanente com os ouvintes. Eu me sinto de fato, fazendo parte do Casa Aberta, porque se rompe com a distância; Ouço por causa do amor ao mundo que a equipe transmite. Me sinto bem. Me faz bem saber que tem gente do bem espalhando amor por aí; Busco um olhar mais humanizado e a proximidade com relação aos ouvintes escutantes; Me sentir bem num programa que acolhe seu ouvinte com muito carinho, além de tudo que já foi citado acima; Gosto de opinar sobre os temas; Escuto para me encontrar com pessoas de bem, que procuram e desejam o bem comum, não apenas pela profissão na rádio, mas por valor. Isso dá esperança pra viver e continuar a lutar.

Gráfico 12 – Dispositivos que escuta o Casa Aberta

### Escuta o Casa Aberta de quais dispositivos?



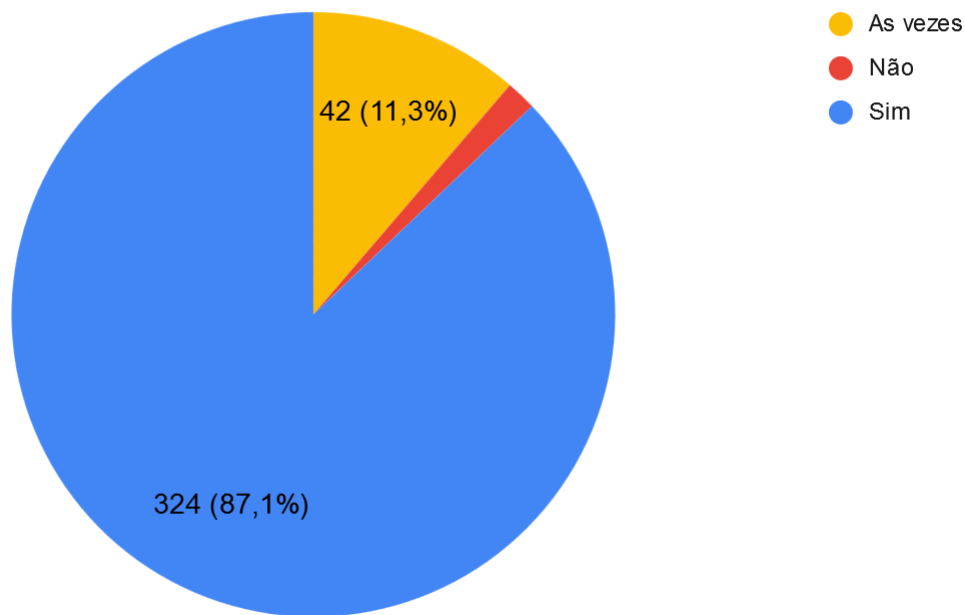
Fonte: Velise Maciel

A nona questão do questionário era uma questão fechada, mas o ouvinte poderia selecionar mais de uma opção. Ela perguntava por onde, por qual meio o ouvinte escutava o Programa Casa Aberta. Ao todo, 375 ouvintes responderam a esse questionamento (Gráfico 78). A grande maioria, 268 ouvintes (71,5%) afirmaram ouvir o programa em um rádio comum, enquanto 165 ouvintes (43,7%) escutam por celular e aplicativos de celular. Quase o mesmo número, 162 ouvintes (43,2%), afirmou escutar pelo rádio do carro. O uso do computador para a escuta do programa não apareceu de forma significativa. Apenas 75 ouvintes (20%) falaram que escutam pelo computador, incluindo o site da rádio, 50 (13,3%) pela *live* do

Facebook.com/programacasaaberta e 40 ouvintes (10,7%), pelo canal de YouTube.com/radioinconfidenciawebtv.

Gráfico 13 – Realiza outra atividade do ato de escuta do Programa Casa Aberta?

Você escuta o Casa Aberta fazendo outra atividade?



Fonte: Velise Maciel

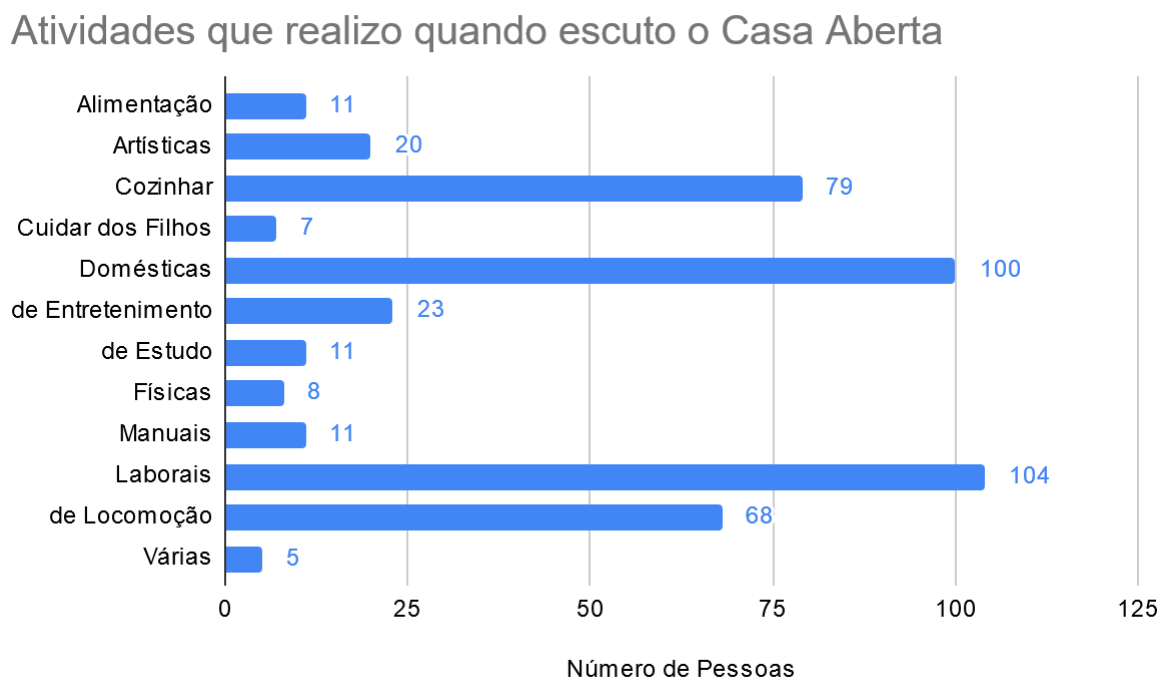
A décima questão era fechada e perguntava se o ouvinte escutava o programa fazendo outra atividade. Eram três as possíveis respostas: sim, não, às vezes. Ao todo, 372 ouvintes responderam a esse questionamento (Gráfico 13). A grande maioria afirma que sim, que realizava outra atividade enquanto escutava o Programa Casa Aberta. Foram 324 ouvintes que marcaram sim, o que corresponde a 87,1%. Outros 42 ouvintes responderam que às vezes sim, outras não, um total de 11,3%. Os ouvintes que marcaram prestar atenção exclusivamente no programa foram somente oito, e correspondem a 1,6% do total.

A questão seguinte, a décima primeira, era um complemento da décima e perguntava qual era a atividade que o ouvinte realizava enquanto escutava o Programa Casa Aberta. A questão era aberta e 349 ouvintes responderam a esse questionamento (Gráfico 14). Uma variada gama de respostas surgiu e elas foram enquadradas nas seguintes categorias de



atividades: alimentação, artísticas, cozinhar, cuidar dos filhos, domésticas, de entretenimento, de estudo, físicas, manuais, laborais, de locomoção e várias.

Gráfico 14 – Atividade no ato de escuta do Programa Casa Aberta



Fonte: Velise Maciel

Pela ordem, a maioria dos ouvintes que respondeu ao questionário escuta o Programa Casa Aberta trabalhando, em sua atividade laboral. Foram 104 ouvintes no total. Alguns deles, inclusive, citaram suas profissões: trabalho com comunicação; trabalho em um escritório; trabalho com produção cultural; corrijo provas enquanto escuto; preparo aulas enquanto ouço o programa; sou designer gráfico; eu sou luthier e trabalho ouvindo a rádio; é meu horário de "baixar relatórios"; sou motorista; escuto no trabalho, operando máquinas; sou contadora; sou pedreiro, pintor e eletricitista; sou professora, portanto estou sempre corrigindo ou elaborando algo no horário do programa; sou técnico de áudio; tenho uma oficina de alinhamento e balanceamento; sou tosadora; escuto trabalhando eu projeto usinas solares; trabalho em atividade de manutenção residencial; escuto da minha loja, um pet shop. Como se pode ver por essa amostra, as atividades laborais foram as mais diversas possíveis.

Outros 100 ouvintes responderam que realizam atividades domésticas ouvindo o Programa Casa Aberta e 79, que cozinham no horário. Os próprios ouvintes, ao relatarem suas atividades, fizeram essa distinção entre atividade doméstica e a preparação do almoço. Vale lembrar que o Programa Casa Aberta acontecia no horário de dez ao meio dia, que é um horário que grande parte das pessoas está preparando suas refeições.

Em quarto lugar, com 68 ouvintes, figuraram atividades de locomoção. A grande maioria escreveu que escuta enquanto está no carro ou dirigindo. Mas também foram registrados ouvintes que escutavam o programa no ônibus e no metrô.

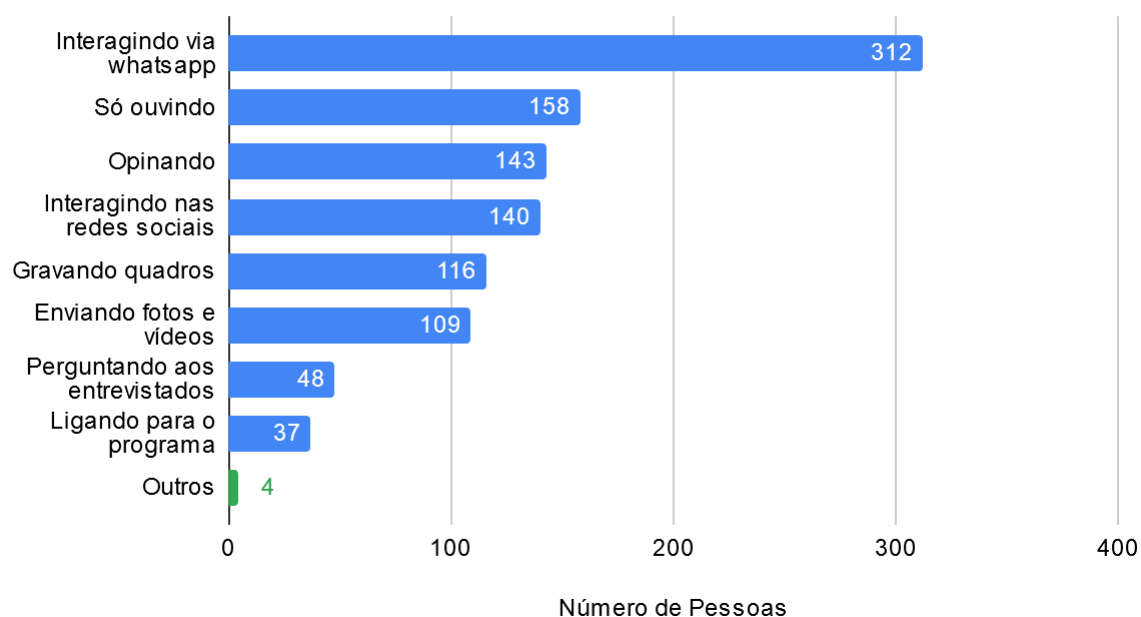
Em quinto aparecem atividades de entretenimento, com 23 ouvintes, seguido de atividades artísticas, com 20 ouvintes. Como atividade de entretenimento, classificamos respostas como: nos momentos de lazer; acessando Facebook; fazendo palavras cruzadas; cuidando dos meus pets e das minhas plantas; brincando com minha enteada; navegando na internet; mexendo no celular; lendo; socializando; fico vendo publicações nas redes sociais. E como atividades artísticas, entraram respostas como: caligrafia artística; design de móveis únicos; serigrafia; trabalhando com arte; trabalhando em meu ateliê; fazendo arte; artesanato; artes plásticas; artes visuais; desenhando; desenvolvendo coleção de acessórios. Grande parte das respostas dessa categoria poderia ter sido encaixada como trabalho, mas optamos pela separação pelo fato de o Casa Aberta possuir um quadro de artes plásticas, o Arte ao Cubo, toda sexta-feira. Descobrimos com o tempo pelas participações no WhatsApp do programa que eram numerosos os ouvintes que trabalhavam com artes plásticas e nos ouviam em seus ateliês. Por isso optamos por classificar quem escreveu a atividade artística ao invés de ter preenchido simplesmente escrevendo que escutava trabalhando.

Três atividades aparecem com o mesmo número de ouvintes, 11. São elas: alimentação, de estudos e manuais. É interessante notar que entre as respostas de alimentação, teve ouvinte que afirma tomar café da manhã durante o programa enquanto outros dizem que almoçam no horário. Quanto às atividades manuais o que mais apareceu foi a costura em respostas distintas como: costurando; bordado ponto cruz; ateliê de costura; fazendo crochê; costura artesanal.

A décima atividade mais comum exercida durante o programa entre os ouvintes que preencheram o questionário são as físicas, sendo a caminhada a atividade mais citadas por eles. Ela aparece oito vezes. Cuidar dos filhos aparece logo após, com sete citações. Por último, cinco ouvintes responderam que realizam atividades variadas, dependendo do dia e do horário.

Gráfico 15 – Maneiras que participa do Programa Casa Aberta

### Participa de quais maneiras do Casa Aberta?



Fonte: Velise Maciel

A décima segunda questão do questionário perguntava sobre de que maneiras o ouvinte participava do Programa Casa Aberta. Era possível marcar mais de uma opção e havia um espaço em branco para se criar uma nova. As opções fornecidas pela questão eram: gravando quadros; curtindo ou comentando nas redes sociais; ligando para o programa (telefone); interagindo através do WhatsApp do programa; enviando fotos e vídeos; enviando comentários sobre os temas do programa; enviando dúvidas aos entrevistados; só ouvindo na maior parte das vezes. Ao todo, 371 ouvintes responderam a esta pergunta (Gráfico 15).

É interessante observar o uso da tecnologia no rádio nessa questão. Para 84,1% dos ouvintes, ou seja, 312 pessoas, a melhor forma de participar do Programa Casa Aberta é pelo WhatsApp, enquanto 10%, 37 ouvintes, utilizam o telefone, instrumento que até pouquíssimo tempo era a forma principal de contato do ouvinte com os locutores de rádio. Ainda sobre o

WhatsApp, 116 ouvintes o utilizam para enviar mensagens de voz e participar dos quadros do programa (31,3%) e 109 ouvintes (29,4%) também enviam fotos e vídeos para os locutores.

Carta ou e-mail não foram opções da questão, mas também não foram mencionados pelos ouvintes no campo aberto. A interação nas redes sociais, seja curtindo ou comentando, aparece em 140 respostas, 37,7%. Mas é interessante notar que 42,8% dos ouvintes, ou seja, 158 pessoas afirmam só escutar o programa na maioria das vezes, sem participar.

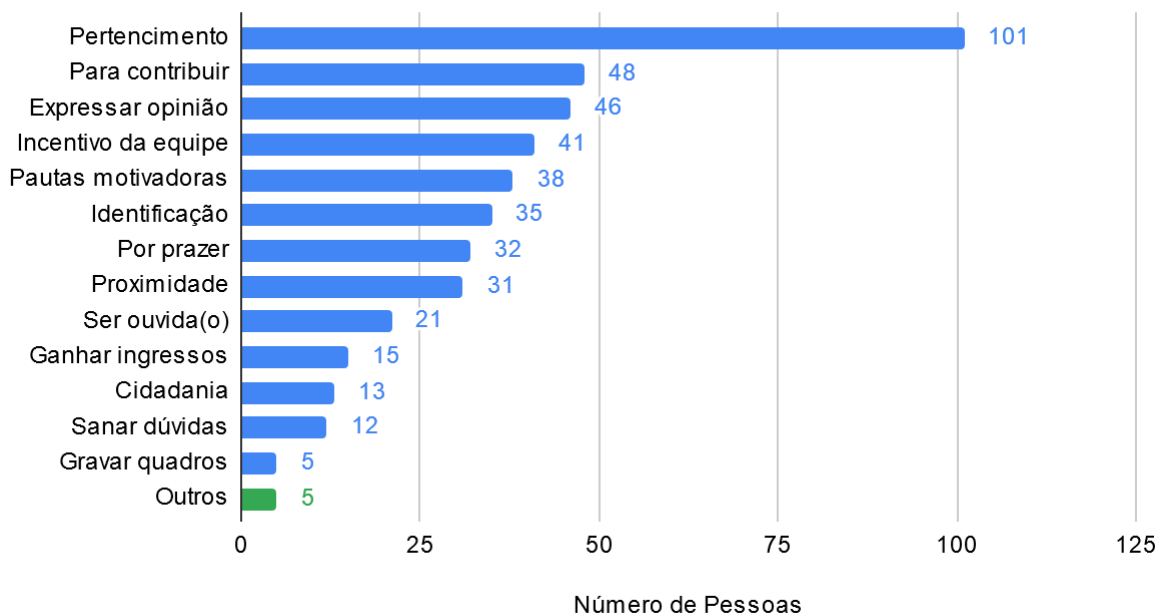
Enviar comentários sobre os temas é uma ação prática que 38,5% ou 143 ouvintes gostam de fazer. Observa-se a diferença em relação a enviar perguntas sobre os mesmos temas. Só 12,9% admitem fazer, o que nessa amostragem corresponde a 48 ouvintes.

Esse dado se torna importante, na medida em que muitas rádios limitam a participação do ouvinte a questionamentos. Pelas respostas a essa questão, os ouvintes gostam muito mais de participar quando tem conhecimento sobre o assunto e acham que podem contribuir do que quando possuem alguma dúvida, seja por vergonha ou falta de motivação em fazer a pergunta. O Programa Casa Aberta, nos últimos meses de 2019, foi direcionado a enfatizar perguntas e evitar comentários, o que, para algumas pessoas, era um simples “achismo” do ouvinte.

Quatro outros ouvintes preencheram o campo em branco, e a resposta foi a mesma, que eles participam do programa enviando sugestões de pautas.

Gráfico 16 – Motivos para participar do Programa Casa Aberta

### Por que interage com o Casa Aberta?



Fonte: Velise Maciel

A décima terceira questão era um complemento da décima segunda e perguntava para o ouvinte por que ele participava do Programa Casa Aberta e o que significava aquela participação para ele (Gráfico 16). A questão teve 321 respostas e, por ser aberta, teve uma gama imensa de respostas que foram agrupadas em 14 itens: pertencimento, para contribuir, expressar opinião, incentivo da equipe, pautas motivadoras, identificação, por prazer, proximidade, ser ouvida (o), ganhar ingressos, cidadania, sanar dúvidas, gravar quadros e outros. No campo *outros*, entraram respostas que não se encaixaram em nenhuma categoria anterior.

Uma dessas respostas é: “Aprendi, desde cedo, antes da faculdade, que a comunicação só se completa na interpretação da mensagem por parte do interlocutor e a interpretação grita por participação, que é a construção conjunta, ora mais ora menos mediada. Em casa, aprendi a consultar fontes diversas para que possa subsidiar a opinião. Rádio sem interação é comunicação incompleta. Rádio sem participação é um mergulho em um passado que foi imposto pelas necessidades dogmáticas. A origem do rádio é suficientemente didática para esclarecer, basta lembrar das rádios (a Inconfidência, inclusive) públicas, sobretudo, mas não apenas, que, historicamente, incumbiram-se de levar mensagens e unir pessoas e cidades

distantes. Rádio sem ‘mão-dupla’ serve a propósitos de UM PÚBLICO; jamais DO PÚBLICO”.

A principal resposta dos ouvintes foi que eles participavam porque, realmente, se sentiam parte do programa. Ao todo, 101 ouvintes falaram sobre esse sentimento de pertencimento. Separamos algumas respostas: “Eh uma delícia a sensação de interação. De fazer parte do programa”; “Por o programa abordar assuntos do meu interesse e por me sentir parte do programa ao participar”; “O programa se tornou um lugar de pertencimento; Gosto de fazer parte do programa”; “Sinto que o programa é um interlocutor, "alguém" com quem posso dialogar”; “Satisfação em participar e exercer um direito”; “Diálogo, vai além de só ouvir. O programa nos dá essa deliciosa oportunidade de não ser só um ouvinte, mas de interagir, de saber o que pensamos, como vivemos, do que gostamos. Vocês sabem quem somos e que existimos. Essa comunicação entre a rádio e o ouvinte é muito importante para nós é para vcs também, tenho certeza disso”; “É como se fosse um bate papo entre amigos. Sou parte da equipe”; “Cria laços com os quais eu considero meus amigos”; “Me sinto parte do programa. Ouvir meus comentários no ar me dá muito aconchego. Sentir que minha voz é ouvida e importante”; “Aumenta a sensação de companhia e pertencimento”; “Isso significa que tenho voz e posso me expressar com verdade e naturalidade”; “Porque ele é porta aberta. É um programa bastante contemporâneo, que tem um clima favorável e natural para a participação popular. Me sinto parte do programa quando interajo”; “Fazer parte de uma comunidade de amigos conhecidos e desconhecidos mas que se identificam com as propostas do programa”; “Significa uma diferença enorme em termos de comunicação. A inconfidência me dá voz e vez. Eu me sinto incluída, valorizada. Saio da passividade de ser apenas ouvinte, para ser alguém que faz o programa junto com os profissionais da rádio”; “Me sinto inserida no programa”; “Casa Aberta o nome e o formato do programa já resumi a sua essência. Me sinto em casa a vontade e confortável”; “Significa fazer parte, me sinto conectada com a rádio, com vocês e com as coisas de Minas”; “Porque me sinto parte do programa”; “Interajo quando me sinto provocada. Gosto da participação dos ouvintes, aproxima, socializa informações, o ouvinte se vê, se sente parte integrante. Sua fala tem escuta”; “Me sinto integrante do programa, de alguma maneira. Uma certa intimidade surge com o decorrer do tempo, então interajo de maneira muito natural, como se estivesse conversando com amigos íntimos”; “Me sinto parte da rádio também!”; “Me sinto parte dessa casa. Acredito que a participação dos ouvintes complementa o formato do programa”; “Me faz sentir um pouco responsável pela programação”.

Os ouvintes que responderam à questão, 48 deles, também falaram que interagiam porque acreditavam que poderiam contribuir. Algumas dessas respostas são: “Por ser acolhido na condição de colaborador na sua realização”; “Porque considero relevantes as sugestões que tenho a dar”; “Participar do programa significa expor minha opinião, contribuir com as discussões e temas do programa. E por sempre me sentir acolhida e ter minha participação valorizada”; “Uma contribuição com o objetivo de problematizar temas específicos, ou mesmo pela proposta do programa com relação a interatividade”; “Para compartilhar experiências e aprender mais”; “Saber que somos realmente ouvidos, e nossos comentários podem ajudar”; “Contribuir em algum assunto ou perguntar algo”; “Oportunidade de compartilhar algo, contribuir com a dinâmica do programa e sentir-me em casa conversando”; “Sinto que minhas opiniões são importantes e acredito que o programa fica mais autêntico com a nossa participação”; “Porque me sinto bem em contribuir com o programa”; “Acho bacana essa oportunidade de compartilhar com um meio de comunicação”; “Contribuir para a rádio. Troca de ideias”; “Contribuição para a realização do programa e para informar/ajudar outros ouvintes”; “Interajo quando acho que tenho como contribuir para o programa com informações sobre o que está sendo discutido no programa. Me sinto útil”; “Para contribuir com o debate, criar rede de apoio e interação com os demais ouvintes e profissionais do programa e seus convidados”; “Colaborar”; “Passar aos demais informações úteis”; “Compartilhamento de informações”; “Passar informações”; “É uma forma de contribuir com a rádio e com as pessoas que estão escutando”; “A participação significa envolvimento, interação, colaboração. Pois sinto que estou, efetivamente, participando e contribuindo com a programação”; “Me sinto parte do programa e se me sinto útil contribuindo com o conteúdo”.

Ainda de acordo com as respostas dessa questão, 46 ouvintes afirmaram interagir com o programa para expressar sua opinião. Algumas dessas respostas foram: “Me sinto próximo e participativo, posso expressar minha opinião”; “Para emitir minha opinião, dar sugestão de eventos”; “Para manifestar minha opinião. Essa participação me coloca como ser que integra o rádio, um ser pensante”; “Porque eu gosto da interação, de publicar minha opinião e acho os locutores e toda a equipe muito simpática e legal. Significa ampliar o alcance da voz”; “Para opinar, e reafirma a importância da Rádio”; “Gosto demais de dar palpites....tipo a Adriana Calcanhoto....rsrsrrs”; “Poder opinar e falar sobre os assuntos em tempo real”; “Ter um voz, uma opinião”; “Pois às vezes me sinto a vontade para dar minha opinião sobre alguns assuntos. Dar um feedback aos apresentadores sobre o quanto o programa me atinge”; “Acréscitar e dividir opiniões e argumentos aos temas”; “O poder do ‘pitaco’”; “Essa participação significa

uma oportunidade de expressar o que eu sinto e o que eu penso. E também uma forma de contribuir com o debate sobre o tema discutido, compartilhando as minhas ideias e os meus sentimentos com os locutores e os outros ouvintes”.

Em 41 respostas a forma como a equipe do Programa Casa Aberta conduzia o programa também era um fator importante que incentivava a participar. Algumas dessas respostas foram: “A partir do Programa Casa Aberta, com o comunicador Elias Santos, nos foi proporcionado o conceito de ouvinte escutante e isso nos dá uma liberdade de interação com o programa. O respeito que o Elias nos trata e nos insere dentro da programação nos envolve de tal maneira a participar. Infelizmente, com a diminuição de uma hora do programa, está impossibilitando a participação mais efetiva dos ouvintes. A equipe se desdobra pra ler e comentar ficando impossível de fazer em uma hora de programa”; “Por me identificar com a programação e pela simpatia com os que fazem parte da programação”; “Primeiro por ser a rádio incondicional, depois por ser um excelente programa em qualidade. Depois por gostar muito do Elias Santos dentre outros. E por aí vai ...”; “Tenho uma ligação maior do que ser apenas ouvinte-rádio. É algo afetivo. Tenho muito carinho pelo Elias e pela Velise. Mesmo não tendo encontrado com eles pessoalmente. Gosto de me sentir parte do programa”; “Essa mineiridade me encanta, essa mistura de cultura e boa música, a companhia dos apresentadores, enfim tudo de bom!”; “Gosto da forma como a produção e o apresentador interagem com o ouvinte/escutante”; “Me sinto incentivada a isso no decorrer do programa. É sadio, é legal!”; “Me sinto a vontade, criando uma certa intimidade com xs apresentadorxs. Interação HUMANA, coisa de ‘rádia’ de gente para gente”; “Importante troca onde sei que minha participação será vista, comentada, valorizada. Me sinto honrado”; “Pelo seu dinamismo e simpatia de toda Equipe de Trabalho. O programa me abre horizontes, e contribui para o meu crescimento, além de me proporcionar momentos maravilhosos de boas lembranças e o sentimento de pertencimento do Casa Aberta ou até mesmo da Rádio”; “O pessoal é muito acessível e a interação (reciprocidade) se faz real”; “Em primeiro lugar, é o carinho e carisma dos locutores e das outras pessoas que compõem a rádio”; “O programa tem um nível intelectual incrível e isso incentiva a participação”; “As respostas são sempre carinhosas. Me sinto importante para o programa”; “É um programa que instiga a interação, e com isso me sinto parte e em decorrência disso me sinto convidado de ajudar a construí-lo juntamente com os apresentadores”; “Porque desde o início fui recebida com carinho, atenção e respeitada pelas minhas opiniões”; “Curto bastante o trabalho da equipe, especialmente o trabalho do Elias e da Velise que estão diretamente em contato conosco por meio de suas vozes. Essa participação é muito bacana porque nos faz sentir parte do programa,



da equipe, já que essa participação ajuda a fazer parte da programação. Também porque coloca em evidência o papel de uma emissora que é estatal mas que se pretende pública”; “Interajo com o programa porque ele dá voz às minorias e trata a todos os seus ouvintes com total respeito de maneira humanitária fazendo com que o participante se sinta acolhido”; “Participação ativa, seguindo a linha da rádio que é a construção conjunta da programação, junto com o seu público. Acho que vai muito do apresentador que possui uma forma única de estimular esta interação, como é o caso do Tutti, Elias e Velise”.

Para 38 ouvintes, as pautas do programa eram o grande incentivo que os levava à participação. São algumas dessas respostas: “Gosto das pautas abordadas no programa. Essa participação dá voz aos ouvintes e abre novas pautas e discussões saudáveis”; “Temas importantes que não são tratados em outros horários e outras rádios”; “Porque são apresentados temas do meu interesse”; “Temas importantes e relevantes ao cidadão”; “Trocar experiências, pensar fora da caixa, conhecer coisas novas e pessoas em suas diversas experiências. Isso me abrange o pensar, o viver, e alarga meu coração. Não tenho redes sociais além do WhatsApp: sinto que as notícias são tão velozes, como se a gente tivesse que ficar sempre ligado e ainda não fosse suficiente – e isso é adoecedor para mim. A partir do programa, me mantenho informada na medida certa, me alimento de esperança e determinação para continuar a viver e lutar, além de aprender e aprimorar a arte da escuta (já que mais escuto do que falo pelas minhas participações)”; “O Programa Casa Aberta nos motiva a participar com temas relevantes em nossa sociedade. Poder tornar pública a minha participação é gratificante, pois o rádio possibilita alcançar milhares de pessoas e fazê-las pensar”; “Nada substitui a relação do ouvinte e do radialista/comunicador. Me sinto chamada a participar pela riqueza dos conteúdos que abordam”; “Gostar dos assuntos abordado”; “Às vezes pelo assunto de alguma forma me interessar!”; “Gosto muito dos assuntos abordados, trabalho com retorno eh muito gratificante”; “Os temas são atuais e relevantes e sempre despertam interesse. O retorno da participação também ajuda muito”; “Adoro rádios com viés cultural aguçado e procuro informações sobre eventos em BH e região. Compartilhar informações sobre atividades culturais na grande BH e também sobre atividades escolares”; “Adoro participar, pois os temas são sempre interessantes; amo os assuntos abordados, entrevistas; Sempre abordam questões interessantes e gosto de elogiar”; “Por tratar de temas que muito me interessa”; “Me identifico com a proposta do programa e acho a maioria dos temas de grande relevância, importantes para o ouvinte”; “Porque os temas Escolhidos são sempre de muita importância. Ter voz e vez, em equipe, isso é muito sério em um sistema de comunicação”; “As pautas também são de suma importância.

A cidadania e a educação são tratadas com toda importância necessária. E todo esse conjunto de qualificações é o que difere o programa dos demais. Para mim esse canal de comunicação através das participações significa muito não apenas para mim, como também para diversas pessoas de todo o estado de Minas Gerais. E também fora dele”; “Identificação com as propostas divulgadas pelo programa, sempre focado em Cultura, Cidadania e Respeito”; “Porque o programa sempre leva debates importantes e necessários sobre diversidade, educação, saúde, direitos, preservação ambiental, sobretudo, sobre resistência”; “É super importante pois, me sinto parte da Equipe que constrói esse programa, que fala de Cidadania, política, arte e sobre direitos das Mulheres, idoso, da infância e dos LGBTs”.

Para 35 ouvintes a identificação com o programa era uma motivação que os levava a interagir com o Casa Aberta. São algumas dessas respostas: “Porque me identifico com os temas e me sinto acolhida”; “Através do programa o qual eu me identifico muito me torno uma pessoa mais instruída e me socializo com as diversas maneiras da nossa cidade. Saio da minha zona de conforto através das várias informações que o programa trás. A participação para mim é uma forma de evolução através dos conteúdos do programa”; “Me identifico com o programa e os temas”; “Comunhão de pensamentos / respeito à opinião divergente/ certeza que serei ‘ouvido/escutado’. Significa acolhida... ser abraçado, amado; Interajo porque me identifico com o estilo do programa. Pra mim participar significa poder partilhar e compartilhar ideias e opiniões sobre os temas abordados”; “Porque me identifico com os temas e me sinto acolhida”; “Me identifico com a proposta”; “Saber que tem gente do outro lado que comunga com as mesmas ideias, causas e que são pessoas como a gente”; “É como se estivéssemos mais próximos, é uma forma de expressar minha identificação, de reforçar o que gosto. É como se dissesse: continuem assim!! ...rs”; “Porque me identifico com o programa, produção e apresentação”; “Por me identificar com alguns temas ou quando tem algum artista que gosto”; “Me identifico com o programa”.

Para 32 ouvintes, a sensação de felicidade, satisfação e prazer em participar é a justificativa da interação com o programa. Algumas dessas respostas são: “Fazer parte da rádio através dos ouvintes, apresentadores e toda a equipe do programa com muito prazer”; “Muita emoção boa”; “Além de me sentir bem, talvez me ajude de alguma forma e perder um pouco a timidez”; “Me sinto em casa a vontade quando ouço o programa. Além de me fazer companhia, fico inteirada de assuntos culturais. De coração: Adoro a inconfidência”; “Pelo prazer e pôr quebrar a barreira da timidez”; “Pelo prazer de dividir o que sei, o que gosto de fazer, dar dicas, agradecer pelo tanto que aprendo. Significa agregar”; “Uma maneira de reforçar que é meu

programa de rádio predileto”; “Porque fala sobre o que eu gosto de ouvir. É interessante esse bate papo; Gosto muito da Proposta da programação. Um resgate do papel social da Rádio, vivificar isto é muito prazeroso”; “Eu amo o programa 🏠 aberta, exatamente por isso, vocês dão valor a nossa participação enriquece muito o programa!!!!”; “Significa estar inserido num meio que me faz bem - o cultural!”; “Gosto de participar e assim valorizar o trabalho dos profissionais que fazem meu dia melhor e informado”; “Gosto de falar o que penso e participar me faz bem”; “Porque gosto”; “Fazer parte do rádio, gosto demais”; “Porque gosto do programa”; “Por que eu gosto, mas depois que me tornei mãe isso diminuiu bastante!”; “Gosto de participar...mas não é sempre que posso... estou trabalhando”; “Quando me sinto sozinha, a participação me ajuda, é uma forma de interagir”; “Gosto de participar, me posicionar, opinar. Significa que estou conectada com vcs. Que vcs existem rs e quando respondem o WhatsApp é uma alegria só”.

A sensação de proximidade com os outros ouvintes e com a equipe da rádio também foi a justificativa de 31 ouvintes. Algumas respostas foram: “Significa estar mais próximo de pessoas que eu admiro o trabalho, me sinto fazendo parte do programa”; “Essa participação significa dar voz ao povo. Eu me sinto integrado com a sociedade de uma forma geral”; “Integração. O programa é muito acolhedor. Um dia que não pude assistir, o programa enviou o que ocorreu para meu WhatsApp. A gente fica mais inteligente; Me sinto um formador de opinião e difusor da sustentabilidade. O debate proporciona evoluir nos conceitos sobre os temas. Protagonismo. Alegria. Sou amigo da Velise, sem conhecê-la pessoalmente. Com respeito e carisma mútuos”; “Conhecer a Equipe por áudio e vídeo é prazeroso e cria uma saudável amizade. Afronta o desejo de conhecê-los pessoalmente, como na “Nossa Festa de 4 Anos””; “Às vezes parece uma conversa com gente da gente, amigos, velhos conhecidos. Ficamos mais próximos”; “Além de me deixar muito feliz interagir com os apresentadores e criar possibilidades de fazer novas amizades é maravilhoso. É uma alegria!”; “Morando fora do Brasil, interagir me faz sentir mais perto de casa; Adoro programas de rádio e ao interagir, me imagino no programa!”; “Estar mais próxima dos ouvintes e do Elias”; “Muito legal. Sinto-me próximo de BH ao falar com Elias Santos e a Velise, mesmo que seja pelo WhatsApp”; “Matar saudades da minha terrinha querida BH, ouvir música de qualidade e me informar sobre eventos na região. Por morar longe, não posso participar, mas divulgo para todos os amigos de BH; muitos ficam sabendo das coisas por mim :) e vários participam!!! YES! Falo pra eles irem e aproveitarem por mim. É um ALENTO pra mim ...; Aproximação”; “Porque gosto da dinâmica do programa. Significa conhecer mais pessoas”; “A minha participação é importante pois me

aproxima do apresentador e da produção, esclareço dúvidas, sou ouvida, contribuo com o programa e posso compartilhar conhecimentos e pontos de vista”; “Conheci a rádio Inconfidência num programa ao vivo, no Bahia shopping e participar através do WhatsApp, me dá a impressão que continuo presente, ao vivo, ao lado de todos”.

Para 21 ouvintes, o motivo de participarem é saber que seriam ou poderiam ser ouvidos. São algumas dessas respostas: “Uma oportunidade de ter minha voz ouvida”; “A participação é a oportunidade que o ouvinte tem de ter voz”; “Sinto que estou sendo ouvida”; “Adooooo quando meu comentário é lido e meu nome é falado rsrs. Muita gente fala na hora: Mônica escutei seu nome na Inconfidência hehehe; Conexão com o mundo. Que sou ouvido e ajuda a dar interatividade ao programa”; “Sinto que estou sendo ouvida”; “Me sinto parte do programa. Sou livre para expor minhas opiniões, ponto de vista, partilhar o que faço no cotidiano. De grande importância, sou ouvida”; “É um programa que traz informações, e que me acrescenta um aprendizado todos os dias. Essa participação me dá a sensação de ser importante. Da mesma forma que eu ouço outras pessoas, ele me dá a oportunidade de ser ouvido. Faz tão bem quando uma pessoa ouve a gente, liga, faz um comentário. É bacana”.

Ganhar ingressos também é algo que motiva a participação de 15 ouvintes que responderam essa questão. São algumas dessas respostas: “Porque os temas são sempre interessantes, os apresentadores são pessoas muito especiais e a possibilidade de ganhar uns ingressos, ah sem falar na música de primeira qualidade”; “Porque sou uma ouvinte escutante e atuante. E gosto de ganhar ingressos para eventos culturais. Então tenho que arriscar”; “Muitas das vezes para participar dos sorteios, outras pela empolgação dos temas/assuntos abordados”; “Para participar de sorteios e interagir”; “Gosto de opinar em questões importantes, gosto da sensação de pertencimento ao fazer parte do programa, e também em alguns dias, para concorrer a brindes”; “Ganhar brindes, ser ouvida. Normalmente é para ganhar algo em sorteio. Mas dou meus palpites pra mim mesma, pois cozinhando não dá para interromper a todo momento para participar efetivamente com opiniões por escrito ou por áudio. De qualquer forma, da minha parte há sempre reflexões e isso me ajuda na minha caminhada como ser humano”; “Acho que o programa fica mais ‘Humanizado’ só interajo quando realmente é um assunto que me interessa ou que tenho informações úteis para acrescentar e claro quando tem sorteios de ingressos e afins”; “Interajo no WhatsApp para participar dos sorteios de shows”.

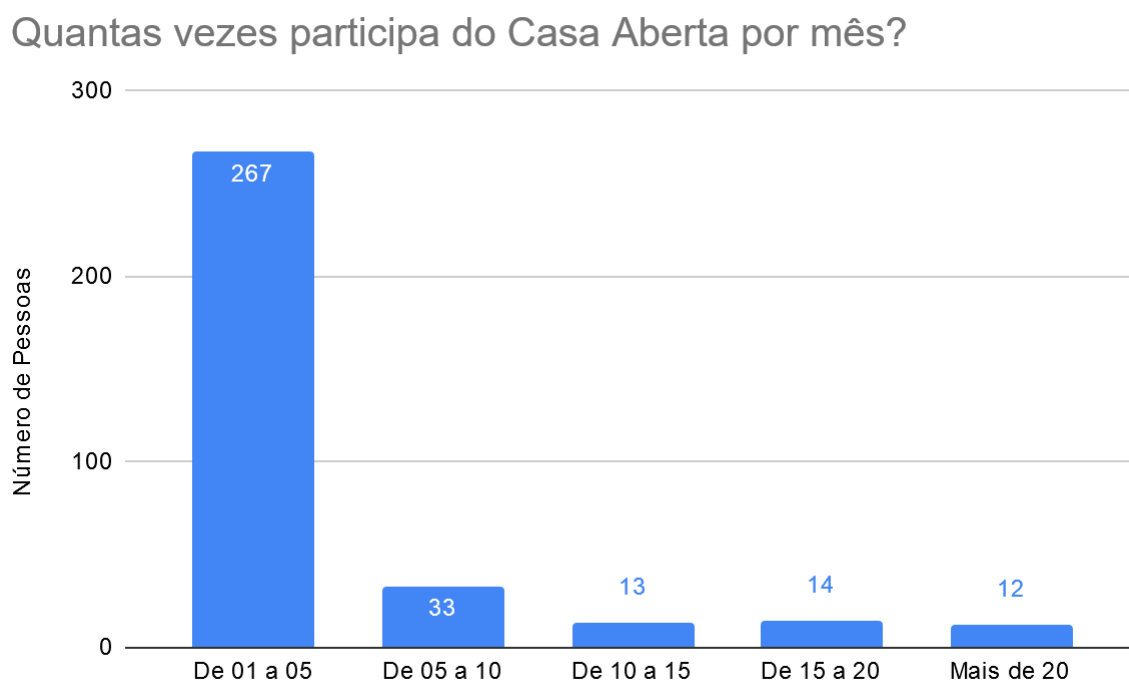
Para 13 ouvintes, a participação significava a construção de sua cidadania e isso é que gerava o desejo de participação. Algumas dessas respostas são: “Quando escuto o Programa

Casa Aberta sinto uma convergência de pensamentos, como se não estivesse sozinha no caos que se instituiu no país. Representatividade, cidadania, educação isso é o Casa”; “Cidadania. Colaborar com um programa que tem sentido de comunidade, coletividade”; “Ser um ouvinte escutante. Afinal a casa é aberta, e fazemos parte dele. Quando interagimos ajudamos a construir o programa, e nisto está a riqueza deste programa, que o torna diverso, ajuda a promover a cidadania, além de entreter, trazer informações e cultura”; “União entre diversos coletivos sociais”; “Exercer minha cidadania e elogiar; Busco proximidade com a Rádio Inconfidência e com sua programação pela valorização da cultura, arte, cidadania e por defender acima de tudo o respeito a diversidade que nos permeia”; “Porque é uma oportunidade de expressar minha opinião, e também um exercício de cidadania”; “Informação, cultura, formação cidadã!”.

Somente 12 ouvintes citaram que participam para esclarecer alguma dúvida ou questão. Algumas dessas respostas são: “Pra me informar ou passar alguma informação”; “Às vezes interajo querendo saber mais sobre um determinado assunto. Outras vezes querendo saber informações sobre uma música ou um artista que tenha sido trocado no momento. E às vezes simplesmente para agradecer o desempenho e a dedicação de todos que fazem possível chegar a nós a sua bela programação”; “Sendo um assunto que tenho conhecimento ou que desejo mais informações vejo que é importante interagir pois através dela posso passar alguma informação e/ou receber alguma dica ou informação”; “Tirar dúvidas. Liberdade de expressão”.

Por último, também foi citada a possibilidade de gravar quadros como um fator motivador para a participação. Foram algumas dessas respostas: “Porque acho interessante que os quadros continuem e por isso devemos participar”; “É uma maneira de reforçar o sentimento de pertencimento do que chamam de Mineiridade. Além disso é uma maneira de compartilhar músicas de qualidade. Conheço e indico”; “Gosto da proposta do programa com seus quadros interativos”; “Pedir alguma música”; “O formato do programa convida o ouvinte a participar. Como exemplo cito a discussão de temas atuais e relevantes para além das fronteiras de BH, o espaço dado para artistas locais divulgarem sua arte, a participação do ouvinte pedir música e incentivar a leitura”.

Gráfico 17 – Frequência que participa do Programa Casa Aberta



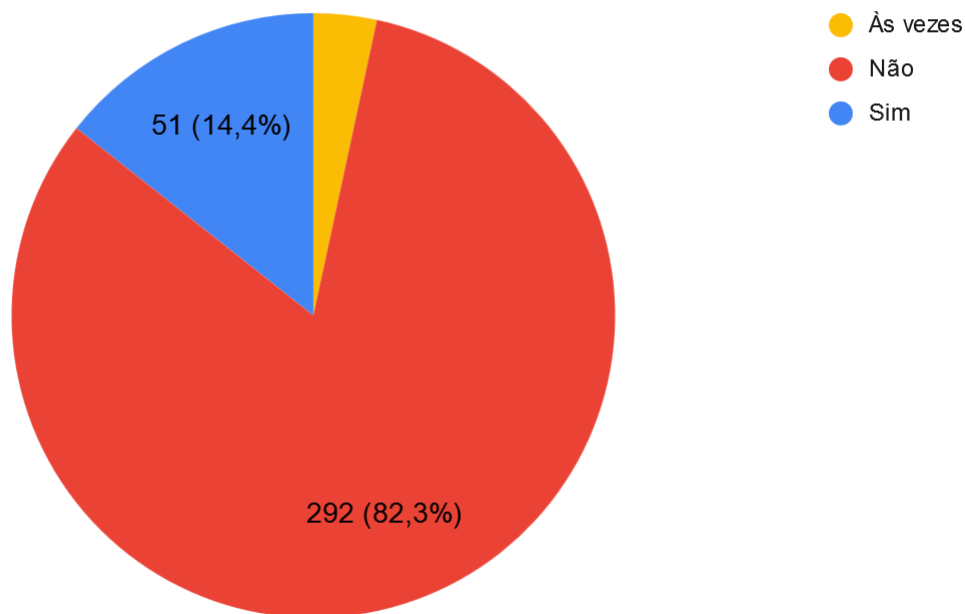
Fonte: Velise Maciel

A décima quarta questão era fechada e perguntava se o ouvinte saberia informar quantas vezes participava do programa por mês. Foram dadas cinco alternativas: de 1 a 5; de 5 a 10; de 10 a 15; de 15 a 20 e mais de 20. Ao todo, 339 ouvintes responderam a essa questão (Gráfico 17).

A grande maioria, 267 ouvintes, o equivalente a 78,8%, afirmaram participar de uma a cinco vezes por mês. 33 ouvintes, ou 9,7%, responderam que participavam de cinco a 10 vezes. 13 ouvintes (3,8%) responderam que participavam de 10 a 15 vezes. 14 ouvintes (4,1%) afirmaram que participavam de 14 a 20 vezes. Por fim, 12 ouvintes (3,5%) responderam que participavam mais de 20 vezes por mês.

Gráfico 18 – Dificuldade para participar do Programa Casa Aberta?

Você sente dificuldade em participar do programa?



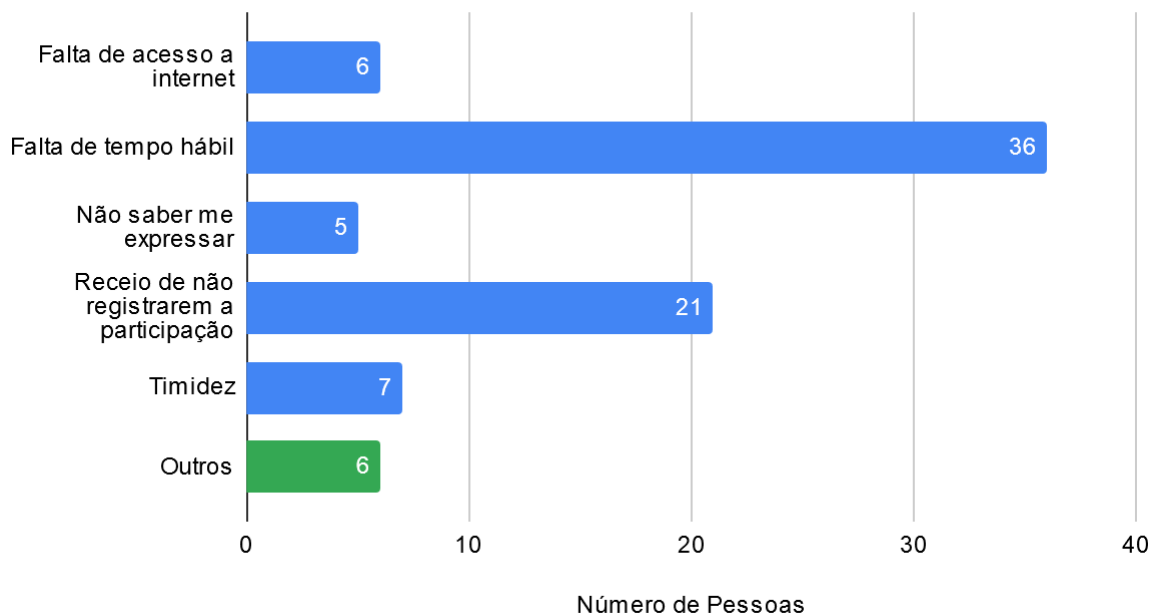
Fonte: Velise Maciel

Na questão seguinte, a décima quinta questão, também fechada, era perguntado ao ouvinte se ele sentia alguma dificuldade em participar do programa. Ao todo, 355 pessoas responderam esse questionamento (Gráfico 18). A grande maioria dos participantes, 292 pessoas ou 82,3%, respondeu que não sentia dificuldade. Mas, outras 51 pessoas, ou 14,4%, respondeu que sim, que sentia dificuldade. Outros 12 ouvintes, ou 3,3%, informaram que, em alguns momentos, houve dificuldade em participar.

A próxima questão complementava a décima quinta e perguntava para aqueles que sentiam dificuldade em participar quais seriam os motivos. A questão era aberta, com resposta livre. 82 ouvintes responderam a este questionamento, um número maior do que o somatório das 51 pessoas que disseram ter dificuldade e com as outras 12 que marcaram sentir dificuldade em alguns momentos (Gráfico 19).

Gráfico 19 – Quais são as dificuldades para participar do Programa Casa Aberta?

### Ao sentir dificuldades em participar quais são os motivos?



Fonte: Velise Maciel

Mesmo sendo uma questão aberta, muitas das respostas apresentaram as mesmas motivações, o que possibilitou o agrupamento em cinco grupos.

Para 36 ouvintes, a falta de tempo hábil durante o programa é o que dificulta a participação. São algumas dessas respostas: “Como escuto no trabalho, minha participação fica limitada; Tempo livre para participar”; “Falta de tempo, porque sempre estou fazendo outra atividade”; “Porque normalmente estou fazendo outra coisa e às vezes não dá pra parar”; “Falta de lugar adequado para interagir. Trânsito por exemplo; Sou mãe de uma criança pequena e não tenho rede de apoio que me possibilite sair da rotina”; “Estar no trabalho”; “Quando estou no trabalho ou dirigindo; Dificuldade de realizar duas coisas ao mesmo tempo”; “Só quando ouço o programa no carro, pois, dirigindo, eu não posso digitar. Em casa, posso participar tranquilamente”; “O tempo. Geralmente estou fazendo o almoço e não consigo parar para participar”; “Normalmente estou dirigindo. O horário coincide com meu trajeto para o trabalho. E, portanto, na maior parte do tempo do programa e na maioria das vezes eu estou dirigindo. Gostaria de participar muito mais, mas o volante me impede”.



21 outros ouvintes disseram que o receio de não registrarem seus comentários ou até mesmo de dar tempo de registrar suas respostas era o que os impedia. São algumas dessas respostas: “Gostaria que meus comentários, áudios, etc fossem publicados sempre. Mas compreendo que a produção precisa selecionar, filtrar algumas coisas e o tempo nem sempre é possível. Quando vocês não transmitem o comentário fico feliz pelo menos por mencionarem minha participação. (Deve ser carência. rs...) Gosto de ouvir vocês falando o meu nome no rádio”; “Deveriam enviar uma mensagem por exemplo, quando irão veicular a participação de quadros, pois as vezes demoram a veicular a mensagem gravada, por exemplo, como sequência do ouvinte, livro aberto, tela aberta, etc”; “Enxurrada de mensagens no WhatsApp. Grande quantidade de ouvintes participando”; “Principalmente agora que perdeu uma hora de programa, sinto que o tempo anda muito corrido”; “Às vezes pelo fato de ter muitas, várias pessoas também querendo a mesma interação”; “Dependendo do volume de participantes raras vezes dá tempo de ler meu comentário”; “Na maioria das vezes, meu comentário não é mencionado no porta-malas”; “Principalmente agora que perdeu uma hora de programa, sinto que o tempo anda muito corrido”; “Às vezes não consigo que minhas opiniões sejam lidas pelo Elias”.

Para sete ouvintes, a timidez era o fator limitante que os dificultava em participar. Algumas dessas respostas foram: “Às vezes tenho vergonha de enviar áudios”; “Timidez”; “Sim. Vergonha”; “Eu sou tímida”; “Não tenho tempo e as vezes nao quero expor meu nome. Muita gente escuta (rs)”.

Seis ouvintes citaram a falta de acesso à internet como o motivo. São algumas dessas respostas: “O trabalho e às vezes falta de internet”; “Acesso a internet no meu local de trabalho”; “Envio de mensagens que não chegam. A *live* do Facebook não pega as vezes”; “Quando o browser não funciona, apenas o que me impossibilita de ouvir”; “Só quando estou ouvindo pelo app do celular. Falha muito. Se não tiver um rádio analógico, perco partes de músicas e entrevistas”.

Cinco ouvintes falaram que sua dificuldade em participar do programa era por receio de não saberem se expressar de forma correta. São alguma dessas respostas: “Tempo, timidez em dizer alguma bobagem e às vezes por não dominar o assunto”; “Queria participar dos quadros como o pé na estrada e a sequência do ouvinte. Mas fico com receio de montar algo e não ser utilizado”; “Não saber me expressar”; “Não acho que tenho com o que contribuir; Indisponibilidade de tempo e às vezes preocupação com efeito da opinião”.

Outros seis ouvintes citaram motivos diferentes dos demais. Seriam esses motivos: morar fora do Brasil, comodismo, dificuldade em anotar o número do WhatsApp do programa, falta de habilidade com a tecnologia, revolta com as mudanças da rádio e outro ouvinte ainda citou o medo de sofrer censura. Essas respostas foram: “Estou fora do Brasil”; “Às vezes estou no trânsito, outras com atividades que não posso interromper e até comodismo. Sei que haverá outras pessoas participando e que não faltarão quadros e comentários”; “Somente no início para conseguir o número do WhatsApp, acho que poderiam colocar na página inicial do site da rádio, uma lista dos programas e seus respectivos números de WhatsApp, de uma forma mais simples e visível como uma tabela”; “Falta de habilidade com os recursos tecnológicos”; “Depois da nova direção que assumiu a Rádio em 2019 confesso que jogou um balde de água fria. Foram muitas mudanças e drásticas. Muitas coisas aconteceram ali. O que segura é o carisma que competência do Elias seguido de sua equipe. Confesso que ouço muito menos a rádio a partir de então. programas que acompanha há décadas dentro da 100,9 hoje não tenho mais tesão. Respeito a nova visão da nova direção da Rádio, apesar de não concordar e gostar dos rumos que tem tomado. Paciência, torço para que cumpram seu mandato e que venha uma nova como foi Flávio Henrique x Elias Santos, essa deixou saudades! aguardo ansiosa 2023!!!”; “Temas políticos censurados pela direção da rádio”.

A décima sétima questão do questionário era fechada, mas havia um campo para o ouvinte preencher caso quisesse. Era perguntado a ele qual o quadro do Programa Casa Aberta que ele mais gostava, sendo possível marcar mais de uma opção. Como possibilidade de respostas à questão estava as seguintes opções: leituras da lei o início do programa; trânsito; estagiário; jornalismo; plugue; Todas as Cores; Periferias em Rede; Pé de Sonho; Arte ao Cubo; Circuito Liberdade; Fundação Clóvis Salgado para Todos; Livro Aberto; Mestre Com Carinho; Mineiraria; Pé na Estrada; Sequência do Ouvinte, Mundo Melhor, Tela Aberta.

Ao todo, 371 ouvintes participaram dessa questão (Gráfico 20). É interessante notar que os quadros que aparecem em primeiro lugar, como de maior agrado do público ouvinte, são quadros gravados pelos próprios, o Sequência do Ouvinte, em que o ouvinte se apresenta e pede duas músicas; o Livro Aberto, em que indica um livro; o Mestre com Carinho, no qual o ouvinte faz uma homenagem para um professor inesquecível e o Pé na Estrada, em que o ouvinte indica um lugar. Esses quadros também são os mais antigos do programa, sendo que os mais recentes não tiveram a mesma adesão.

Gráfico 20 – Preferências em relação ao Programa Casa Aberta



Fonte: Velise Maciel

81,4% dos ouvintes que preencheram o questionário, num total de 303 pessoas, afirmam gostar do quadro Sequência do Ouvinte; 71,4%, 265 ouvintes, gostam do quadro Livro Aberto; 70,4%, ou 261, gostam do quadro Mestre Com Carinho; 62,8% ou 233 ouvintes, afirmam gostar do quadro Pé na Estrada. Ainda sobre os quadros produzidos pelos próprios ouvintes, 45,3% ou 169 ouvintes afirmam gostar do quadro Mineiraria, no qual o participante apresenta a receita de um prato; 37,7% ou 140 ouvintes gostam do quadro Mundo Melhor, no qual o participante dá uma dica para fazer o mundo melhor e 35% dos que preencheram o questionário, 130 ouvintes, afirmam gostar do quadro onde é possível indicar um filme ou série, o Tela Aberta.

Em relação aos quadros apresentados pela equipe de funcionários da rádio, o quadro do jornalismo é o de maior preferência entre os ouvintes que preencheram o questionário. Ao todo, 219 pessoas ou 59% afirmaram gostar do quadro. O Plugue, a agenda cultural da rádio, foi marcado por 153 pessoas ou 41,2%, seguido do quadro com dicas de estágio, que foi marcado por 106 pessoas (28,6%) e das notícias do trânsito, com 79 pessoas (21,3%).

O Programa Casa Aberta também possuía colunistas semanais sobre determinados assuntos. O quadro de artes visuais, o Arte ao Cubo, foi a preferência do público, com 216

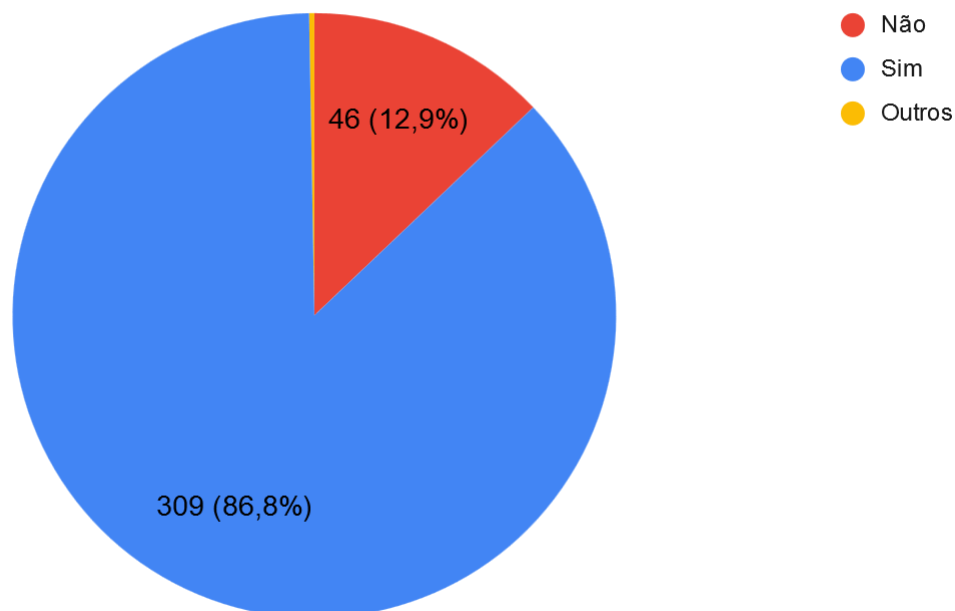
pessoas (58,2%), seguido do quadro que dava visibilidade para assuntos da população LGBTQI, o Todas as Cores, com 183 pessoas (49,3%). Também aparecem na sequência o Circuito Liberdade, com dicas de atrações deste espaço cultural, marcado por 175 pessoas (47,2%), o quadro voltado para crianças Pé de Sonho, com 164 (44,2%), o quadro Fundação Clóvis Salgado Para Todos, com agenda, cursos e editais, com 153 ouvintes (41,2%), e, por último, o que falava dos movimentos nas periferias de Belo Horizonte, o Periferias em Rede, com 149 pessoas (40,2%).

As leituras de lei no início do programa, primeiramente com o ECA (Estatuto da Criança e do Adolescente) e depois com outros dispositivos de lei, como Maria da Penha, Declaração Universal dos Direitos Humanos, Estatuto da Igualdade Racial e Estatuto do Idoso era do agrado de 58% dos ouvintes que preencheram o questionário, ou 215 pessoas.

35 ouvintes que preencheram o questionário preencheram o campo em branco com outras respostas. Nove ouvintes responderam *todos*, ao invés de selecionar cada opção. Oito ouvintes citaram as entrevistas como sendo um quadro. Sete ouvintes citaram o quadro Olhar Cultural. Realmente, quando o questionário foi aplicado não havia mais os quadros no programa, mas o Olhar Cultural foi o primeiro a sair, antes mesmo da mudança de gestão, por escolha do colunista João Paulo Cunha e, por isso, não foi incluído no questionário. Também não foi incluído o quadro Onda Cidadã, de Luiz Guilherme Gomes, que também foi mencionado por um ouvinte. Dois ouvintes disseram não saber o nome dos quadros. Outros dois ouvintes citaram quadros que não eram do Programa Casa Aberta, como o Lusofonia e o Disco de Pelúcia. Também dois ouvintes citaram a programação musical. Um ouvinte citou um quadro esporádico do programa, que aconteceu nas férias do Elias, o quadro Momentos Musicais. Para outro ouvinte a conversa dos apresentadores era seu momento preferido do programa. O coordenador de esportes, José Augusto Toscano, que esporadicamente participava do Programa Casa Aberta com alguma informação de esporte importante, não sendo quadro fixo, também foi mencionado. Um ouvinte afirmou que o quadro Pé de Sonho tinha que sair do programa e ter um horário específico para crianças.

Gráfico 21 – Participação em eventos por sugestão do Programa Casa Aberta

### Você já foi a algum evento por sugestão do Casa Aberta?



Fonte: Velise Maciel

A décima oitava questão do questionário era fechada e perguntava ao ouvinte se ele já tinha ido a algum evento por sugestão do programa. As respostas eram sim e não, mas havia também um campo em que eles poderiam preencher com respostas livres. Ao todo, 370 ouvintes responderam a este questionamento (Gráfico 21).

A grande maioria já foi a algum show, teatro ou exposições indicadas pelo Programa Casa Aberta, 309 pessoas ou 86,8%. 46 pessoas, o que corresponde a 12,9%, afirmaram que não, que nunca foram.

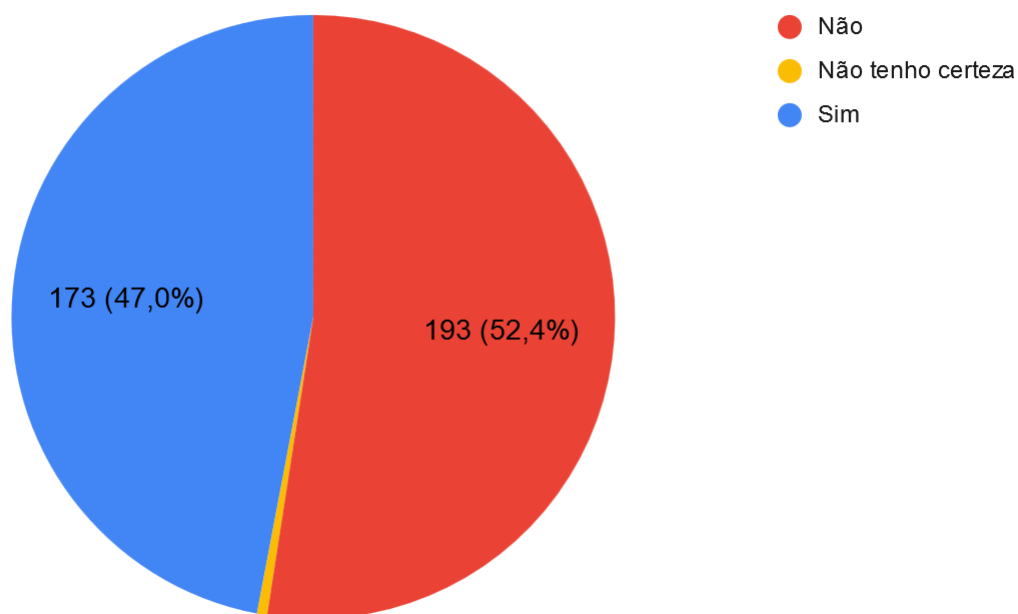
15 ouvintes preencheram o campo em branco. Seis deles disseram não participar dos eventos porque moravam em outra cidade. Três ouvintes responderam *muitos*, ou seja, que haviam participado de vários eventos. Um disse que não tinha certeza e outros dois indicaram o nome do espetáculo que haviam ido. Duas pessoas afirmaram que haviam comprado livros sugeridos pelo programa. Uma pessoa afirmou que ela não foi a nenhum evento, mas amigos próximos haviam participado.

Ainda sobre os eventos culturais, a décima nona questão perguntava o oposto, se o ouvinte já havia sugerido alguma dica ou evento cultural para a rádio. As respostas também

eram somente duas, sim ou não, mas também havia o campo para preenchimento livre (Gráfico 22).

Gráfico 22 – Já sugeriu algum evento para a Rádio Inconfidência?

Você já sugeriu algum evento para a rádio?

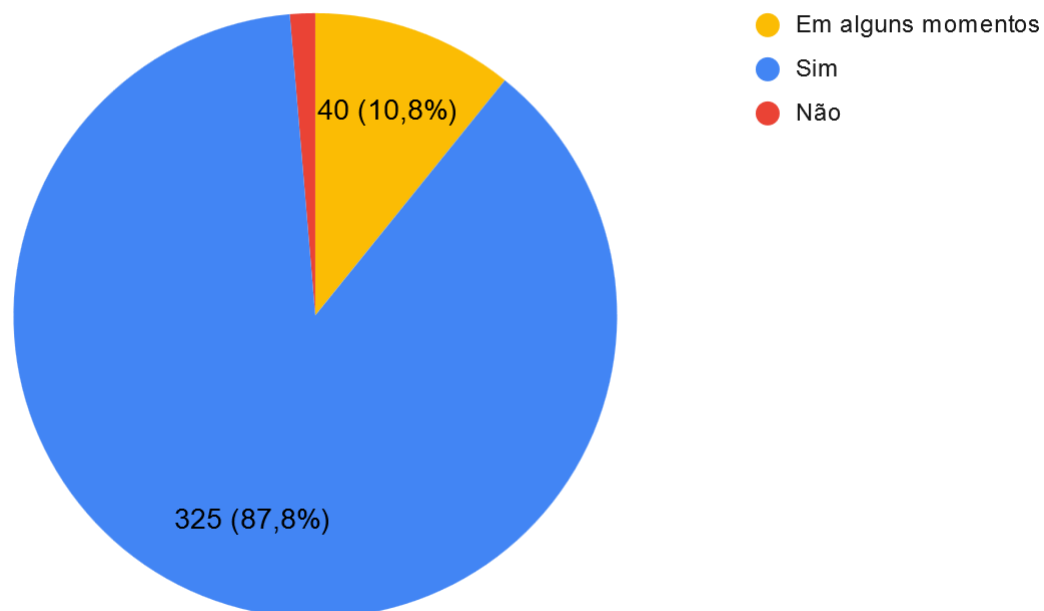


Fonte: Velise Maciel

368 ouvintes responderam a esta pergunta. Somente duas pessoas (0,6%) preencheram o espaço em branco afirmando que não se lembravam ou tinham certeza. 193 ouvintes (52,4%) afirmaram que nunca haviam sugerido nada. Mas 173 pessoas ou 47% já sugeriram algum evento cultural para o Programa Casa Aberta.

Gráfico 23 – Importância do Programa Casa Aberta

O Casa Aberta é importante para a sua vida ou formação?



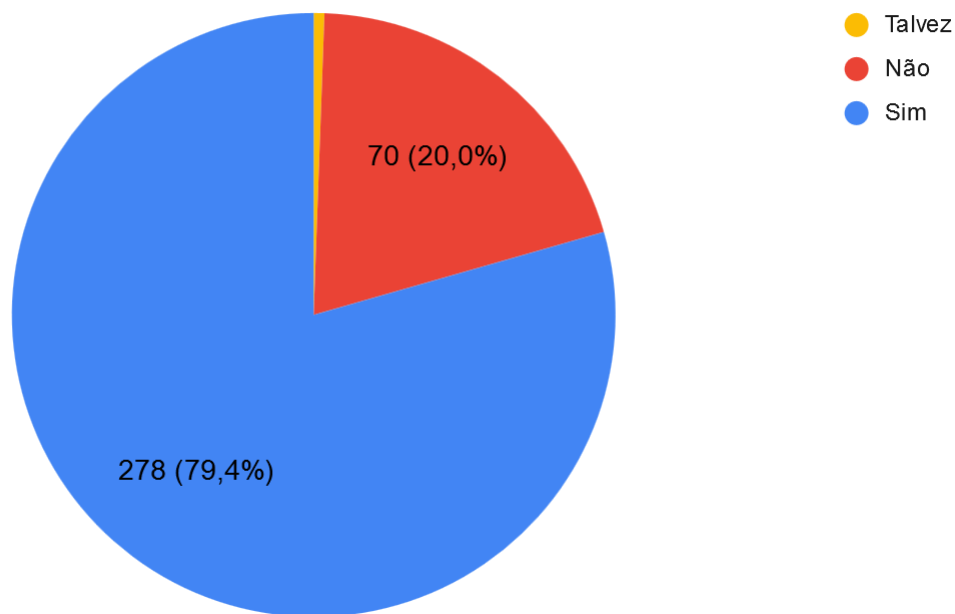
Fonte: Velise Maciel

A vigésima questão do questionário também trazia uma questão fechada e perguntava se o ouvinte achava que escutar o programa era importante para a sua vida ou formação. Havia três opções de respostas: sim, não e em alguns momentos. A questão teve 370 respostas (Gráfico 23).

A grande maioria dos ouvintes que preencheu a pesquisa, 325 pessoas (87,8%) afirma que sim, que o programa era importante. Para 40 ouvintes (10,8%), em alguns momentos, o programa adquiria importância para a sua formação. E apenas cinco pessoas (1,4%) afirmaram que não, que o programa não fazia diferença.

Gráfico 24 – Percepção de mudanças de práticas sociais após o consumo do Programa Casa Aberta

Você mudou alguma prática social depois do programa?



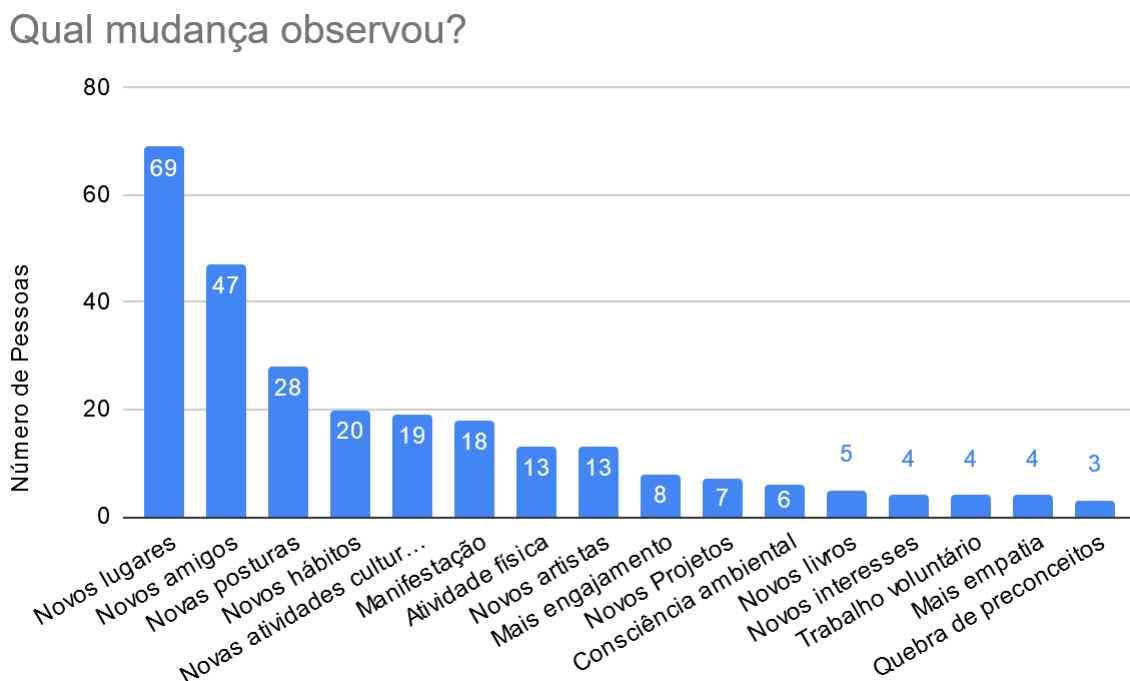
Fonte: Velise Maciel

A vigésima primeira questão do questionário era aberta e perguntava ao ouvinte se ele já havia mudado alguma prática social depois de ouvir o programa. Ao todo, 350 ouvintes responderam a esta pergunta (Gráfico 24). A maioria justificou a sua resposta. A grande maioria, 278 ouvintes, ou 79,4% dos que responderam ao questionário, disseram já ter mudado alguma postura ou prática em função do programa. 70 ouvintes, ou 20%, disseram que não mudaram em nada e apenas dois ouvintes, ou 0,6%, disseram que talvez tenham, mas não se recordam.

A grande maioria das justificativas indicava mais de uma mudança postural e, para efeitos didáticos, fiz um gráfico com essas novas posturas que foram percebidas pelos que responderam ao questionário (Gráfico 25).



Gráfico 25 – Mudanças observadas de práticas sociais após o consumo do Programa Casa Aberta



Fonte: Velise Maciel

69 ouvintes afirmaram que passaram a frequentar novos lugares depois do Programa Casa Aberta. São algumas dessas respostas: “Passei a frequentar novos lugares, em função das dicas culturais”; “Sim, novos lugares, inclusive em BH e que eu não conhecia”; “Sim, a frequentar novos lugares”; “Sim, novos lugares e oficinas”; “Sim, passei a viajar mais de motocicleta pelas cidades mineiras”; “Sim, conheci um pouco melhor o Circuito Liberdade e eventos da cidade através das dicas do Casa Aberta”; “Passei a frequentar mais lugares culturais, além dos que sempre frequentei”; “Sim, conheci lugares que não conheceria não fosse pela rádio”; “Passei a frequentar novos lugares. As dicas culturais são muito boas”; “Passei a frequentar novos lugares como museus e shows que até então não tinha ido”; “Passei a frequentar alguns lugares sugeridos. Praças e parques, principalmente”.

47 ouvintes afirmaram que fizeram novos amigos graças ao Programa Casa Aberta. São algumas dessas respostas: “Fiz amizade”; “Novos amigos (ouvintes escutantes)”; “Fiz muitos amigos maravilhosos no grupo de Ouvintes Escutantes. Pessoas lindas, de coração e cabeça livre”; “Sim, participo do grupo dos ouvintes e não os conhecia antes”; “Eu acho que fiz alguns amigos orquídeas raras! Através da rádio ouvintes e radialistas que são lindos”; “Fiz amigos

por meio da Diana Mourão”; “Sim, ampliei o grupo de amigas”; “Sim, fiz muitos amigos”; “Fiz muitos amigos e a partir do programa, me sinto uma pessoa melhor”.

Muitos ouvintes citaram juntos em sua justificativa o conhecer lugares novos e fazer novos amigos. São algumas dessas respostas: “Fiz amigos e conheci novos lugares”; “Sim, fiz amigos e frequento novos lugares”; “Fiz muitos amigos, passei a frequentar novos lugares, shows, etc”; “Sim, fiz amigos, participei de oficinas, passei a frequentar novos lugares, etc.”; “Sim, fiz amigos e comecei frequentar novos lugares”; “Conheci novos lugares e pessoas”; “Graças ao casa aberta pude conhecer pessoas incríveis que possuem posicionamentos e ideologia semelhantes às minhas. Nesse grupo de amigos me senti totalmente acolhido, de forma como nunca antes me senti em qualquer outro grupo. E com esses amigos também passei a conhecer e a frequentar lugares diferentes do habitual”.

28 ouvintes mencionaram mudanças de posturas depois do Programa Casa Aberta. São algumas dessas respostas: “Sim, me tornei uma pessoa mais consciente dos meus direitos, pois a abertura do programa é sempre falando de um estatuto”; “Sim, claro. Acho que os temas das entrevistas são muito interessantes. A interação dos outros ouvintes também ajuda. Já mudei minha posição sobre vários assuntos e acredito que o programa contribui para essas mudanças”; “A informação já é uma grande mudança. Nos faz pensar e refletir”; “Forma de pensar; Passamos a frequentar manifestação progressistas e revi também muitas práticas machistas de minha parte, e entendi que é necessário falar sobre isso com as pessoas que como eu cometiam esses erros”; “Passei a me interessar por questões sociais antes não percebidas”; “Sim, passei a pensar os problemas que envolvem a cidade e seus moradores de forma mais aberta e melhor”; “O programa estimula muitos bons comportamentos, ensina, nos torna mais ligados nas questões sociais e claro, nos proporciona muitos amigos e nos torna pessoas melhores, mais conscientes”; “Hoje eu relaciono melhor com meus filhos e com as pessoas e vou a vários eventos culturais”; “Passei a ter um olhar mais atento sobre as coisas”; “Sim, passei a cuidar da minha saúde emocional”; “Sim, me tornei mais consciente das minhas obrigações como cidadã em relação a cidade e seus moradores”; “Faço trabalho sócio cultural já há muito tempo e o casa me dá ânimo e esperança para continuar nesse momento ruim do nosso país”; “Passei a frequentar novos lugares e fiquei mais humanizado”; “Repensei meu conceito de cidadania”; “Trabalho voluntário já fazia, prática esportiva também. Mas essa fala diária é sempre muito bom e também continua nos estimulando”; “Já era voluntário da pastoral da criança e fiquei mais empolgado com o meu trabalho”; “Fiquei mais consciente das questões sociais e das minorias”.

20 ouvintes também relataram alguma mudança de hábito. São alguns desses depoimentos: “Sim, o programa me ajudou a desconstruir comportamentos que eu já estava tendo o hábito”; “Sim, eu e minha esposa quase sempre reproduzimos práticas discriminatórias (que eram práticas que quase não são percebidas por quem as comete). Mudamos esse mau hábito”; “Com certeza!!! O programa por suas entrevistas, já me ajudou na mudança de algumas posturas e hábitos”; “Utilizo muito do que escuto no programa para as conversas com amigos e para ampliar meu conhecimento sobre os temas em pauta”; “Interagir com pessoas da rádio”; “Claro que de uma forma contribui para as minhas ações, mas a prática que o programa mais contribuiu, foi com que eu o escute todos os dias”; “Sim, passei a frequentar aulas de música e de Canto Popular na UFMG”; “Sim, passei a sair mais com mamãe”; “Risos, observar os ipês”; “Passei a fazer aula de Flauta e buscar novas experiências musicais com artistas desconhecidos!”; “Minha última ação foi votar nas eleições para o Conselho Tutelar. Geralmente vou em exposições indicadas no Arte ao Cubo”; “Acho que passei a me sentir menos oprimida nesse momento tão ruim e agressivo do país”.

Entre os novos hábitos, 19 ouvintes citaram especificamente que passaram a fazer novas atividades culturais e, por isso, classificamos de forma separada. Algumas dessas respostas foram: “Passei a frequentar mais eventos culturais”; “Acredito que fui a alguns eventos que inicialmente não me despertaram interesse e depois de ouvir me convenci a ir”; “Novas atividades culturais”; “Fui assistir a peças e a shows por indicação do programa”; “Passei a frequentar a área cultural de BH; Fui a eventos indicados pelo programa”; “Frequentar mais os eventos artísticos e culturais da cidade”; “Passei a frequentar mais lugares culturais, além dos que sempre frequentei”; “Já fui em um palestra, amostra de cinema e acompanho exposição, eventos e artistas que são divulgados”; “Frequentar mais os eventos artísticos e culturais da cidade”; “Fui a vários eventos somente por indicação do Elias ou de algum convidado do programa. Conheci pessoas e artistas por meio do programa”; “Já me inscrevi e participei de eventos sugeridos pelo programa”; “Sim, shows, atividades ao ar livre, conheci cantores, visitei exposições, fiz amigos”; “Assistimos filmes, fomos ao teatro, show vishhhhhhh”.

Também 18 ouvintes afirmaram que começaram a participar de manifestações políticas por incentivo do programa. São algumas dessas respostas: “Fui em uma manifestação”; “Manifestação”; “Fui à manifestações”; “Sim, participei de manifestações incentivada pelo programa”; “Já fui em atividades sócio-políticas divulgadas pela rádio”; “Fui a algumas manifestações”; “Sim. Já fui em manifestação, fiz amigos e passei a interagir com grupos e pessoas do campo cultural”; “Fui a manifestação”; “O programa me ajuda a lembrar e

reforçar atitudes que eu já tinha antes, como ir em manifestações, a eventos culturais. Não são novas atitudes, mas me lembram e reforçam”; “Fui a mais eventos culturais e políticos”; “Sim, fui em manifestações, blocos de carnaval, novos espaços culturais e conheci pessoas por conta da rádio”; “Já fui a manifestação e novos lugares”; “Já fui em manifestações, locais e oficinas sugeridas”.

13 ouvintes adoram como prática praticar atividades físicas por incentivo do programa. Algumas dessas respostas: “Sim, atividade física”; “As dicas de saúde eu adoro e me incentivam muito. Trabalhos voluntários eu faço aqui na Alemanha, mas no Brasil poderia fazer bem mais”; “Comecei a fazer caminhada de 30 minutos pela manhã”; “Atividade física”; “Comecei a caminhar e trotar; Faço atividades físicas e leio os livros mencionados”; “Exercícios físicos, passei a ir ao cinema de novo”; “Voltei para minha atividade física, novos lugares. Sinto que o Casa Aberta é um Novo Amigo”; “Passei a caminhar, frequentar alguns eventos”; “Comecei a fazer atividade física e hoje faço trabalho voluntário”.

Outros 13 ouvintes afirmaram que passaram a acompanhar novos artistas em função do Programa Casa Aberta. São alguns desses depoimentos: “Já conheci muitos grupos artísticos e projetos por causa do CASA aberta”; “Já fui a muitos shows de artistas que deram entrevista no programa”; “O programa me fez escutar novos músicos, novos gêneros como Liniker e As Bahia e a Cozinha Mineira”; “Penso que mudou o meu gosto musical e um interesse maior por coisas de Minas”; “Já acessei a rede para conhecer mais sobre um músico que não conhecia”; “Sim. Conheci vários artistas da cena Contemporânea através do Casa Aberta e fiz muitos novos amigos através do grupo Ouvintes Escutantes. Tenho cia para sair para os eventos culturais, socio-políticos, sempre nos encontramos”; “Frequentei novos lugares, comecei a escutar novos artistas”.

Oito ouvintes disseram se sentir mais engajados a partir do programa. São algumas dessas respostas: “Sim, fiquei mais ativa politicamente”; “Ampliei meu engajamento”; “Sim! Várias mudanças sociais e culturais. Criei um Grupo de Ouvintes Escutantes da Rádio Inconfidência, com isso consegui criar grandes eventos e encontro de Ouvintes, através do grupo ajudamos a divulgar os Artistas Autorais Mineiros e também já fizemos várias campanhas sociais”; “Sim. Particpei de diversas manifestações culturais, políticas e até mesmo redirecionei estudos para algumas temáticas que antes não havia pensado ou estavam esquecidas”; “Sim, participo de eventos sociais e debates”.

Sete ouvintes relataram que se envolveram em novos projetos por causa do Programa Casa Aberta. Alguns desses depoimentos: “Trabalhos voluntários, mas já participava, porém pela rádio conheço o trabalho de outras pessoas, que podem agregar e adquirir novos conhecimento de práticas”; “Sim, estou estruturando um projeto em meu bairro, o Leitura na Praça”; “Sim, criamos um Centro Cultural em Ribeirão das Neves na região do Justinópolis, onde também funciona a biblioteca comunitária e passei a visitar, sempre que posso, centros culturais diversos de forma a ampliar minha rede de amigos que, assim como eu, buscam, de fato, "amar e mudar as coisas"”; “Soube como colaborar com os refugiados e já estou buscando participar”; “Sim, conheci o pessoal do Luiz Estrela e isso me impulsionou como ser político”.

Seis ouvintes afirmaram ter mais consciência ambiental depois de ouvirem o Programa Casa Aberta. Nas respostas, outras mudanças também foram relatadas: “Adotei para a minha vida um jeito mais sustentável de ser. Substituí embalagens e dou preferência aos produtos com embalagens que podem ser recicláveis e comecei a frequentar feiras do bairro, comprando produtos de pequenos produtores”; “Já fazia antes, mas motivou a continuar na capoeira, no trabalho com a população de rua e da rua, nas práticas agroecológicas”; “Sim... Estou frequentemente em teatros, fiz inúmeros amigos, passei a ver as pessoas com mais cuidado e respeito, comecei a adotar práticas para reciclar o lixo e economizar água”; “Sim. O programa dá dicas, apresenta relatos de outros ouvintes. O que me incentivou foi em relação ao cuidado com lixo, e divulgação de locais para doação de agasalhos”; “Sim. programa sobre reciclagem eu adotei uma catadora, participei de oficinas, shows”.

Cinco ouvintes afirmaram que adquiriram livros em função das dicas do programa, também com respostas que foram associadas a outras mudanças: “Li sugestões de livros!”; “Voltei a ler mais, conversar mais, ouvir mais”; “Faço atividades físicas e leio os livros mencionados”; “Sim, já visitei lugares, fui a shows, li livros, fui ao cinema e manifestações”.

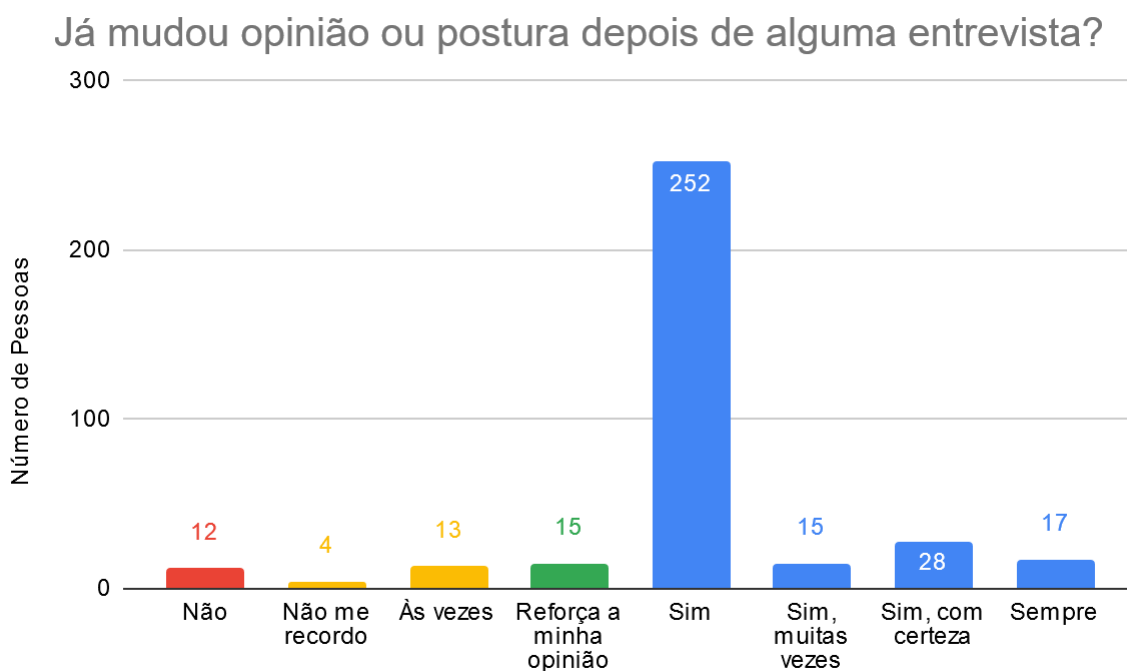
Quatro ouvintes relataram novos interesses a partir do programa: “Sim, passei a me interessar mais por galerias de arte e até a frequentar”; “Passei a me interessar mais sobre leis”; “Sim, foi um achado para mim, aumentei minhas atividades sociais e culturais”; “Passei a me interessar pelo ECA”.

Quatro ouvintes também relataram que começaram a fazer trabalho voluntário depois de ouvir o incentivo do programa, e outros quatro ouvintes falaram que o Programa Casa Aberta fez com que eles tivessem um comportamento mais empático. São alguns desses depoimentos: “Me sinto muito mais a vontade em ter um comportamento social inclusivo, empático e correto

ao ver que o programa ajuda a propagar e reunir isso”; “Sim, claro. O Programa Casa Aberta assim como todos os outros programas da rádio (até aqueles que infelizmente acabaram) mudaram muito minha visão sobre tudo e todos, para melhor é claro. A gente passa a ser uma pessoa melhor, mais humana e mais solidária”.

Além da empatia, três ouvintes afirmaram que o programa ajudou a serem pessoas menos preconceituosas. Alguns desses depoimentos, associados a mudanças de outras posturas, são: “Sim. Passei a entender melhor e a respeitar a diversidade”; “Ampliou muitas questões de gênero, me aproximou da arte, fortaleceu o sentimento de pertencer a uma terra de muitos talentos como Minas”; “A forma de olhar algumas atitudes das pessoas que julgava diferente. Frequentar teatro e cinema, vários lugares de shows”.

Gráfico 26 – Mudança de opinião após o consumo do Programa Casa Aberta



Fonte: Velise Maciel

A vigésima segunda questão do questionário também era aberta e perguntava ao ouvinte se ele conseguia perceber alguma mudança de pensamento, opinião ou postura após alguma entrevista realizada pelo programa. Ao todo, 356 ouvintes responderam a esta pergunta e a maioria deles justificou sua resposta (Gráfico 26). A grande maioria, 252 ouvintes, disse que

sim, sendo que 15 ouvintes disseram que muitas vezes, 28 com certeza e 17 disseram que sempre. 12 ouvintes falaram que não, quatro que não se recordavam, 13 disseram que às vezes mudavam alguma opinião e 15 afirmaram que as entrevistas apenas reforçavam o que já pensavam.

As entrevistas que mais impactaram segundo os que responderam a essa questão foram as relativas às questões LGBTQIs. São alguns desses depoimentos: “Completamente, e destaco principalmente o belo quadro Todas as Cores com Paulo Proença que foi pra mim um divisor de águas na questão lgbtqi”; “Claro que sim! Acho que um dos quadros mais importante, era a Coluna Todas As Cores, com o Paulo Proença, que abriu nossas mentes para o Universo LGBTS”; “Fiquei mais atenta e sensível às questões LGBT”; “Sim, principalmente na temática LGBTQ+ na questão do vocabulário”; “Sim, principalmente em alguns quadros como Todas as Cores, Mundo Melhor”; “Sim. Principalmente em questões políticas e relacionadas a LGBT”; “Claro. Visibilidade das mulheres trans. Várias coisas”.

A quebra do preconceito após alguma entrevista, de maneira geral, apareceu em vários depoimentos nessa questão. Destacamos: “Sim, principalmente no tocante preconceito”; “Sim, a diversidade me fez ver o outro melhor”; “Estou vencendo alguns preconceitos”; “Sim, principalmente em relação ao convívio social, preconceito”; “Sim. Principalmente para me ajudar a diminuir os vários preconceitos que carrego comigo e quero ser uma pessoa melhor”; “Com certeza! As excelentes entrevistas nos dão a oportunidade de refletir sobre determinados temas polêmicos e muitas vezes nos fazem mudar de conduta, ver os fatos por outra linha de pensamento. Passei a mão julgar as pessoas, respeitar suas opiniões e não ser preconceituosa, porque descobri que havia dentro de mim preconceitos que não conseguia enxergar como tal”; “Completamente. Acho fundamental para conscientização e quebra de preconceito”; “Sim, principalmente em relação ao convívio social, preconceito”; “Sim, me tornei menos preconceituosa”; “Sim, Menos preconceito”; “Sim. Valores que eu já tinha comigo, foram reforçadas e ampliadas no tocante à tolerância e respeito às diversidades. Acredito que o programa contribui para que eu me torne uma pessoa melhor”.

Em vários depoimentos também é possível perceber que, quando o entrevistado tinha um universo de vida muito diferente do ouvinte, isso mexia com ele. Destaco alguns desses depoimentos: “Sim. Muitas vezes a rádio traz pessoas que pertencem a universos socioculturais distintos dos nossos. Ouvir o outro faz com que ampliemos nossa forma de pensar, promovendo o exercício da alteridade”; “Muita. Respeito pela opinião dos outros. Como a inclusão é

importante. Conhecer o diferente é muito bom. Conscientizar mais ainda pelas mudanças que necessitamos. Ser solidário e ter a mente aberta para novos conhecimentos”; “Diversas, consigo entender melhor o ponto de vista do outro, ter mais empatia”; “Sim. Bastante. Principalmente a fugir do senso comum e respeitar a diversidade e pluralidade de pensamento”; “As entrevistas alertam para a possibilidade e necessidade de uma cidadania mais ativa, de um olhar de empatia”.

O olhar o outro, citado nos depoimentos, além da população LGBTI, também parece ser a mulher, o negro, o cidadão de periferia, como aparece em algumas respostas que destaco: “Sim. Consegui perceber que todos somos iguais independente do sexo”; “Maior sonoridade com as mulheres compositoras, maior atenção ao comportamento de outros contraditórios”; “Sim. Especialmente quanto aos projetos desenvolvidos pelas periferias e grupos especiais. Entendendo que as produções artísticas, culturais, sociais e políticas são muito maiores do que eu imaginava em alguns grupos da sociedade”; “Sim. Fico impressionado com o espaço dados às minorias e às artes de forma geral”; “Sim, valorizar as periferias”; “Sim, em exemplos de movimentos sociais que nem sabia que na cidade existiam como das mulheres na Serra, no vi O gol, no grafite e pinturas de muros, prédios e viadutos, na coleta seletiva. Várias pessoas entrevistadas que foram falar da atuação delas”; “Muita reflexão e atitude após ouvir pessoas que trabalham com projetos dentro de comunidades”; “Sim. Sobre a vivência com a periferia/quebradas”; “Sim. Percebi que estou mais engajado com movimentos sociais depois que comecei a ouvir o programa”; “Sim. Muita principalmente com a população carcerária. E minha negritude”.

Ainda sobre os temas de entrevistas que mais impactaram os ouvintes, aparecem nas respostas dessas questões os temas política, educação e meio ambiente.

Sobre política destacamos os seguintes relatos: “Sim. Ficamos mais críticos e politizados”; “Sim, na maioria das vezes os posicionamentos políticos e ambientais”; “Sim o programa me fez ser mais crítico com relação a tudo e a política do nosso país”; “Senti isso em vários momentos ouvindo o programa, principalmente quando se tratava de questões políticas e sociais do Brasil”; “Sim. O programa, levando pessoas que são referências na área, colocam no mínimo uma "pulga atrás da orelha" e promovem a reflexão. Em algumas vezes mudei o meu prisma de visão sobre determinado tema”.

Sobre o tema educação, destaco: “Sempre. Gosto das entrevistas com pessoas da comunidade e de professores. Há sempre muito a aprender com formadores de opinião



conscientes”; “Sim, dicas educativas. E ainda existiram respostas lembrando a leitura do Estatuto da Criança e do Adolescente no início do programa, como estas: Com relação a importância de replicar as leis que protegem as crianças! A grande maioria que conversei não sabe!”; “Me esclarece muito principalmente quanto às leis do ECA, do Idoso e outras que são passadas. Já comprei livro indicado pelo programa”.

Sobre as entrevistas de meio ambiente, destaco as seguintes respostas: “Sim, há uma evolução crescente depois de uma boa entrevista. Inclusive, comecei a dar mais valor, e produzir orgânicos e transformar resíduos em adubos, devido a entrevistas escutadas na casa”; “Sim, principalmente em relação ao meio ambiente”.

Ainda sobre as respostas dessa questão, alguns ouvintes citaram uma entrevista que foi mais marcante para eles nos quatro anos do programa. Entre essas respostas, destaco: “Mudanças que incidem diretamente na prática. Um exemplo dentre muitos foi a entrevista com um nutrólogo sobre rótulos”; “programa sobre o setembro Amarelo com Fernanda Takae e Das Quebradas, foi um material que usei com os adolescentes com quem trabalho (em Conflito com a Lei)”; “Sim. Várias. A mais recente sobre a fraude da descoberta do Brasil”; “O programa me ajuda a refletir melhor sobre determinados temas. Por exemplo, nas últimas eleições houve uma entrevista com um responsável técnico do TRE MG, foi importante para pensar melhor sobre a importância da urna eletrônica. O quadro todas as cores e arte ao cubo sempre trazem questões interessantes que me fazem refletir melhor”; “Nossa. Várias. A peça Banho de Sol foi uma das mais impactantes para mim. Mudei a minha forma de perceber as mulheres detentas e aceitar as suas narrativas sem pré-julgamentos e com maior empatia”; “Me traz mais informações a respeito de artistas, movimentos culturais e sociais que não conhecia. Foi aí que conheci o Pé de sonho. Já comprei os CDs e levei minha neta para conhecê-los”.

O colunista João Paulo Cunha, do quadro Olhar Cultural, também foi citado: “Com certeza!! Várias personalidades que ouvi e conheci por meio do programa me proporcionaram um crescimento, formação e maturidade. Como citei acima o João Paulo Cunha”; “Sim. Foram muitas. Nem sempre, uma mudança de pensamento, mas o conforto de ouvir, com palavras que eu não empregaria (não por não querer usá-las, mas talvez porque elas não me ocorreriam mesmo), o que disseram os locutores e os seus convidados. Não me esqueço das terças-feiras de manhã com João Paulo Cunha! Adorável!”.

Ainda sobre a vigésima segunda questão do questionário, entre as pessoas que falaram que às vezes uma entrevista pode ter modificado alguma percepção, destacaria as respostas:

“Às vezes. Quando o programa era maior, as entrevistas eram melhores”; “Depende da entrevista, mas em geral as que se propõe a analisar a realidade trazem frutos e geram reflexões”; “Nem sempre, mas ajuda a FORMAR opiniões”; “Não sei se é possível ocorrer uma mudança tão significativa após uma entrevista, mas acredito que entrevistas são sementes...”; “Quando leva a alguma reflexão”.

Entre as pessoas que afirmaram que não percebiam mudanças ou que o programa apenas reforçava o que já pensavam, destacaria os seguintes depoimentos: “Não tive essa experiência”; “Não me lembro”; “Não sei”; “Na maioria das vezes, não, porque são concordantes”; “Não do meu caso, que sempre fui mais progressista, mas já ouvi relatos de pessoas que mudaram algumas opiniões”; “Não, pois acho que meus valores já dialogam com os valores exaltados pelo programa”; “Não. Em geral as entrevistas ampliam e reforçam minha visão sobre os temas”; “Não. Geralmente concordo com as práticas”; “Da minha parte não. Sinto uma forte identificação. Só reforça”; “Na maioria das vezes não, porque são concordantes”; “Os temas sempre são muito pertinentes e relevantes para o momento de BH, de Minas Gerais, do Brasil, do Mundo. Me identifico com eles e, por meio das entrevistas, reforço meus compromissos com os Direitos Humanos, a Sustentabilidade, a Cultura Popular”; “Sim. Na verdade, reforcei algumas opiniões”; “Tenho uma afinidade político-cultural com o programa. Então ouvindo as opiniões, pensamentos e reflexões reforçam nossa postura e nos ajuda a perceber que não estamos sós”; “Fortaleceu minhas opiniões. Obtive mais informação e esclareceu outras”; “Na maioria das vezes, compartilho das ideias, opiniões e posturas do programa. Tenho identificação!”

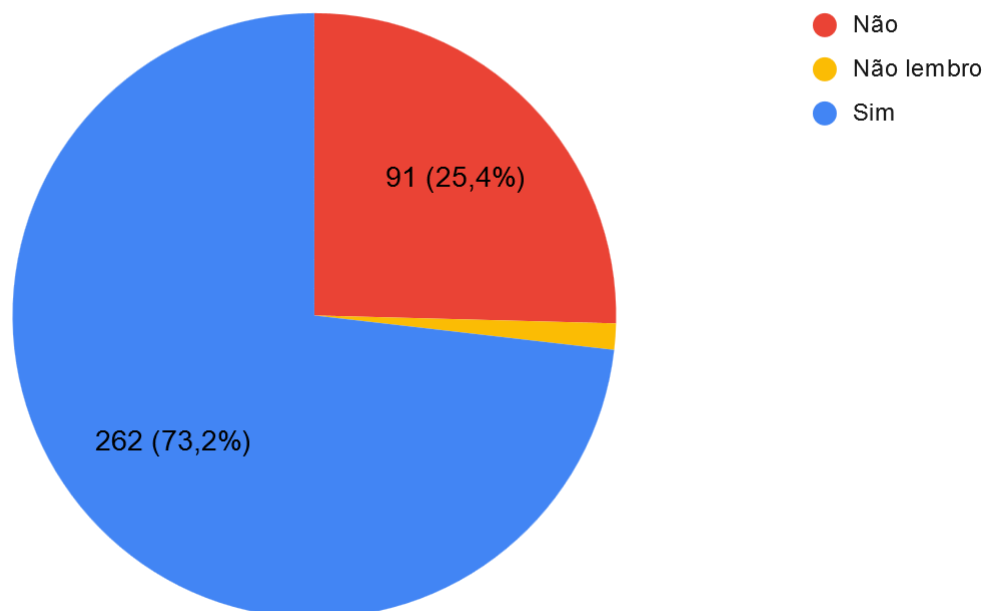
Entre os ouvintes que responderam que sim, já mudaram alguma percepção durante uma entrevista, destaco os seguintes depoimentos: “Sempre que ouvimos opiniões, modificamos, fazemos críticas...melhora nossa percepção a partir do outro. Somos mutantes”; “Sempre se colocar no lugar do outro, antes de criticar”; “Sempre reflito sobre os temas levantados”; “Sempre. Mudei muito a minha forma de pensar”; “Sim, determinados temas discutidos foram importantes para ampliar meu conhecimento e entender alguma coisa. Me sinto mais segura em algumas concepções e assuntos”; “Sim. Geralmente assimilo informações e passo pra frente, sou ‘ouvinte escutante’”; “Ampliação de repertório”; “Sim em vários aspectos. A abordagem de alguns assuntos que não tinha conhecimento me faz ter outras visões”; “Sempre acrescenta ou me leva a repensar ou reciclar crenças”; “Sempre aprendo com o programa”; “Sempre percebo boas mudanças em mim através da programação”; “Exercício de reflexão”; “Fico mais esclarecido”; “Sim, geralmente fico antenado”; “Sim, mente aberta à vários temas e culturas”;

“Normalmente a gente revê alguma coisa”; “Sim, o programa sempre traz algo que contribuiu para a reflexão”; “O que aprendo com o programa ensino para a minha mãe”; “Sim, principalmente com entrevistas de convidados”; “Sim, algumas entrevistas mudaram minha visão sobre determinadas coisas!”; “Sim! Informação + reflexão = Nova postura”; “Sim! Elias Santos nos conduz a muitas reflexões acerca dos valores importantes que devemos cultivar no dia a dia... generosidade, compaixão, empatia, respeito, discernimento de atitudes, políticas públicas”; “Sim. A programação propõe sutilmente reflexões necessárias para um mundo melhor”; “Sim, ao avaliar melhor o assunto a partir dos esclarecimentos do entrevistado”; “Sim, as entrevistas, a postura dos entrevistados e do entrevistador na maioria das vezes me faz refletir, repensar atitudes, melhorar como ser humano, além de me atualizar”; “Sim. Muitos temas ajudaram-me a ampliar meus conhecimentos, compreender opiniões diferentes às minhas e conhecer trabalhos e pessoas através da divulgação do programa”; “Sim, sempre penso a respeito do assunto e procuro me inteirar sobre o mesmo”; “Sim, sobre a importância de nos reconhecermos como seres inconclusos, tal qual ensinou Paulo Freire, e com isso, me permitir a buscar conhecimento sempre”.

Sobre os ouvintes que responderam com convicção sobre as mudanças, destacaria os seguintes comentários: “Sim com certeza, as diversidades de opiniões me fazem repensar”; “Claro que sim; Com certeza!!!! O programa tem me tornado uma pessoa melhor”; “Com certeza. Cada dia é um aprendizado diferente; Inegavelmente”; “Muitas. As entrevistas são envolventes”; “Sim, por diversas vezes”; “Várias vezes e adiciono ainda a reflexão e autoanálise sobre minhas ações e postura frente à vida e aí mundo”; “Muitas vezes consigo expressar melhor minhas opiniões depois de ouvir sobre alguns assuntos abordados nas entrevistas”; “Várias. Felizmente tenho oportunidade, através do programa, de avaliar outros pontos de vistas que muitas vezes não são discutidos em nosso meio social. Isso abre a nossa mente para questões muitas vezes não debatidas”; “Sim. Várias vezes”; “Sim. Várias vezes refleti sobre minhas convicções”; “Totalmente. Cresci muito com o programa”; “Sim, sempre”.

Gráfico 27 – Solicitações para a Rádio Inconfidência ou Governo de Minas Gerais

Já solicitou algo a rádio ou ao governo de MG para a rádio?




Fonte: Velise Maciel

A vigésima terceira questão do questionário também era aberta e perguntava ao ouvinte se ele já tinha sentido a necessidade de reclamar ou solicitar algo a rádio ou ao governo do estado em relação à rádio. Ao todo, 358 ouvintes responderam a essa pergunta. 262 ouvintes ou 73,2% disseram que sim. 91 ouvintes ou 25,4% disseram que não. E cinco ouvintes, 1,4%, afirmaram que não se recordavam ou não sabiam responder (Gráfico 27).

2019 foi um ano de muitas mudanças na rádio inconfidência. Elias Santos saiu da presidência e da apresentação do Programa Casa Aberta logo no primeiro dia do ano, retornando para a locução do programa em maio. Mas a mudança na diretoria, a reestruturação de programas e a mudança na programação musical, que continuou a ser MPB, mas mais voltada para os grandes nomes, foi sentida pelos ouvintes. Também em 2019, logo no início do ano, foi anunciado pelo governo um possível fechamento da rádio inconfidência AM. Pelo fato da pesquisa ter sido realizada em 2019 percebemos que, entre as respostas dos que disseram sim, as principais reivindicações teriam sido no próprio ano de 2019.

Entre as respostas dos que justificaram o que já reivindicaram na rádio ou no governo, começaremos com aquelas que falam do Programa Casa Aberta. Pelo menos 38 ouvintes

disseram que reivindicaram na rádio o aumento do tempo do programa do Casa Aberta, que depois de maio de 2019 passou a ter uma hora a menos. São algumas dessas respostas: “Sim, uma horinha de programa é muito pouco. Tem pessoas que têm 6 horas de programa, acho injusto”; “Sim, que o programa tenha uma duração maior de tempo diário”; “Quanto a diminuição do horário do programa”; “Ampliar o programa casa aberta”; “A volta do programa na sua formação original com o tempo de duas horas. E sinto muita falta do quadro do João Paulo Cunha”; “Sim. Mais tempo. Não entendo porque o programa teve seu tempo reduzido. Fiquei muito triste em relação a isso”; “Sim, a diminuição do horário do programa”; “Sim, principalmente no formato e duração do Casa Aberta”; “Sim. Mais tempo para o programa, pois uma hora é pouco”; “Muitas vezes. Principalmente voltar o Programa Casa Aberta a ser de 2 horas e não 1 hora só”; “A diminuição do tempo de programa de duas horas para uma hora é algo que não gostei”; “Sim, passar o Casa Aberta pro horário anterior”; “Sim, ao programa  aberta não gostei muito com a mudança de horário!!!”; “Aumentar o tempo do casa aberta”; “Com a mudança de 2 horas para 1 hora, achei errado”; “Sim. Retorno de 2 horas de duração deste programa”; “Sim! A volta das duas horas diárias do programa”; “Quanto a diminuição do horário do programa”; “Sim. Passar o Casa Aberta pro horário anterior”; “Sim, em relação ao Programa Casa Aberta fiquei revoltadíssima, acho que não poderiam ter mudado o tempo nem o horário do programa. É desesperador perceber que a censura está voltando a dominar o governo e o estado”; “Sim. Aumentar o investimento na rádio e ampliar o Casa Aberta para 2 horas novamente”; “Sim, voltar com as duas horas do programa casa aberta; Quando diminuíram o tempo do programa casa aberta eu não gostei”; “Sim, que não mexesse no tempo de duração do programa. Duas horas é tempo para que as entrevistas ocorram mais espontaneamente, para que a participação dos ouvintes caiba dentro do tempo da programação, e para que a gente possa ouvir mais músicas porque a seleção do Casa Aberta é sensacional”.

Em muitas respostas, a reivindicação do aumento do tempo do programa também veio acompanhada da insatisfação com as mudanças na grade de programação da rádio. São algumas dessas respostas: “Sim, como a volta do horário de 2hs de programa casa aberta, a volta de uma programação mais diversificada como no período dos últimos 4 anos. Exemplo: a noite vai ser boa, feito em casa no domingo ou sábado de manhã, o programa instrumental do meio dia, blá-blá-blá do fainblat, lusofonia, a hora do improviso, entre outros”; “Sim. Aumentar o tempo do programa. As duas horas que tinha antes eram perfeitas. E solicitar ao governo respaldo à Rádio Inconfidência, mantendo sua vertente original: MPB e boa informação”; “Casa Aberta 4 horas. Volta, Flavinha. A noite piorou muito sem você! Voz do Brasil 19h”; “Acho que o Casa Aberta

sendo só uma hora é muito pouco. Acho também que o programa da Waleska Falci perdeu muito com a ausência das entrevistas que ela fazia”; “Sim, nesse último ano ótimos programas foram cancelados ou tiveram seu tempo reduzido, como o Casa Aberta, o programa a Noite vai ser boa, o Casa Azul e outros. Acho que esses programas deveriam voltar, também gostaria que tivesse mais propaganda com temas importantes, para alertar a população e informar, como educação sexual, violência a mulheres etc”; “Sim, aumentar o tempo de programa e criar outros programas com interação do público; O pedido para que a rádio se mantenha 100% programação nacional, que não se transforme excessivamente comercial, que o Casa Aberta volte a acontecer em horário maior”.

Pelo menos 20 ouvintes também afirmaram que reivindicaram a permanência do Elias Santos na apresentação do programa: “Sim, a permanência da rádio pública de qualidade, principalmente quando ocorreu o afastamento do Elias”; Ah, claro. Quando o Elias Sumiu rs”; “Sim, quando Elias deixou de ser presidente, foi uma notícia péssima na época. feliz de poder ouvi-lo novamente”; “Quando o Elias Santos foi desligado da rádio, senti necessidade de ligar para o chamarem de volta”; “Sim. Fiquei insatisfeito quando da mudança de governo o Elias havia desaparecido do ar e fiquei preocupado de uma possível represália à sua postura mais crítica, que o considero de grande valor e respeito”; “Sim. O retorno do Elias”; “Volta Elias Santos no Bloco Circulando”; “Falei muito da falta do Elias Santos e engrossei a lista dos ouvintes reclamantes!!! #volta elias!!!!”.

Alguns ouvintes citaram em suas respostas que reivindicaram tanto a volta do Elias como o aumento do tempo do programa. Destacamos algumas dessas respostas: “Sim. A volta do Elias Santos. E a volta de duas horas de programa e dos quadros diários”; “SIM. Me manifestei quando da saída de Elias e ainda lamento pela redução de quadros e do horário do programa”; “Sim. Quando o Elias saiu e a redução do tempo do programa. Uma lástima”; “Fiquei muito chateada quando o Elias saiu do programa, mas graças a Deus ele voltou. O programa está muito curto, não dá tempo de nada!”; “Sim. A saída do Elias e o tempo da programação que diminuiu”; “Sim. Quando mudou o governo e o Elias saiu. Depois, quando ele voltou e o programa diminuiu”.

Também selecionamos algumas respostas de ouvintes que, além de reivindicarem a volta do Elias, também reclamaram das mudanças na grade de programação da brasileira: “Sim, quando houve a retirada do Elias da Presidência, e a mudança na programação que seguia um legado importante deixado pelo Flávio Henrique”; “Sim, quando o Elias foi afastado da

rádio e do programa casa aberta e solicitar que o estado independente da sua posição não mude a estrutura da rádio e os programas por razões políticas”; “Sim, reclamei da saída do Elias Santos, reclamo dos cortes de outros programas como A noite vai ser Boa, Trem Caipira, saída dos colaboradores como Aline Calixto, Roger Deff, Thiago Delegado, Flávio Renegado, Paulo Proença, Gedeon Messias e muitos outros, desculpe, mas na minha opinião esses fatos empobreceu muito a rádio”; “Sim. E reclamei, protestei, fui a Câmara de Vereadores. Homenagem a rádio. E ajudei na luta pela continuidade da rádio, dos programas e volta do Elias”.

Em algumas outras respostas, encontramos tanto a reivindicação pela volta do Elias como a preocupação com o fechamento da rádio. São algumas dessas respostas: “Fiquei louco com a saída do Elias Santos. Sentimento que um ‘parente próximo foi tocado de casa’. Acompanhei a mobilização em torno das mudanças catastróficas do Governo Zema para a rádio Inconfidência. Ainda bem que recuou em alguns aspectos”; “Sim, fiquei muito preocupada quando a rádio estava correndo risco de ser extinta e com a saída de profissionais, como o Elias Santos, e assinei o abaixo assinado destinado ao governador para manter a rádio”.

Ainda em relação às respostas da vigésima terceira questão, foram vários os ouvintes que disseram que reclamaram sobre as mudanças na grade de programação ocorridas em 2019, tanto programas que saíram do ar como alguns quadros também. São algumas dessas respostas: “Com algumas mudanças fiquei apreensiva da rádio perder sua identidade e autonomia”; “Sim... Não acabar com tantos programas tão bons”; “Sim, os cortes de quadros maravilhosos que existiam”; “Sim, o não cancelamento do programa das músicas e violas caipiras e de raiz (quando me levanto muito cedo para viajar ouço)”; “Sim, a retirada de alguns quadros (como o todas as cores, o a noite vai ser boa, por exemplo)”; “Sim, a permanência da boa parte da grade de programação da rádio”; “Sim. Quando mudou a programação, retirando alguns programas que eu gostava”; “Sim. programas e quadros que foram tirados do ar”; “Sim. Lamento o fim de vários programas da rádio: Um Toque de Clássico, Rimas e Recortes, A Hora do Improviso... Também lamento a forma como são dadas certas notícias, que condizem com versões veiculadas na grande mídia pelos governos Estadual e Federal, sem reflexão crítica, análise de diferentes pontos de vista ou completa cobertura do contexto”; “Já. A volta de vários programas da rádio que foram cancelados ou trocados de horário como por exemplo o ponto de vista, jornalismo, voz ativa...”; “Voltar com Aline Calixto. O programa da Flávia Moreira a noite era fantástico. Todas as Cores voltar. E Boa baço Marcelo Veronese”; “Alguns programas como o sobre a língua Portuguesa da Brisa Marques e o Aldeia do Mundo do Magno Córdova deveriam

continuar em melhores horários”; “Sim, reclamar das mudanças na programação”; “Sim, retorno de programas que saíram do ar, ex "ponto de vista"”; “Sim. Que o programa permaneça no ar”; “Não gostei que tirou o programa Feito em Casa do sábado 11 horas”.

Também apareceram reclamações relativas às mudanças sentidas na programação musical. São algumas dessas respostas: “Sim. Não fiquei satisfeito com as mudanças. Sinto que a rádio envelheceu. A programação atual está muito distante da música de BH”; “Sim, de voltar a programação musical com mais prevalência de artistas mineiros”; “Tenho vontade de reclamar da própria gestão atual da rádio, que tem essa pegada comercial e não valoriza a música autoral mineira”; “Sim. Que ela não fosse descaracterizada, que representasse mais os artistas mineiros e a cultura mineira em geral”; “Sim. A manutenção da rádio. E a volta da programação e repertório musical da época do Flávio Henrique”.

A preocupação com a permanência da rádio e a reivindicação pela sua continuidade aparecem em mais de 30 respostas. Algumas dessas respostas são: “Sim, fiquei com muito medo da rádio acabar neste novo governo. Fiquei bem triste com a possibilidade”; “Sim. Para que a Rádio Inconfidência não acabe. Sempre me identifiquei com a MPB e descobri, na adolescência o BAZAR MARAVILHA”; “Sim, quando o da possibilidade de ser extinta”; “Sim, que não deixassem que esse patrimônio cultural de MG fosse interrompido. Viajo o Brasil inteiro e não conheço emissora à altura dessa”; “Já, inclusive já assinei Abaixo Assinado em favor da Inconfidência”; “Para manter a rádio AM e FM”; “Quando houve a possibilidade de fechamento da rádio”; “Sim, principalmente as mudanças estruturais que a rádio passou e a iminência de fechar a AM”; “Sim, já me manifestei publicamente contra o fechamento da Rádio”; “Sim. Não acabar nunca com o rádio. A rádio para mim é uma paixão e uma necessidade”; “Somente quando das ameaças do Estado de fechar a rádio. É importante para Minas ter uma rádio com uma proposta aberta e que valorize a cultura Mineira. Vida longa a rádio e ao Programa Casa Aberta”; “Sim, pela permanência do Programa Casa Aberta e a continuidade da rádio”; “Sim, defender sua existência”; “Sim. Não pode acabar nem a Emissora e as Ondas Curtas”; “Sim, quando temi pelo fechamento da Inconfidência”; “A permanência da rádio”; “Sim. Pela permanência da rádio inconfidência para o estado de minas e brasil”; “A permanência da rádio”; “Tive muito medo que a Rádio acabasse. E tenho medo que a censura possa prejudicar o trabalho. Já se percebe isso...”; “Sim, fiquei apreensivo com a possibilidade de fechamento da rádio no governo atual”; “Sim, pelo não fechamento da emissora e manutenção dos programas”; “Que não saísse do ar”.



Alguns ouvintes relataram que se manifestaram ao próprio governo do estado contra o fechamento da Rádio Inconfidência, noticiada no início de 2019. São algumas dessas respostas: “Ao governo sim, queremos os programas de volta e a certeza de que a rádio não será privatizada”; “Sempre, temo que o Romeu Zema destrua a Rádio dos mineiros, a Inconfidência. No YouTube me manifesto também, divulgando a Rádio. Uso a # #FicaInconfidência”; “Sim, já pedi ao governo para não acabar com a rádio (Zema nojento hehe)”; “Assinatura e campanha virtual do abaixo assinado em favor da Rádio Inconfidência encaminhado ao novo presidente da rádio e ao Secretário de Cultura Paulo Brant. Inclusive ficou notório a mudança da rádio com mudança de governo. A rádio estava mais pulsante e diversa antes do novo governo e da nova direção. Muitos programas bons saíram do ar. Até o jornalismo mudou de cara, ficando mais tradicional e pouco interessante”; “Sim, que o governo não fechasse a rádio, pois ela nos representa de forma positiva”; “Já. As ameaças do novo governador com relação a rádio foram ruins demais”; “Ao Governo Sim: Manter a Rádio FM”; “Com o governo, quando falam que a rádio Inconfidência vai acabar”; “Sim. Veemente. Zema não fechar a Rádio Inconfidência. Me expressei muito”.

Alguns ouvintes também afirmaram que reclamaram ao próprio governo do estado, o governo atual, sobre as mudanças que aconteceram na rádio em 2019. São alguns desses depoimentos: “Já fiz isso com o pessoal do Partido Novo. Minha ponderação foi que a Inconfidência é um dos raros meios de comunicação que dá abertura ao artista pequeno, que está iniciando, procurando o seu espaço. Fazer da Inconfidência uma rádio com fins lucrativos seria o mesmo que fechar definitivamente esta porta para a arte mineira”; “A partir de 2019 principalmente!!!! A vontade é de montar barraca na porta da rádio. A gente respeita a equipe e como já disse, aguardo a chegada de 2023”; “Ao governo do Estado a manutenção do programa, retorno do Elias e ampliação da duração do programa”; “Sim. Já pedi respeito ao governo em relação à rádio e seus integrantes”; “Sim, sou mais um dos ouvintes que desaprova as intervenções do atual governo do senhor Romeu Zema na programação da rádio e na grade de programação”; “Com certeza. Principalmente quando o atual governo assumiu o mandato. Aos poucos veio desmontando a rádio e principalmente o Programa Casa Aberta. Nota-se uma censura quanto aos temas, o que se deve e o que não se deve falar, coisa que não havia. Falava-se tudo inclusive críticas ao antigo governo. Atualmente reduziram o tempo de programa, os temas ficaram menos densos, mais leves. Mas assisto, por ainda ser um programa de resistência aos tempos atuais”; “Sim, principalmente sobre a política de desmonte aplicada! Um absurdo o que estão fazendo!”; “Muitas vezes, ultimamente”; “Sim, a necessidade de retorno ao

engajamento democrático que tinha na gestão do Elias e antes do Flávio Henrique”; “Sim. Que o atual governo não mudasse a programação da rádio”; “Sim. Quando governo reduziu quadros e demitiu vários profissionais”; “Sim já solicitei e participei de uma Ato Fica Múcio Boulevard do Trem Caipira; Fica Casa Aberta”; “Sim. Tive muito receio do programa acabar quando da posse do novo governo”; “Com certeza. Com o novo governo, a diretoria foi substituída, e toda a programação, tanto da Rádio Inconfidência como do Programa Casa Aberta foi reestruturada. Diminuíram o tempo do Casa Aberta, que foi prejudicado, ficando tudo muito corrido, tiraram os quadros que eu gostava e que interagia, comprometendo a qualidade de tudo que havia sido construído”.

Mas alguns ouvintes também afirmaram que reivindicaram ao poder público mais investimento e atenção para a Rádio Inconfidência. São alguns desses depoimentos: “Sim. Por exemplo, ao governo, para que a Rádio Inconfidência, não perdesse seu estatuto de instituição pública”; “Sim. Aumentar o investimento na rádio”; “Mais divulgação por favor!”; “Cuidado para não se perderem em uma espécie de "neutralidade com interesses". Seria o fim da Inconfidência FM e seus nobilíssimos propósitos originais”; “Sim. Maior atenção do poder público”; “Mais carinho e atenção com o meio de comunicação”; “Sim, ao governo que preserve nossa rádio e nossa história e interferisse menos na programação e criatividade dos programas”; “Sim, mais suporte financeiro, mais ousadia com relação à diversidade cultural, apoio e parceria com os artistas mineiros, a volta dos quadros voluntários”; “O governo do estado deveria se preocupar mais com a Rádio que é um patrimônio cultural de Minas Gerais, investir na Rádio é investir em educação e estamos muito carentes”; “Ao governo do estado, com certeza!!!! Para que aumentasse a valorização da rádio, que é um diferencial no país!!!!”; “Solicitar mais apoio à rádio e o fim do desmantelamento que vem ocorrendo infelizmente”; “Sim. De salientar a importância da rádio para a população, portanto é preciso investir na mesma”; “Ao governo de Minas Gerais para a rádio INCONFIDÊNCIA BRASILEIRÍSSIMA passar a ser patrimônio histórico e cultural de Minas Gerais”; “Que tivesse mais investimento, mais acesso a cultura e aos conhecimentos que geralmente só alcançamos através do Rádio”; “Menos censura e mais investimento”; “Sim. Mais verba para desenvolver projetos e programas externos”; “Sim. Senti necessidade de solicitar ao governo do estado que mantenha a rádio inconfidência funcionando sem qualquer tipo de corte. Pois a rádio não apenas é patrimônio dos mineiros, como também é de extrema importância para a comunicação pública”.

Alguns ouvintes também comentaram sobre a insatisfação gerada na rádio a cada mudança de governo. Destacamos: “Sim. Muitas vezes. Sou a favor da rádio pública, de livre

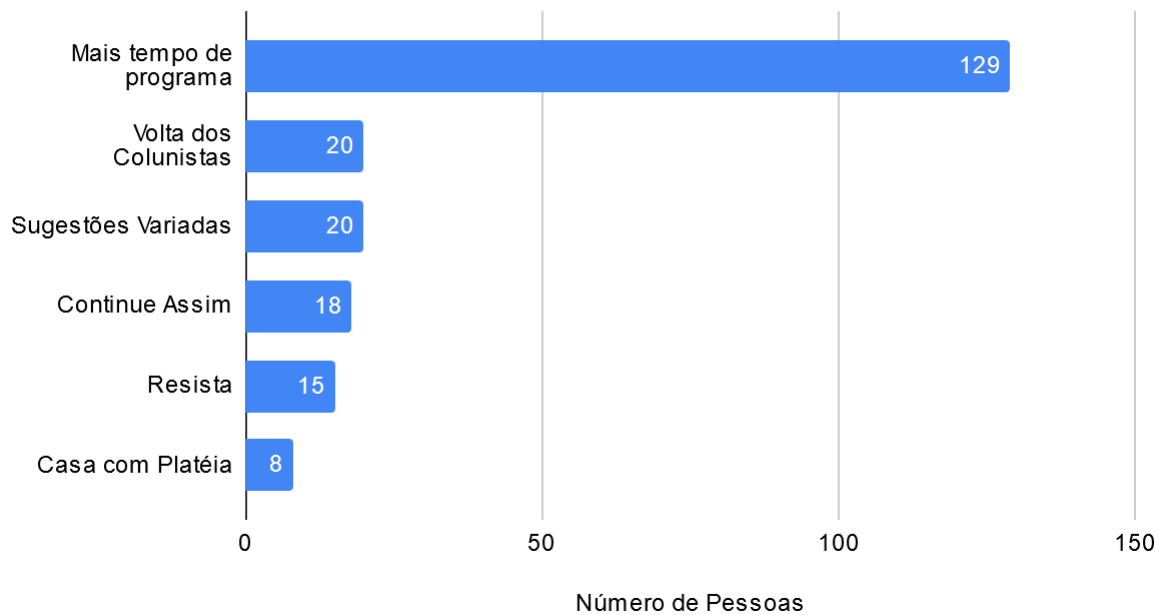
pensamento. Avalio que a definição dos diretores e outras funções de comando deveriam ser escolhidas através de algum conselho com ampla participação. As mudanças de governo causam o maior estresse e strike na rádio. Isto é muito ruim”; “Com certeza. Fazem mudanças sem perguntar para o ouvinte se ele gosta ou não, se ele está satisfeito, se a nova forma é de seu interesse. complicado essa democracia”.

Também destacamos algumas outras respostas que apareceram nesta questão com reivindicações isoladas: “Sim. Mais atenção à tragédia de Brumadinho e Mariana”; “Sim. Falha no áudio pela internet”; “Não me sinto a vontade de fazê-lo. Não confio em governo. A rádio reclamei da falta de qualidade técnica na época das mudanças que o novo governo impôs”; “Sim, antes a Rádio não tinha apresentadores de manhã e não falava as horas, sugeri na sequência do ouvinte a hora certa. Também participei das ações contra o fechamento da rádio e a troca da presidência”; “Sim. A liberdade de expressão dos apresentadores. Adorei quando a rádio fez paralisação”.

Também aparecem duas reivindicações ao próprio Programa Casa Aberta: “Sim. Já mandei uma sugestão de que, no início do programa, vcs não falassem o "resultado" de um quadro. Por exemplo, contar qual vai ser a sequência do ouvinte, do livro aberto, de todos os quadros, como vocês fazem atualmente. Anunciam quem vai dar a dica, mas não contam qual vai ser a dica, de? Faça uma surpresinha pra nós ouvintes....rsss”; “Fiquei em dúvida e não questionei um pedido feito em minha sequência do ouvinte que não foi atendida. A música é de Gonzaga interpretada por Zezé de Camargo e Luciano. A resposta é que tem um programa que toca música sertaneja”.

Gráfico 28 – Sugestões para o Programa Casa Aberta

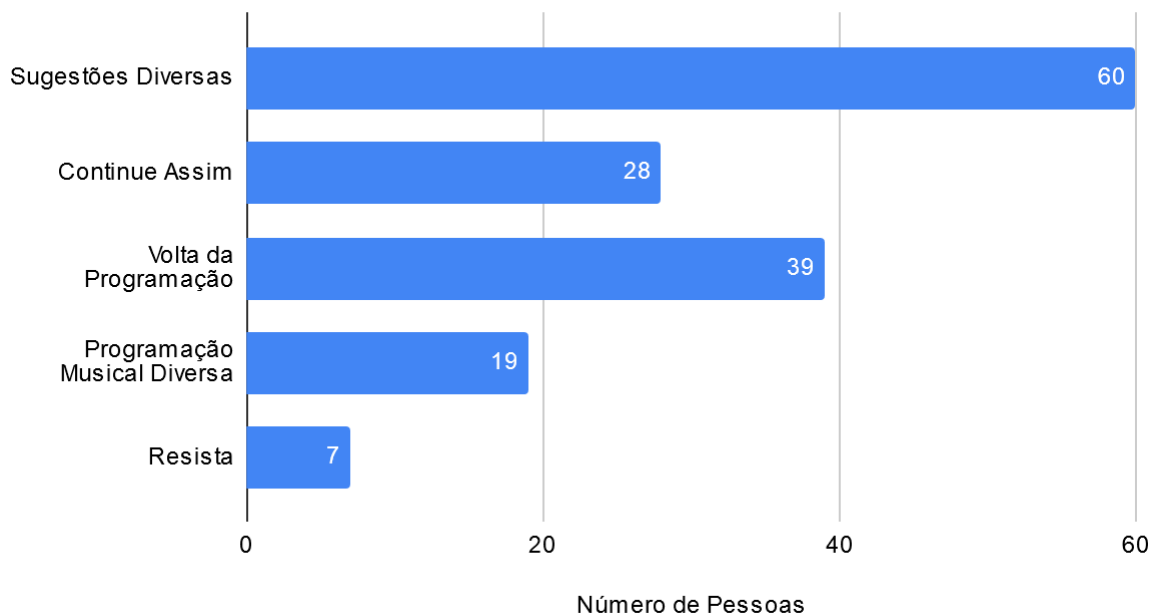
### Sugestões para o Casa Aberta



Fonte: Velise Maciel

Gráfico 29 – Sugestões para a Rádio Inconfidência

### Sugestões para a Rádio Inconfidência



Fonte: Velise Maciel

A vigésima quarta questão também era aberta e perguntava ao ouvinte quais sugestões ele teria para a Rádio Inconfidência ou para o Programa Casa Aberta. Ao todo, 338 respostas foram obtidas. Separamos, para efeito didático, as sugestões para o Programa Casa Aberta e para a Rádio Inconfidência em dois gráficos distintos (Gráficos 28 e 29).

As sugestões para o Programa Casa Aberta incluem justamente as reclamações que apareceram na questão anterior. 129 ouvintes falaram que sugeriam que o programa voltasse a ter duas horas ou fosse maior: “A volta de duas horas de duração para o ‘Casa Aberta’”; “Aumentar a duração do programa”; “Aumentar o horário do programa. Voltar a ser no mínimo 2 horas”; “Aumentar o tempo de programa, uma hora é muito pouco”; “Aumentar para 02 horas da programação do casa aberta porque é muito bom”; “Aumentar o tempo no ar”; “Acho que o programa pode contribuir ainda mais com uma hora a mais de duração”; “Casa Aberta com maior período de duração”; “Estender o horário do Programa Casa Aberta para pelo menos 3 hs de programação”; “Gostaria que o Casa Aberta pudesse ter o horário antigo, de 10:00 às 12:00”; “Gostaria que o programa tivesse mais tempo na rádio, no mínimo 2 horas”; “Desejo que o programa Casa aberta se estenda por mais algumas horas”; “Minha sugestão aos diretores da rádio inconfidência é a de que permitam que o programa Casa aberta volte a ter duas horas

de duração dentro da grade da programação. Pois assim o programa poderá ter mais tempo para destacar e ressaltar questões sociais de importância a todos nós”; “O Programa Casa Aberta deveria ganhar mais uma hora ao invés de perder. Na minha opinião seria ideal das 10:00 às 13:00 h”; “Mais tempo de programa para o casa. Essa atitude restringiu demais a participação do povo”; “O Programa Casa Aberta voltar com 2 horas de duração para garantir a rica programação que já tivemos!”; “Prezava pelas 2 horas do Casa Aberta. Desconheço o motivo da redução”; “Minha sugestão é para que a Rádio Inconfidência, ou seus responsáveis, retornem o Programa Casa Aberta para seu tempo de duas horas, pois estamos perdendo muito de informação, para nosso crescimento como cidadãos”; “Maior tempo, cortou pela metade...não foi bom, mas vejo que deve ter tido motivos para essa mudança”; “Que retorne o tempo do Programa Casa Aberta pro total de duas horas que tinha anteriormente, pois estamos deixando de ter muitos aprendizados e reflexões, por terem diminuído o tempo do programa”; “Voltar o horário antigo, das 10 às 12h”; “Voltar o programa para duas horas de duração”; “Voltar o programa para o formato de 2 horas e a volta do Todas as Cores”; “Volte o Casa Aberta a ter mais tempo”; “Voltar ao horário normal com mais tempo para entrevistas críticas”; “Voltar com a programação de 2 horas e os quadros informativos”; “Voltar com duas horas de programa, pois uma hora só não é o suficiente”; “Que o Programa Casa Aberta volte a ter 2h (ou mais)”; “Que voltasse a ter 2 horas de programa diário está bastante corrido ante tantos quadros (nenhum dispensável)”; “Que volte a ter duas horas de duração, já que o atual governo nos tirou esse prazer; Ter pelo menos mais 1 hora de programa”; “Retornar ao horário anterior. FIQUEI DESMOTIVADA COM A SAÍDA DO ELIAS. E DEPOIS COM A REDUÇÃO DO HORÁRIO DO PROGRAMA CASA ABERTA”; “Retornar com o antigo horário, essa redução interferiu um pouco na qualidade”; “Voltar com o tempo de 2h do programa (ou aumentar mais)”; “Voltar novamente o horário de 10 às 12horas do casa aberta. Sinto as entrevistas muito corrida perdendo assim um pouco do desfecho”; “Voltar a ser como era, antes de começar esse ano temeroso”; “Voltar a ser de 2 horas”; “Voltar a ter 2 horas de duração. De preferência um pouco mais cedo. Tipo de 09:00 às 11:00”; “Voltar a ter maior engajamento político. Aumentar o programa. Uma hora é muito pouco; Um horário maior”.

Muitos ouvintes, além de solicitarem um maior tempo de programa, também deram outras sugestões ao Casa Aberta e a Rádio Inconfidência. São algumas dessas respostas: “Aah, sinto falta das duas horas de programa, dos quadros diários e mais músicas dos artistas de Minas Gerais na programação”; “Que o programa voltasse a ter duas horas e que a rádio voltasse a valorizar os ouvintes em sua programação. E que voltasse com programas que a diferenciam de

rádios comerciais e do Spotify”; “Retornar o programa para duas horas e informar ao ouvinte escutante quando a mensagem daquele irá ao ar, por exemplo, quando gravamos a sequência do ouvinte: Pois hoje, corre o risco de ir ao ar em momento de não estar ouvindo...”; “Que o Casa Aberta volte ao normal. E que a rádio volte ao seu perfil original, as vezes acho que estou ouvindo a velha Guarani”; “Retomem as origens, dando voz ampla e irrestrita à cultura, sobretudo a produzida no estado. Retomem as colunas urgentemente! E... Duas Horas Já, para o Casa Aberta. Diminuir não é e jamais será sinônimo de calar”; “Mais tempo para o programa, pois assim haveria mais oportunidade para coletivos que não tem. Isto eu acho ótimo. Fico sabendo de coisas inimagináveis em BH”; “Para o Casa Aberta: voltar a ter duas horas diárias do programa, caso contrário, retire a grade nova e não toca música, pois assim, sobra mais tempo para os entrevistados e a participação dos ouvintes. Há dias que fico afobada com o Elias, pois é tudo muito corrido pra dar tempo de cumprir em uma hora”; “Aumentar o horário da programação para maior interação com os ouvintes e maior visibilidade aos artistas de BH”; “Gostaria que voltasse a ter duas horas de programa. E também uma maior liberdade de opinião”; “O Casa Aberta voltar ao seu horário de duas horas. E a Rádio manter sua independência política, de opinião!”; “O programa poderia ter uma hora a mais e também que tivesse mais informações que leve a melhor formação dos cidadãos, sei que já tem, poderia focar um pouco nisso tbm!”; “O programa poderia voltar a ter 2 horas de duração com mais músicas já que agora temos uma programação musical mais extensa na Rádio”;

Além da volta de duas horas de programa, vinte ouvintes também sugeriram a volta dos colunistas e quadros do programa que haviam sido extintos quando o programa ficou menor. São algumas dessas respostas: “A volta do Arte ao Cubo”; “Não acabar com os quadros do programa”; “João Paulo Cunha voltar. A casa aberta reafirmar uma postura mais combativa e progressista”; “Acho que a forma antiga era muito boa o que poderia retornar. E Quadros importante como 'todas as cores' são muito importante para um programa de cidadania”; “E para o programa casa aberta, que volte com o tempo de duas horas e com os quadros: arte ao cubo, todas as cores e momentos musicais”; “Voltar o programa para o formato de 2 horas e a volta do Todas as Cores”; “Voltar ao tamanho original e alimentar o tempo do "Arte ao Cubo"”; “Voltar com os quadros que foram extintos”; “Voltar os colunista todos muito bons!”; “Sugiro, retomar o quadro Todas as Cores, ainda que não seja com o mesmo apresentador. A iniciativa desse programa é inovadora e necessária”; “Voltar duas horas programa, retorno João Paulo Cunha!”

E foram 20 os ouvintes que deram sugestões variadas para o programa. Por serem sugestões inéditas, mostraremos todas essas respostas. As sugestões foram: “Penso que deveria acontecer também em horário alternativo para além da versão do dial, para stream e YouTube”; “Abrir um canal de opinião ao vivo sobre o tema em destaque”; “A criação de um quadro tipo “notícia boa” apenas com boas notícias dadas pelos ouvintes”; “Incluir as leis voltadas para a saúde mental”; “Que trocasse a música de abertura com refrão de Casa Aberta com mulheres, Amaranto e talvez Marina Machado”; “Acho que eu gostaria de ouvir vinhetas de ouvintes e ou especialistas no começo do programa ao invés dos artigos lidos pelo Elias, porque acho aquilo chato e um tanto quanto paternalista. Acho que algo como, iniciativas públicas e privadas de organização da sociedade, mobilizações de cunho social, promoção da saúde e bem estar”; “Eu só gostaria que a participação dos ouvintes, em sugestões, fossem surpresa, que anunciassem antes o nome do ouvinte, mas deixassem o seu pedido, por exemplo, a sequência do ouvinte, para o momento da apresentação”; “Continuar apresentando algo que dá certo na sociedade, iniciativas de pessoas comuns que fazem a diferença a fim de que possamos fortalecer o sentimento de que podemos mudar o mundo para melhor. Para que as pessoas se sintam vistas e apoiadas e não desanimem jamais”; “Um quadro: Por onde anda? Aquele escritor, aquele cantor, aquele profissional que faz a diferença, o Sr. Gentileza”; “Um quadro com poesias”; “Uma coisa que eu julgo importante seria a criação de um quadro ou programa que ampliasse a participação do setor da educação no estado de MG. Ampliar o diálogo da literatura com as outras artes na programação também seria interessante. Me esqueci agora o nome do jornalista, mas era um dos melhores quadros do casa aberta. Ele falava de literatura, cinema e política de uma forma primorosa”; “Um quadro sobre a memória da cidade por seus moradores, nada acadêmico seria lindo”; “Relembrar artistas de grande importância que estão nas comunidades que não tem oportunidade de divulgação apesar de terem uma história com a cidade. Ex; O cantor e compositor Gil da Mata ganhador de vários festivais em MG, O mestre Dunga, de capoeira de rua, contribuiu muito para o estado de MG, O artista plástico Laurindo que esculpiu até um Cajado para o papa João Pedro II. A Zorra Santos que foi uma grande personagem do filme de Chico Rei na década de 80. Enfim... A gente que está nas comunidades tem a visão dos que ficaram esquecidos dentre esses que citei, existem muito mais... Acho que o Casa Aberta seria o programa ideal para essa busca”; “Poderia falar mais sobre o meio ambiente. Em como proteger e incentivar a jogar lixo no lixo; Falar também dos deveres de cada cidadão: crianças, jovens, adultos e idosos. As pessoas só querem saber de direitos...”; “Entrevistas mais curtas”; “Não gosto de entrevista pelo telefone”; “Sei que pela história do



país muita coisa foi negada, abandonada, considerada inexistente (apesar de existir), negligenciada, mas acho q o programa dá ênfase exagerada aos assuntos ligados a gênero sexual, discriminação de raça, etc. Do meu ponto de vista seria mais produtivo em promover uma ideia de união entre as pessoas, falar de respeito ao outro sem "classificar" se ele é de um grupo ou de outro. Falar de pessoa para pessoa, independente de sua identificação. Focar na pessoa, passar a intenção de sempre haver respeito mútuo. Fica claríssimo quando o Elias aborda essas questões, o tanto que ele fica mobilizado, essa energia inflamada passa pelo microfone! É desgastante! Ele pode, claro, batalhar por suas crenças e posições mais reservadamente entre familiares, amigos, conhecidos, associações, etc... mas a rádio tem como um dos instrumentos informar sim, mas manter também uma posição de neutralidade para que o ouvinte se posicione de acordo com suas convicções”; “Casa Aberta, sei que pode parecer discriminação. Mas sinceramente essa política que anda por aí, está muito chata...tudo muito politicamente correto”; “A continuidade das entrevistas e, principalmente, da abordagem política, que o Elias faz tão bem”.

18 ouvintes também responderam nesta vigésima quarta questão que sua sugestão ao Programa Casa Aberta era de que continuasse como estava. São algumas dessas respostas: “O programa é redondinho. Adoro”; “O programa é tão bem elaborado que dispensa qualquer sugestão”; “Eu gosto muito da programação a exceção do Pé de Sonho, mas imagino que muita gente deva gostar, então está ok como está”; “Ao Casa Aberta só parabenizar. Percebo o cuidado e respeito que vocês dedicam aos ouvintes, mesmo com tão curto tempo de programa”; “No momento sinto a necessidade de agradecer a todos que constroem diariamente esse programa e deixar explícito o meu reconhecimento referente ao imprescindível cumprimento da função social”; “Acho que vcs já falam de tudo um pouco”; “Continuar sempre assim, apoiando cada vez mais os artistas locais, dando voz e espaço para os negros, periféricos, aos artistas que estão no anonimato há terem voz e visibilidade”; “Continuar sendo esse programa bacana”; “Continuem nos surpreendendo”; “Para está tudo muito bem estruturado”; “Para mim está ótimo”; “Para mim está tudo ótimo”; “Para mim o programa já é fantástico”; “Parabenizar, Velise, Elias e Márcio do programa anterior ao Casa Aberta, pelas músicas culturais”; “Gostaria muito que existisse um programa semelhante em Vitória”; “Gostaria somente de parabenizar pelo excelente trabalho da rádio. Casa aberta é um exemplo para o mundo”.

15 ouvintes enviaram como sugestão o simples desejo que o Programa Casa Aberta continuasse a existir. São algumas dessas respostas: “Não desistam em meio às dificuldades recorrentes, por favor! Precisamos de vocês pra não desistir também”; “Continuem fazendo

esse programa, resistam”; “Que o legado continue, somente energias positivas para todos que fazem parte da somatória para um resultado tão bacana como este”; “Continuem na luta!”; “Que permaneçam fazendo a diferença nesse mundo cada vez mais barulhento e superficial”; “Continuem!”; “Vida longa ao Casa Aberta!”; “Continue no ar; Permanecer com o programa por muitos anos”; “Continuar conosco; Não deixem de existir! Não percam a essência de vocês!”; “Manter o programa para sempre!”; “Casa aberta não sair do ar, nem mudar os locutores, você e o Elias”; “Manter o programa Sim”.

Oito ouvintes sugeriram que o Programa Casa Aberta tivesse mais contato com o seu público. São algumas dessas respostas: “Casa Aberta com plateia”; “Levar mais vezes o programa pra fora do estúdio”; “Está tudo muito bacana! Mas vcs já pensaram ir mais vezes para a rua, praças para ouvir as pessoas que nem sempre podem ouvir e participar dos programas?”; “Gosto da programação. Acho muito bacana quando fazem programas fora do estúdio”; “programa de auditório uma vez por mês; Que esse programa percorre as cidades do interior, acontecesse nas praças, aí como seria bom, ter vcs aqui!☺”; “Que o Casa Aberta tivesse plateia”; “Promover mais eventos e pensar parcerias com escolas públicas”.

Enquanto 210 ouvintes deram sugestão para o Programa Casa Aberta, 153 ouvintes deram sugestões para a Rádio Inconfidência. No geral, as sugestões para a rádio foram mais variadas. As sugestões abrangeram questões relativas à mineiridade, como: Estar mais próxima do povo do interior; Rádio é um espaço que aproxima com a cidade. Geralmente TV é mais nacional. Não percam essa proximidade com o que está acontecendo aqui próximo; Não percam nunca a mineiridade e a sensibilidade que possuem em entrar em nossas vidas. A formação da minha filha é em torno da rádio. Por morarmos em Uberaba, chegam a perguntar por que as propagandas sempre falam de BH, onde não moramos mais. Com relação ao Player da Rádio na internet, sugiro que ele ainda melhore mais. Mudou recentemente, mas infelizmente é instável devida plataforma; Continuar a abrir espaço para cultura mineira.

Também abrangem algumas dicas de divulgação: Para brindes de shows e eventos, usem mais o Instagram; Precisam trabalhar mais o MKT divulgar mais a rádio. Eu pilotava moto. Agora infelizmente sou usuária do transporte coletivo e fico chateada ao ver a propaganda de uma rádio que tem apelo estritamente comercial dentro do ônibus. Eu gostaria que tivesse da 100.9 Brasileiríssima ou a 104.5 UFMG. Sei que fica caro essa divulgação, mas tem que buscar mecanismo de fomentar mais a rádio. Algumas sugestões também para a parte técnica:

Melhorar a transmissão pela internet; Muitas. Tenho tido dificuldades para acessá-la. Diminuí muito a audiência de uns meses pra cá.

O relacionamento com o ouvinte apareceu de forma diferente em várias sugestões: Que pudesse voltar com alguns quadros, que se faça uma pesquisa conosco ouvintes e escutantes; “Mudança de horário de alguns programas. Acho que poderia per feita uma pesquisa sobre os melhores programas, cruzando dados sobre os melhores horários a serem apresentados...”; “Consultar os ouvintes sobre as mudanças que pretende fazer”; “Que todos os programas tivessem interação por WhatsApp”; “Continuar com a participação dos ouvintes”; “Manter o espaço que já existe para manifestação do ouvinte”; “Interagir mais com o público; Para a Rádio - algumas vezes convidar ouvintes para gravarem o programa Feito em Casa”; “Ter um, talvez um programa no sábado de cartas dos ouvintes. SMS e afins . Tipo ouvidoria geral”; “Manter informação e interação com os ouvintes”.

A sugestão de mais informação versus mais música aparece em sugestões diferentes. Alguns ouvintes sugeriram: “Mais dicas culturais”; “Mais entrevista”; “Mais tempo de programação, mais entrevistas, menos músicas”; “Mais dicas culturais”; “Percebi que com programação nova tem um longo período musical e poucos momentos de informação”. Outros sugeriram: “Mais música”; “Menos entrevistas, mais músicas”.

Se posicionar ou não politicamente também ficou bem dividido entre os ouvintes que enviaram sugestões para a rádio. Entre os que defendem um posicionamento, destacamos as seguintes respostas: “Manter a Rádio com sua identidade cidadã e de engajamento social. Manter a qualidade da programação musical”; “Manter seu compromisso social, político”; “Conversa aberta entre ouvintes e profissionais a título de debate e pontos de vista”; “Que a rádio tenha um momento político”; “Mantenha sua identidade, suas propostas, atitudes e ideais independente da posição política do estado”; “Rádio Inconfidência: ter mais autonomia de criticar ou elogiar o governo (sem censura)”; “Posicionamento político mais claro, e não ficar só na mediação”; “Para continuar na sua essência com identidade e autonomia de criticar e protestar quando necessário e também reconhecer e elogiar quando for preciso”; “Voltar com as entrevistas em todos os programas e tirar a mordça que está sendo colocada no jornalismo”; “Sinto falta do jornalismo comentado. Da interação do Tutti com a Valeska Falcí no final do Bazar. Do programa do Chico Lobo. De haver mais tempo na apresentação do Casa Aberta”.

Entre os ouvintes que sugeriram que a rádio não demonstrasse posicionamento político, estão as seguintes respostas: “Fique no entretenimento, jornalismo existem infinitas fontes.

Agenda cultural, sempre que alguém sintoniza se identifique com MG”; “Nenhuma sugestão ao Casa Aberta mas já me senti incomodada algumas vezes em outros programas da Rádio com comentários políticos ou sobre futebol parciais. Então, minha única sugestão é que esses comentários, quando partissem de formadores de opinião fossem imparciais. Afinal, nunca se sabe quem está do outro lado do Dial”; “Muito cuidado ao abordar assuntos de interesse público. Não expressar de forma incisiva opiniões que cabem a cada um decidir e ou demonstrá-la”; “Não falar de partido político e sim de política”; “Menos ideologia e mais profissionalismo”; “Sugiro que nos debates políticos sejam incluídos entrevistados de diferentes posições e partidos”; “Acredito que os locutores ou todos que participam diretamente pela rádio devam tomar cuidado ao manifestar sobre política, nem todos os ouvintes compactuam da mesma ideologia. Falar sobre política é super necessário, porém se posicionar já é uma questão mais delicada”.

Alguns ouvintes também sugeriram uma possível linha editorial mais independente da rádio. São algumas dessas respostas: “Não perder o norte”; “Ser uma rádio pública autônoma”; “Manter o foco mesmo com risco de ter baixa audiência. O conteúdo é profundo e demanda tempo e constância”; “Para a rádio não perder o norte”; “Para a Rádio assegurar a liberdade e autonomia do trabalho e dos profissionais”; “Parar de querer ser uma rádio comercial. Comunicação pública tem como objetivo formação de público e experimentação”; “Essa Empresa Mineira de Comunicação, nunca deverá ser um lugar de "políticos" e sim um local de Arte, Cultura e Política (na verdadeira concepção da palavra) basta observar pelos idealizadores e fundadores, são verdadeiramente amantes de tudo isso. Conheço um deles, apesar de não nos vermos a muitos anos, fomos vizinhos de porta com porta quando ainda morava com o meu pai, Sr Raimundo, no bairro Caiçaras, em frente à Igreja de Santos Anjos da Guarda...o Dirceu Cheib, do meio artístico com sua gravadora Bemol e conhece bem de rádio... vi os seus filhos Lincoln e o Ricardo de bebê a adolescentes, vários mudamos todos de lá e perdemos o contato...como eu dizia, fundadores idealistas, fanáticos pelo bem feito por isso deu no que é hoje a 100.9 Brasileiríssima!!!”; “Nunca perder de vista a missão de dar vez e voz aos nossos artistas que não tem espaço na mídia e de ser um espaço democrático de participação”.

Alguns ouvintes também sugeriram quadros ou programas novos para a grade de programação. Destacamos: “Espaço para conscientizar as pessoas em relação aos animais abandonados. Falar sobre feiras de adoção ou divulgar o nome de ongs e grupos de apoio aos animais em situação de rua (sempre estão precisando de ajuda com ração e outros)♡”; “De abrir

mais para o mundo das artes visuais”; “Que tenha sempre muita participação de mulheres nas entrevistas e outros programas, sobretudo as negras”; “Criar um quadro para tocar música e falar de manifestações culturais de outros estados do país. Nunca tocar música estrangeira. Ampliar, ampliar, ampliar os quadros e programas que possibilitem, aguçam o senso-crítico de nós ouvintes para que sejamos também ESCUTANTES”; “Fazer um programa voltado para experiência profissional dos jovens. Precisamos ajudar os jovens do Ensino Médio. A lei do jovem aprendiz não é fiscalizada. Não temos oportunidade para os jovens que está cursando o 3º ano do EM de pelo menos uma semana de estágio na área profissional escolhida. Essa falta de oportunidade é a principal causa dos transtornos psicológicos”; “Fazer um programa para mostrar o trabalho do ‘guia de turismo’ que é muito importante, para valorizar este profissional, que muitas vezes não é conhecido e valorizado pelo público – é a única profissão do turismo reconhecida por lei federal desde 1993. Lei 8.623/93”; “Sugestão para a Rádio é valorizar cada vez mais os seus excelentes profissionais. Sugestão para o programa é inserir uns três minutinhos de ‘coluna’ diária sobre o tema Defesa do Consumidor”; “Sugiro um programa que toque só rock mineiro!!!”; “Sugiro propagandas institucionais, que tratem de temas importantes (lgbt, mulheres, indígenas...)”;

Algumas outras sugestões variadas: “Particularmente eu crio uma confiança, me identifico com os apresentadores tradicionais de cada programa e toda vez que são substituídos mesmo por um dia ou férias acabo perdendo a vontade de escutar”; “Falem a previsão do tempo”; “Às vezes, quando falam de meio ambiente ou animais cometem alguns equívocos que influenciam muitas pessoas. Eu até já tive vontade de dar uma palestra pro pessoal da rádio sobre algumas dessas questões que domino, para que possam ter melhor embasamento na hora de abordar alguns assuntos”; “Que a Rádio possa ter notícias da região metropolitana não só de BH”; “Para a Rádio voltar a tocar dentro do elevador de vocês, semana passada não estava, rsrs”.

Entre os ouvintes que enviaram sugestões para a Rádio Inconfidência, 39 deles mencionaram que gostariam que alguma mudança da grade em 2019 fosse desfeita e voltasse com a programação antiga. Entre essas respostas, destacamos: “Voltar a tocar a música com o Milton às seis horas da tarde, voltar com o programa A Noite Vai ser Boa”; “Voltar aos programas da gestão do Flávio Henrique”; “Voltar com a antiga programação feita na época da antiga direção da rádio”; “Inconfidência; reveja suas decisões, traga de volta programas que excluíram da grade e que trazia entretenimento aos ouvintes: A Hora do Improviso, Papo de Samba, Rimas e Recortes. Etc. Valorize a cultura e a cidadania! O povo merece respeito e nós,

ouvintes, merecemos ser ouvidos e abraçados por estarmos sempre com vocês”; “Voltar com programas e quadros com opiniões críticas a respeito da sociedade, comportamento e política! Que saudade dos primeiros Ponto de Vista!”; “Volta dos voluntários, mais ousadia na programação musical, com música contemporânea mineira”; “Voltar a abordar temas pertinentes à sociedade em entrevistas e quadros como o ‘todas as cores’, ‘negruras’(Almanaque Brasil), além do programa ‘A noite vai ser boa’ na apresentação de Flávia Moreira”; “O quadro da Aline era fantástico, onde ela contava a história da música ou significado da música pelo compositor”; “Retornar o horário de duração do programa ‘O Samba bate outra vez’”; “A qualidade da rádio caiu demais, os melhores programas tiveram os horários reduzidos e outros como a ‘Noite vai ser Boa’ que estava ainda em fase crescimento e com nítida ascendência entre os ouvintes, simplesmente foi ‘cortado’, era o melhor programa em termos de interação com o público (junto com o Casa Aberta) e de longe o melhor programa em termos de novidades musicais”; “A rádio inconfidência deveria resgatar seu aspecto público e diverso, democrático e participativo. Passou de ser a programação mais plural de Minas para ser quase um compilado de Playlist, apesar do esforço da reduzida equipe. O jornalismo também passou de ser de opinião e reflexão para ser apenas informação”; “A volta do programa Ponto de Vista”; “Alguns programas que diminui o tempo e outros que saíram da grade”; “Retornar com o programa Trem Caipira. E reduzir os programas sobre futebol”; “Para a Rádio Inconfidência. Sei que mudanças acontecem e às vezes não podemos evitá-las. Mas eu adorava o Tom Instrumental no horário do almoço, confesso que não gostei dessa alteração. Sempre pensei que pudesse ter um programa de choro diário na rádio, especialmente nesse horário do almoço. E não tenho nada contra Legião Urbana, já ouvi muito, mas acho que de uns tempos para cá a rádio toca demais músicas dessa banda... kkk!”; “Que os apresentadores voltem a realizar entrevistas durante toda a programação (ex: Walesca Falci sempre trazia novidades durante seu programa à tarde). O programa matinal apresentado pelo Múcio era animado e interagia com os ouvintes, muito melhor do que o que está sendo feito atualmente. Etc...”; “Para a rádio para que alguns programas retornassem à programação. Como o Trem Caipira”; “Pra rádio, voltar com os programas e os colaboradores”; “Minha sugestão é para a rádio, volte com o apresentador Mucio Bolivar a frente do Trem Caipira”; “Para a Rádio: voltar ser o que era nos últimos 4 anos. Não se mexe em time que está ganhando. A Rádio é pública, portanto, não tem que dar lucro, investimento em cultura, educação e cidadania não é gasto. Volta com as pessoas que saíram, pois quem está perdendo é a Rádio”; “Voltar o quadro Disco de Pelúcia”; “Voltar os programas que acabaram. A programação da rádio era impecável”; “Volte a ser o

que era antes. Flávio Henrique deixou um legado que tem de permanecer, apesar de estar sendo apagado. Acompanho a rádio desde seu nascimento, viveu nos últimos quatro anos sua melhor fase. Rádio pública não é para dar audiência é para tratar de temas e assuntos que as comerciais não tratam. Rádio pública tem de ser democrática”; “Retornar com os programas de voluntários que enriqueciam muito a programação já seria muito bem vindo e me faria ouvir a rádio muito mais do que atualmente”; “Para contratarem de volta o Mucio Bolevard”; “Trazer o disco de pelúcia de volta e voltar com o horário normal do jornal pela manhã”; “Voltar à programação do passado, mais tempo e retomada dos quadros do casa aberta e do almanaque brasil e da noite vai ser boa”; “Voltar com os vários programas cortados como o ‘Voz Ativa’”.

19 ouvintes sugeriram que a programação da rádio fosse mais diversa e contemplasse mais artistas mineiros. São algumas dessas respostas: “Acho que poderia tocar mais músicas do Renegado, Tizumba, Sérgio Pererê, Orquestra de Ouro Preto, enfim, músicos mineiros”; “As vezes sinto falta de mais música. E as vezes acho a programação musical repetitiva, e com pouca diversidade considerando a diversidade da música brasileira. Também acho que ainda existem muitos músicos mineiros que nunca tem espaço na rádio. Não sei qual o alcance da rádio no estado como um todo, mas gostaria de saber o que se passa em outras cidades da região metropolitana e em outras regiões do estado. Temos também um estado diverso no que diz respeito à produção cultural”; “Para a Rádio Inconfidência voltar a tocar músicas autorais mineiras”; “Diversificar mais as músicas. Tem músicas que tocam todos os dias, praticamente nos mesmos horários”; “Divulgar sempre a música mineira e tocar também músicas novas”; “Espaço para bandas novas da região”; “Não repetir músicas durante a programação, que toque mais músicas da MPB atual, com os novos músicos, nos atualizando”; “Mais músicas de artistas mineiros”; “Investir mais na música instrumental!”; “Às vezes acho as oportunidades dadas a artistas um pouco 8 ou 80. Ou foca muito no artista da periferia, da favela ou foca muito no artista mais renomado. O artista que está no meio termo muitas vezes não acha um espaço para mostrar o seu trabalho. Isso acaba desanimando quem não é nem da periferia/favela e nem conseguiu firmar seu nome no meio artístico”; “Para a rádio: que a programação musical tenha mais músicos mineiros, novos e/ou que não tenham alcance de massa. Que não busque ser uma rádio comercial e sim representativa”; “Priorizar os artistas mineiros na programação”; “Uma MPB que normalmente não seja tão comercializada, as vezes escuto uma mesma música em vários programas da Rádio Inconfidência, e sei que os intérpretes têm outras preciosidades”; “Voltarem os antigos programadores musicais. Eu estou com impressão que neste ano estão apenas repetindo, na maior parte das vezes, os clássicos da MPB e estão esquecendo das

novidades”; “Que continuasse a dar espaço aos novos músicos e artistas, que não encontram a não ser na rádio Inconfidência, a força para essa divulgação. Mais espaço para a música instrumental, que em minas é muito forte e perdeu espaço”; “Rádio Inconfidência voltar a tocar músicas de cantores de BH/Minas”; “Rever a grade musical, caiu a qualidade”.

20 ouvintes disseram que a rádio estava ótima e que a sugestão era que continuasse assim: “Adooooo; Continuar assim!”; “Continuar com a programação sempre nesse nível de qualidade e esses profissionais na maioria das vezes incríveis”; “Ainda não tenho, mas estão no caminho certo!”; “Continuar com o bom trabalho!”; “Continuar igual”; “Continue sendo esta rádio incrível”; “Continuem assim!”; “Continuem com essa qualidade”; “Eu acho a Rádio excelente. Não ouço muito os outros programas mas todos que ouço são leves”; “Pra mim a Rádio está perfeita, e torço pra que continue assim, voltada para a MPB, Cultura e Cidadania”; “Pra mim a rádio está sempre evoluindo e isso é interessante”; “Olha, estou satisfeita por ter rádio de qualidade nos horários dos quais estou em casa”; “Continuem assim!!!”; “Tudo na instituição me satisfaz”; “Tudo uma excelência, ótimo tudo”.

Sete ouvintes também falaram sobre atitudes contra o possível fechamento da rádio: “Falar mais sobre a pressão que o governo Zema está fazendo na administração da rádio!”; “Rádio Inconfidência: cuidado com Zema”; “Mantenham essa Rádio viva por favor; Não feche as portas, por favor”; “A rádio precisa continuar existindo, sempre”; “Que a rádio fosse tombada como patrimônio público pelo governo”; “Resistir sempre!”.



Gráfico 30 – Qual a coisa mais importante no Casa Aberta?



Fonte: Velise Maciel

A vigésima quinta questão, a última do questionário, também era aberta e perguntava ao ouvinte qual a coisa mais importante do Programa Casa Aberta, o que ele destacaria. 365 ouvintes responderam a esse questionamento (Gráfico 30).

101 ouvintes destacaram os temas do programa como o principal diferencial. São algumas dessas respostas: “Fala de tudo, e para todos que gostam do programa. E destaco os informes sobre os eventos culturais da cidade”; “Sem dúvida, as entrevistas informativas, sejam quanto a direitos cidadãos, cultura, lazer, cursos. Esse programa só traz pautas pertinentes e comprometidas com os anseios da sociedade civil”; “A ‘coisa’ mais importante são as informações. Não descartaria nada!”; “A valorização da arte e educação”; “A opção de um programa com conteúdo cultural e jornalismo”; “A valorização da cultura e todas as suas vertentes”; “Abertura para o circuito cultural, gastronômico, diversidades, assuntos delicados”; “Acho que a possibilidade de conhecermos sobre temas que não aparecem com frequência nos grandes jornais e mídia majoritária”; “Divulgação e informes das pautas sócio/políticas e culturais”; “Informação para conhecer sobre os Direitos Humanos”; “Tratar de temas de interesse da sociedade e tão necessários nos tempos que vivemos”; “Todos os assuntos abordados durante o programa são importantíssimos e necessários. Não tem como destacar

um”; “É um programa que tem compromisso com a cidadania, a arte, a educação”; “A busca por um mundo melhor para todos”; “A contribuição social do programa. De fato, todas as questões relativas a uma vida agradável em sociedade são tratadas no programa desde o reconhecimento do trabalho do Professor (minha profissão) à valorização da arte de rua e da periferia, passando por todos os comentários dos locutores a respeito de usufruir dos bens da Natureza, preservando-os para as próximas gerações, por exemplo. Ou, em época de carnaval e outras festas populares, festas de rua, o recado dos locutores a respeito da boa convivência, do cuidado com a cidade, para que não se destruam os bens públicos, as árvores, etc.”; “As informações que são repassadas, em todos os âmbitos”; “Cidadania; Cultura em geral e eventos culturais”; “Informação com imparcialidade”; “Informações de alto nível!”; “A promoção da Cultura como um todo”; “A valorização da cultura e cidadania sob todas as perspectivas e manifestações”; “As conversas sobre temas de interesse da sociedade”; “A valorização do pessoal de trabalho e profissionais da educação. Sem limites pra esse mundo digital retroceder, seria se reinventar, submergir. Obrigado”; “Seu aspecto educativo”; “Temas sobre cidadania”; “Informação”; “O conjunto de valores, tal como se apregoa: Cultura, Cidadania e Educação e a alegria dos que apresentam”; “A proximidade dele com a sociedade. Apresenta temas diversos e, até mesmo, polêmicos, mas de uma forma leve e acessível”; “O próprio programa já diz: ‘cultura, cidadania, educação e participação’. Sintetizar tantas pautas imprescindíveis para os novos tempos e abrir um canal de diálogo com os ouvintes”; “A qualidade da informação e a forma como ela é passada para o ouvinte com essa abertura para interação no programa”; “Tratar de temas que envolvem cultura, arte, cidadania, de forma democrática e com a intenção de promover pensamento crítico, ajudando a ampliar a visão sobre o mundo, as questões sociais, as relações humanas! Tudo feito com muito carinho, dedicação e respeito!”; “Informações culturais e interação com os ouvintes, simpatia do Elias e Velize e educação para com o público”; “Cultura e cidadania de forma ética, valorizando a nossa cidade e o nosso estado”; “O grande apoio aos músicos mineiros e a sempre luta a favor dos direitos humanos!”;

97 ouvintes falaram que o diferencial era a maneira como o Programa Casa Aberta era apresentado. Separamos algumas dessas respostas: “A apresentação do programa como um todo”; “A agilidade e competência da equipe na transmissão de vários assuntos em curto espaço de tempo”; “O dinamismo, a versatilidade. Embora com o novo governo percebi um pouco mais de cuidado ao abordar alguns temas”; “O duo cultura e cidadania. E a dupla de apresentadores, Elias Santos e Velise Mariel, que combinaram sinergia e cumplicidade, tornando leve e prazeroso ouvir o programa”; “A acolhida, o carinho, a espontaneidade. Há

sinceridade na voz”; “A alegria dos apresentadores que anima a gente”; “A capacidade de promover empatia”; “A comunicação entre o ouvinte, locutores, entrevistados, com os funcionários. Embora não os vendo, sei que estão envolvidos, portanto, presentes na minha vida”; “A espontaneidade dos apresentadores e a alegria do programa. Afinal, queremos nos divertir durante a manhã e nada melhor que seja dessa forma”; “Empatia; A maneira descontraída, espontânea e respeitosa com que o Elias e a Velise sempre trataram os convidados, os ouvintes-escutantes e a cultura popular em Minas. Sem eles, o programa perde muito em dinamismo e alegria”; “Essa relação direta, simples e afetuosa de seus apresentadores...”; “Seria a comunicação democrática”; “A temática e a forma de tratar os temas. Mas a apresentadora é apaixonante. Linda, meiga, inteligente”; “A alegria, descontração e informação”; “A forma com a qual o Elias Santos e a Velise Maciel conduzem o programa fazendo com que todos os ouvintes se sintam próximos da rádio incondicional e a contribuição diária de cultura, cidadania e informação para a nossa formação enquanto seres humanos”; “O carisma dos apresentadores, a sintonia com temas atuais, o apoio à cultura mineira, o diálogo com o público”; “O bom humor do Elias e da Velise é cativante e acolhedor, assim como a participação dos colunistas, que pintavam a cena de cada dia”; “Tratar assuntos importantes de maneira clara, leve, ser diverso, dar espaço para os ouvintes participarem e dar voz para todos”; “Sua energia positiva”; “A capacidade de promover empatia”; “A condução do programa pelos apresentadores: conversa leve, alegre e amigável, tom reflexivo e informativo. Além das ótimas entrevistas”; “A empatia do apresentadores com todos os participantes”; “A facilidade de comunicação e interação com que os comunicadores, conseguem transmitir e fazer com que não consigamos deixar de ouvir e participar junto com o programa”; “A leveza em que ele é apresentado; A postura crítica e ética e cidadã de seus locutores, assim como o carinho com que tratam os entrevistados e aos ouvintes escutantes”; “A leveza reflexiva do programa”; “A postura democrática, humana e soberana adotada sem nenhuma censura”; “A produção e os apresentadores que fazem do programa o que ele é!”; “A seriedade do programa”; “A simpatia dos apresentadores”; “A verdade é que o programa passa confiança”; “Amizade entre profissionais, liberdade de expressão de qualquer profissional que se apresenta tanto entrevistados quanto entrevistadores”; “Amo a proximidade que os apresentadores conseguem imprimir com o público ouvinte e escutante”; “Gosto do jeito intimista como é feito o programa. Elias e Velise são carismáticos... Sinto falta do Paulo Proença também...”; “A delicadeza dos apresentadores”; “A boa onda do ELIAS SANTOS e da VELISE ... pessoas ótimas, bom humor, generosas, amigas de um GRANDE CORAÇÃO! ♥”; “Nossa são tantas coisas, mas saber que

temos pessoas inteligentes por detrás de uma rádio que nos representa”; “O entrosamento de Elias, Velise, colunistas e ouvintes. A proposta do programa funciona muito bem”; “A alegria, receptividade e abertura do Elias e da Velise”; “O jeito, a graça, o compromisso ético com que vocês apresentadores tratam a informação, as pessoas, etc. isto para mim é o mais importante. O restante será sempre consequência”; “Os profissionais que fazem o programa e assim ativam a imaginação das pessoas, tornando sonhos em realidade”; “Pra mim o mais importante é a proximidade entre ouvintes e locutores e entrevistados”; “Ele é todo importante. Resumindo, é um programa que procura trazer luz aos ouvintes de forma descontraída e fiel à verdade e aos cidadãos”; “Proximidade ao público e conteúdo abordado”; “Respeito pelos ouvintes”; “A comunicação com o ouvinte escutante é excelente. A maneira de chegar ao ouvinte que é maravilhosa no tom de voz, as palavras usadas e a energia que passam. Entram de verdade na casa do ouvinte. Tem mais vida”.

Para 79 ouvintes, a interação do ouvinte com o programa era o principal diferencial. São alguns desses depoimentos: “A fantástica interação e abertura aos ouvintes que constroem o programa junto. Eu nunca tinha ouvido nada igual em nenhuma rádio. E acho isso sensacional. Receber e debater tantos temas importantes e a tantas pessoas diferentes que realizam trabalhos artísticos, sociais e culturais tão bacanas e que impactam direta e indiretamente à tantas pessoas. Vocês são transformadores e essenciais para a construção de um mundo melhor!!!”; “A interatividade e importância das temáticas abordadas”; “A interação com o público e o conteúdo e a forma que é passado pra nós”; “A interação e a atualidade que o programa traz junto com a simpatia dos produtores/apresentadores e entrevistados”; “A interação com o ouvinte, a qualidade e relevância dos tópicos que são abordados”; “O programa é composto por profissionais de alta qualidade e o diferencial está na interatividade com os ouvintes, o carinho e respeito com todos em igualdade. O programa dá prazer em ouvir. Acredito que tem feito muitas mudanças na vida das pessoas, pelo alto teor de informações”; “Sentir que faço parte do programa, a sensação de pertencimento que o programa proporciona, sentindo que faço parte de uma grande família”; “A abertura a participação dos/as ouvintes”; “Vejo o programa como uma casa que recebe todos com coração e braços abertos. Já fui convidada pela Velise a participar de um quadro, primeiro que me senti muito feliz, e mais ainda quando fui recebida com um carinho enorme. E olha que eu nunca fui convidada em minha cidade para entrevistas nas rádios daqui. Sou grata à Inconfidência e em especial ao Casa Aberta”; “Além da programação excelente a interação com os ouvintes é a coisa que mais me cativa, pois não é só o horário do programa de rádio, mas sim um momento de encontro com os amigos”; “A

interação com os ouvintes, que acontece das mais diversas maneiras, seja nos quadros, no WhatsApp, no Facebook, por telefone, e até mesmo pelas próprias entrevistas e comentários que, mesmo que a gente não tenha dito nada, dialoga com a gente”; “A interatividade e a contextualização cidadã”; “A interação e participação do Ouvinte na programação! O respeito com a opinião do Ouvinte e a transparência na informações!”; “O envolvimento com os ouvintes, acho muito bacana essa interação!”; “A participação das pessoas”; “O fato dele ser interativo com os ouvintes”; “O diálogo!”; “O rádio vivo e interativo. A interatividade, o diálogo com os ouvintes, o respeito a opinião dos ouvintes. Em certa ocasião o Elias leu a íntegra de uma carta que um ouvinte escreveu criticando os posicionamentos políticos do Elias e do programa. Não vemos isso em nenhuma emissora e acho que em nenhum outro programa da própria Inconfidência”; “Com certeza a interação com o ouvinte”; “A interação ao vivo com os ouvintes escutantes”; “A proximidade com os ouvintes”; “Conversa com os ouvintes”; “A interatividade, integração e a inclusão de todos”; “A participação e integração dos ouvintes”; “Acho que o Casa Aberta se destaca exatamente por esta interação em tempo real com seu público. Para muitas pessoas, principalmente para as pessoas que moram sozinha, vejo como é uma companhia, uma distração e um contato com o mundo”; “Diálogo com os ouvintes”; “A interação com o ouvinte e a abertura ao debate”.

50 ouvintes também citaram as entrevistas como o grande diferencial do programa. São algumas dessas respostas: “Às entrevistas, pois nos trazem informações, na grande maioria das vezes, mais aprofundadas dos assuntos o que contribuem para nosso crescimento”; “Não consigo destacar uma só, mas eu fico sempre muito atento às entrevistas, acho que vocês acertam muito na escolha das temáticas”; “Destaque para as entrevistas”; “As entrevistas que nos cutucam a rever, mudar de atitudes e pensamentos. Voltei a reciclar depois de ouvir o quadro um mundo melhor”; “Sem dúvida nenhuma são as diversas pessoas que vão no programa conhecedores de assuntos atuais. Que esclarecem ou nos trás várias dicas e maneiras de cidadania, cultura e educação através do nosso querido Elias Santos e a doce Velize Maciel”; “As entrevistas de apoio aos movimentos sociais, principalmente quando se trata das questões da luta pela igualdade social”; “As entrevistas e a participação dos ouvintes”; “As ricas entrevistas de variados assuntos e divulgação de programas de temas sociais educativos e culturais”; “Entrevistas, informações em geral”; “A voz dada aos entrevistados. Eles são muito respeitados”; “Notícias do Brasil e entrevistas sempre importantes para esclarecer sobre direitos, ações e programas sociais, atividades artísticas e culturais”; “As entrevistas de arte e cultura e eventos artísticos culturais na cidade”; “Entrevistas e interação dos ouvintes”; “As

entrevistas com temas sérios e importantes”; “Acho incrível o formato do programa com tantas entrevistas diárias, a diversidade de temas tratados e o grande respeito que os apresentadores têm pelos ouvintes”; “Entrevista e discussões”; “Pluralidade de opiniões, principalmente vindas das entrevistas; As entrevistas(ao vivo)”.

46 ouvintes também falaram que o diferencial do programa seria a diversidade que ele trazia e a capacidade de trazer o novo e promover a inclusão de todos. São algumas dessas respostas: “A diversidade”; “A variedade e a inclusão”; “O poder de inclusão de tantas idéias ricas e diversas”; “A oportunidade que a casa dá aos iniciantes das artes, da música, do empreendedor e muitas outras coisas. E aos negros e negras em ação”; “A diversidade do diálogo com vários públicos dentro de um só programa”; “O programa fala com a população. Tanto que é ouvido por todas as faixas etárias e diferentes classes social. Você vai descobrir quando fizer a tabulação da sua pesquisa :)”; “Um programa que dá voz a minorias”; “A diversidade de assuntos e espaço para várias ações”; “A parte social, valorização do ser humano”; “A preocupação com a sociedade como um todo”; “A oportunidades que dão aos novos artistas, não só músicos, mas a escritores, professores, fotógrafos...”; “A voz do povo”; “Destaco a forma humanitária com a qual o programa visa todas as pessoas. Sem fazer qualquer tipo de distinção. Para mim, o mais importante do casa aberta é a visibilidade que o programa dá para questões e assuntos geralmente negligenciados por outras mídias”; “Acessibilidades em todos os sentidos. O respeito sempre prevaleceu”; “Interatividade, gentileza da equipe, espaço aberto a todas as "categorias" de seres humanos, incentivo à generosidade”; “A diversidade da programação e a participação dos ouvintes”; “A empatia com vários setores da sociedade que nunca teriam voz em um meio de comunicação, a discussão e levantamento de temas que geralmente não são tratados e outros locais, digo que o programa é uma espécie de ilha de esperança em meio a um mar de calamidades. Obrigado!”; “A inclusão de temas relevantes à sociedade, aos Direitos Humanos e a preservação e fomento da Cultura”; “A linguagem simples e direta com os ouvintes escutantes, e a democracia em aceitar e divulgar o respeito às diferenças”; “A interatividade, integração e a inclusão de todos”; “O sentimento de estar em casa, a mente aberta, progressista, que respeita todos e busca o bem de toda a sociedade, não importando cor, credo ou gênero”; “A diversidade, o respeito e a tentativa de ter a diversidade como lema . Todo tipo de diversidade. A valorização da educação, da cidadania e da cultura. Tamos juntas Casa Aberta.”

Muitos ouvintes também associaram a capacidade de diversidade e inclusão aos temas do programa. Destacaria as seguintes respostas: “Discussão de temas sociais e inclusivos”; “Eu

gosto quando aborda temas sociais envolvendo mulheres negras, empoderamento, trabalhos e outras coisas”; “A inclusão que o programa nos proporciona em diversos temas”; “Informações sobre projetos culturais e oportunidade de inclusão, seja na área da educação, cultura, esporte etc”; “A abordagem de temas que geralmente não discutimos em rodas de amigos e família. É um leque que se abre para vivermos em uma sociedade mais igualitária e respeitosa com todos”; “A proposta da cidadania. Todas as vozes sendo ouvidas”; “A seleção, a diversidade de conteúdos”; “A valorização dos direitos humanos!”; “Carinho e respeito a todos! Valores sociais, culturais e de cidadania”; “Tudo! Gosto da sua diversidade”; “O programa é um canal de utilidade pública, que possibilita maior conhecimento sobre diversos assuntos. Quebrando preconceito e ampliando conhecimentos”; “O viés cultural e democrático”; “A integridade das informações veiculadas, a diversidade dos assuntos, o respeito pela opinião dos ouvintes e qualidade musical”; “A abertura que o programa tem com a diversidade em todos os sentidos. Casa Aberta é o nome disso. E a opinião clara do programa sobre as questões sociais, ambientais, políticas do momento. Comunicação deve ser isso: opinião e espaço para as diferentes ‘vozes’”.

29 ouvintes também citaram em suas respostas que o mais importante do Programa Casa Aberta eram os quadros gravados por eles próprios. São algumas dessas respostas: “Livro aberto”; “Sequência do Ouvinte”; “Os quadros e a interatividade do ouvinte”; “As dicas de livros e passeios por nossa amada minas gerais”; “Sequência do ouvinte e entrevistas são maravilhosas. O trânsito eu cortaria”; “Ai difícil dizer, cortaram pela metade né? Tantos quadros legais. Eu adorava o Lusofonia, e junto com meu neto Disco de Pelúcia, que tem vida própria agora. Mas ‘ao mestre com carinho’ está no coração, já que fui professora”; “As entrevistas, a participação dos ouvintes, os quadros gravados pelos ouvintes”; “Os quadros: livro, cinema e pé na estrada”; “Proximidade do ouvinte com o programa e os quadros educativos”; “Interação e participação do ouvinte nos quadros e os debates de temas políticos”; “Todos os quadros que o compõe”; ““O Casa Aberta’ acredito que cada ouvinte gosta de um. A proximidade de fazer o ouvinte participar e viver o rádio”.

27 ouvintes afirmaram que o diferencial do programa é o apresentador Elias Santos. São algumas dessas respostas: “A simpatia, gentileza e respeito que vocês tem por todos os ouvintes e entrevistados. O bom humor do Elias Santos e sua delicadeza ao tratar dos temas; A condução do apresentador é o grande diferencial”; “A desenvoltura, respeito, sinceridade, clareza e naturalidade com que o Elias transmite as mensagens. Até minha filha que completou 13 anos escuta e comenta (as vezes)”; “Destaque: Elias é Galo Doido (eh eh eh. Vc é gremista

por não ser mineira, mas muuuuito gente boa também e aos poucos vai se soltando e com isso realiza um ótimo trabalho também). Parabéns a vcs!!!”; “A firmeza do apresentador Elias Santos desperta em mim um sentimento de muita confiança”; “A habilidade do apresentador de trazer conteúdos importantes de forma reflexiva, carinhosa e objetiva ao ouvinte escutante”; “A presença de espírito e autoconfiança somada às experiências do apresentador”; “Casa Aberta é pra chegar né.... Por isso quando a pessoa está lá é mais legal. Demora mais. Pode ir mais de uma. Tocar lá...etc. Elias é seguro, íntegro, preciso. Casa Aberta deve continuar defendendo e discutindo direitos das crianças, dos idosos, das mulheres violentadas, das leis de incentivo a cultura, filmes, livros, histórias...”; “Variedade de assuntos, carisma e responsabilidade do Elias Santos. O tempo ficou curto... 2 horas de programa pela manhã seria bom!”; “A presença do Elias Santos”; “O âncora....adorooo!!”; “Destacaria o apresentador Elias Santos”; “Destaco a apresentação de Elias Santos, ele tem uma participação brilhante”; “O Elias é um excelente comunicador/jornalista. Já emocionou-me muitas vezes com sua fala. Vida longa à Brasileiríssima. Vida longa ao Casa Aberta”; “Sempre em primeiro lugar o carisma do Elias Santos. Carisma é um talento particular, não tem como inventar. É nato. Ele nos faz sentir uma alegria de alma, um compartilhamento de sentimentos incríveis. Conseguiu fazer com que a redução do programa em uma hora continuasse tendo qualidade”; “Elias Santos é perfeito em seu lugar. Esse lugar é dele! Avante!”; “O Elias e a visão de comunicação social, coletiva e colaborativa que ele imprime no seu trabalho. Ele fazia isso na UFMG e continua fazendo. Sem Hierarquias na equipe e com muito respeito a participação dos convidados. Eu sou admiradora do trabalho dele que deve ser também um excelente professor. Ético, como esperamos”; “A capacidade de ser tão fenomenal quanto Elias. O cuidado em fazer do programa um portal de inclusão. O roteiro, a diversidade dos quadros e claro, o Elias Santos”; “Tudo o que o Elias fala. Tudo”; “O Elias Santos. Se ele não estiver mais a frente do programa ele não tem mais razão de existir. O programa é sua cara!!! Outra coisa é a liberdade pra escolher e debater as pautas. Considero de suma importância. O programa faz parte da vida de muitas pessoas, o programa proporcionou encontros imprescindíveis no cotidiano de muita gente. Levando cultura, consciência política, arte, amizade, para nossas casas e vida!! Vida longa ao programa, ao Elias e a sua equipe que é 1000!!”


25 ouvintes falaram que o que destacariam no programa é a programação musical. São algumas dessas respostas: “Música”; “O quadro que toca as músicas de Minas”; “A serenidade e calma dos locutores. Vocês nos transmitem informação e música de qualidade com tanta paz que dá vontade de ir até vocês”; “É bonito o respeito e acervo de músicas raiz, Elias e Velise



são 10”; “A dupla Velise e Elias e a qualidade das músicas. O espaço para músicas fora do ‘mercado’, a divulgação de eventos culturais e etc.”; “A música mineira de novxs cantorxs; Informações, cultura e músicas de qualidade”; “Parte de entrevistas e o set list é primoroso”; “Atualidades na música, na Cultura e na cidadania”; “Informação e música boa. Discussão de temas cotidianos tem a cara do casa aberta”; “Música/informação”; “A programação musical”; “A boa apresentação. Informações úteis e músicas excelentes”; “Interação com o ouvinte e qualidade musical”; “Qualidade das músicas e o debate sobre direitos humanos”.

25 ouvintes também afirmaram que o destaque do Programa Casa Aberta era o debate que o programa proporcionava. São algumas dessas respostas: “A possibilidade do debate. A relevância dos temas. A qualidade da programação musical”; “Os debates e entrevista”; “A capacidade de fazer os questionamentos para que se abra a possibilidade de pensar sobre assuntos que geralmente são Tabus”; “A informação, o debate”; “Abordagem de temas e assuntos que precisam ser divulgados e debatidos”; “A partilha de ideias. O debate sobre assuntos contemporâneos”; “Pluralidade de opiniões, principalmente vindas das entrevistas”; “A coragem de denunciar o fascismo no Brasil, através de conversas e debates com diversas pessoas, grupos teatrais, musicais, coletivos e movimentos sociais. Resistiremos sempre! Gratidão Casa Aberta!”; “Debate”; “A Importância social em discussões diversas com convidados ou o com o próprio apresentador”; “São pessoas de uma seriedade dos movimentos sociais e assuntos relacionados ao social que nos ajuda alargar nosso Horizonte”; “A pluralidade de ideias e a participação dos ouvintes”; “A discussão de questões sociais”; “Esclarecer e dar opiniões a grupos ou tipos de assuntos esquecidos nas Rádios Comerciais”; “Promoção de pensamentos sobre vários prismas. Num momento retrógrado onde o país se encontra, de polaridade à flor da pele, a discussão/reflexão alicerçada no respeito ao próximo e nos direitos comuns nos deixam muito à vontade. Costumo falar com minha esposa que é uma espaço público onde sinto-me à vontade, como se tivesse em casa. Parabéns Velise, parabéns Elias. A sensibilidade e o amor a florante pelo que fazem é contagiante. Vocês fazem diferença na minha formação pessoal e também da minha família. O dia começa quando ligo o computador na rádio Inconfidência”.

17 ouvintes responderam a essa vigésima quinta questão afirmando que destacariam tudo no Programa Casa Aberta. Alguns desses depoimentos são: “O programa no todo é mt mt bom, não descartaria nada”; “Ah, o programa em si! Essa junção de cultura, cidadania e a participação do público, para mim é algo inédito nos meios de comunicação, acho perfeito!”; “Todo o programa é bom dentro do contexto...”; “Todo o programa é de uma grandeza é muita

informação e empatia”; “Todos”; “Tudo”; “O programa  aberta é bem completo e não há muito para acrescentar!!! Vocês são ótimos!!!!”; “Tudo. É perfeito. Deveria durar 2hs”; “Tudo! Gosto da sua diversidade”; “Destaco todos!!!...Tudo aí interfere no intelecto e na alma das pessoas, estejam certo disso, toda a equipe, o Elias, você Velice, tudo aí é o máximo”; “O programa inteiro é de boa qualidade”; “Tudo É importante, não descartaria nada”; “Tudo é muito enriquecedor no programa”; “Tudo importa”.

15 ouvintes citaram a relação do Programa Casa Aberta com Minas Gerais como sendo o principal destaque. São algumas dessas respostas: “Um ‘Mix’ entre boas dicas, boas prosas e identificação com Minas Gerais”; “A proximidade com a vida da cidade de Belo Horizonte”; “É importante destacar as informações sobre tudo que é cultural em nosso estado”; “Informações sobre BH”; “O espaço que é dado ao artista mineiro menos conhecido. Ser um altofalante para os ouvintes além das Minas Gerais”; “Ouvir minha língua com o meu sotaque ♥”; “O diálogo com os ouvintes e as notícias da cidade”; “Elias Santos, Velise Maciel, visibilidade dos eventos e informações da nossa cidade, música de qualidade sempre”; “A importância e atenção com os ouvintes e a visibilidade que a rádio dá aos artistas de BH”; “O espírito crítico e sua mineiridade!”.

12 ouvintes mencionaram em suas respostas as leituras de lei na abertura do programa como sendo o que achava mais importante. São alguns desses depoimentos: “Divulgação dos estatutos. A relação com os ouvintes e o respeito às diversidades”; “A leitura do ECA e a diversidade!”; “Informação. Adoro a leitura das leis no início”; “Abertura com Elias sobre as leis”; “Apresentação da legislação. Penso que precisamos saber dos nossos direitos, sobretudo nesse período obscuro”; “A leitura do ECA no início”; “As entrevistas e leituras dos direitos...”; “A leitura inicial de artigos de lei (ECA p/ex.)”; “Acho fantástico a leitura das leis no início, todas as cores e a interação com os ouvintes”.

10 ouvintes citaram as dicas do programa como o que mais gostavam: “Divulgação de tudo que acontece na cidade”; “Divulgação de eventos”; “As dicas culturais, as entrevistas e a leitura dos artigos”; “Entrevistas e dicas culturais”; “As discussões sobre comportamento social e dicas na área de Educação”.

10 ouvintes também citaram o posicionamento do programa com opiniões claras como sendo o que mais gostavam. São algumas dessas respostas: “O pensamento crítico e cidadão”; “Destaco o poder de abrangência, a forma séria e honesta de abordar os assuntos, mesmo que

polêmicos”; “Postura política”; “A participação dos ouvintes e o posicionamento político!”; “Preocupação social”; “A participação na vida política e social”; “As informações sobre shows. Mas destaco também a "liberdade de expressão". Embora não faça crítica aberta aos governos federal e estadual, o programa se posiciona. E pra quem entende o recado, a CASA é ABERTA”.

Nove ouvintes citaram os quadros do Programa Casa Aberta como o que mais gostavam. Algumas dessas respostas: “Toda programação é muito relevante. Porque cada quadro tem sua especificidade. Mas destaco às ofertas de Estágios, informações do trânsito e às Entrevistas”; “As colunas e a interação entre ouvintes”; “Os quadros, as entrevista e as músicas”; “Gosto dos quadros. Músicas. Entrevistas”; “Como eu disse na pergunta anterior todos os quadros do programa são excelentes”; “Os quadros todos são interessantes e o bom nível dos apresentadores”.

Oito ouvintes citaram os apresentadores do programa como destaque. Separamos algumas dessas respostas: “Os apresentadores! O Casa sem vcs é como um Rádio sem ouvintes! :)”; “Simpatia dos apresentadores”; “A parceria do Elias e da Velise”; “A simpatia dos apresentadores Elias Santos e Velise Maciel”; “O mais importante é a qualidade do programa em geral e destaco a inteligência dos apresentadores”; “Elias e a Velise, adoro ouví-los”; “Para mim o apresentador e a produtora são maravilhosos, dão atenção a nós ouvintes como se estivéssemos ao lado deles! Todos que participam recebem feedback!”; “Gosto muito do Elias e da Velize”.

Por último, cinco ouvintes citaram que o mais importante no Programa Casa Aberta era a capacidade de formar opiniões. São alguns desses depoimentos: “Formadores de bons pensamentos”; “Formação de opinião e informação de qualidade, música também”; “Informação e o despertar de novas opiniões”; “Acredito que o programa se propõe a formar/melhorar os cidadãos. Acho que sobretudo nos faz acreditar na comunicação com algo construtivo”; “A participação fundamental de um programa de RÁDIO PÚBLICA na ação PERMANENTE de oferecer subsídios ao pensamento”.

Oito ouvintes citaram em suas respostas destaques que não se enquadraram nas repostas anteriores e, por isso, classificamos as respostas como “outros”. São elas: “Sempre me senti representada. É a melhor companhia para o meu dia a dia”; “Sintonia com a audiência”; “Gosto muito dos comentários do Elias em relação às questões sociais atuais”; “Respeito ao espaço cidadão”; “Desde a produção com a maravilhosa Velise, uma das almas do programa, a toda

estrutura de radialistas”; “Autonomia e independência por parte da produção/apresentação”; “Eu adoro os momentos culturais”; “Não digo a mais importante, pois todos estão ao meu ver no mesmo nível, mas destaco a simpatia da Produtora Velise, que me faz sentir Em Casa”.

#### **4.3.1 Análise dos resultados da Pesquisa**

A maioria dos ouvintes que preencheu o questionário da pesquisa era do sexo feminino (61,7%), coincidindo com as indicações do IBOPE de que o Programa Casa Aberta possuía um público feminino maior que o masculino. Uma novidade que a pesquisa trouxe e que o IBOPE não mensura é que quase 10% do público era bissexual ou homossexual. Essa informação é relevante para um programa que, ao debater a cidadania, incluía em sua pauta de toda segunda-feira um quadro totalmente voltado ao público LGBTQI, o “Todas as Cores”.

Diferentemente do IBOPE, que apontava que o público do programa era acima dos 60 anos, a maioria dos ouvintes que responderam ao questionário possuía a faixa etária de 45 a 55 anos. Foram 105 pessoas de 45 a 55 anos e 54 ouvintes com mais de 60 anos. Isso não significa que o público ouvinte predominante não seja dessa faixa etária, apenas possivelmente confirma a parte teórica dos autores mencionados nesta Dissertação de que, quando falamos em internet e do público que consome rádio nas redes sociais, estamos falando de um público mais novo, já que a pesquisa foi demandada no Facebook do programa. É importante notar que nenhum ouvinte que preencheu o formulário declarou ter acima de 75 anos.

A grande maioria dos ouvintes que preencheu o questionário, num total de 250 pessoas, reside na capital do estado, Belo Horizonte, sendo a maioria da zona leste (42), seguida da zona oeste (40), noroeste (39), centro-sul (34), nordeste (32), pampulha (31), venda nova (14), barreiro (9) e zona norte (9). A zona norte, que aparece por último no questionário, pelo IBOPE, representa a região de maior número de ouvintes do Casa Aberta, ao longo de todos os quatro anos de existência do programa. Também é interessante notar o número significativo de ouvintes que, no questionário, afirmam morar na região metropolitana de Belo Horizonte, 92 pessoas. Esse dado não é tão significativo na pesquisa IBOPE, e chama a atenção nas respostas abertas sobre sugestões para a Rádio Inconfidência o pedido dos ouvintes para dar mais atenção aos atrativos culturais na região metropolitana. Inclusive foi sugerido que o “Plugue”, a agenda cultural da Rádio Inconfidência, que possui pelos menos três inserções diárias, contemplasse a programação cultural fora de Belo Horizonte, e que pelo menos uma edição durante a semana fosse da região metropolitana, o que, enquanto funcionária, achei uma excelente sugestão.

Também é interessante notar a fidelidade dos ouvintes que responderam ao questionário, já que mais da metade, 244 pessoas, afirmou escutar a rádio todos os dias, sendo que 186 (49,2%) são ouvintes em vários horários durante o dia e 58 (15,4%) escutam diariamente, mas num mesmo horário.

Outro ponto interessante é que a Rádio Inconfidência é percebida pelo público ouvinte como uma rádio musical. 97,1% dos ouvintes que responderam à pesquisa consideram que escutam a Inconfidência para ouvir música, mas isso mudava em relação ao Programa Casa Aberta, em que os ouvintes, prioritariamente, buscavam informação (90,3%,).

Outro dado importante da pesquisa é que, apesar de ser um programa interativo e expandido para as redes sociais, mais de 70% do público da pesquisa ainda utilizava o rádio comum para ouvir ao Casa Aberta, ainda que não exclusivamente. 43,2% também usavam o rádio do carro durante os deslocamentos e 43,7% dos ouvintes afirmaram em algum momento fazer o uso do celular e dos aplicativos de celular para ouvirem o programa. O uso do computador para a audição, que não aparece no IBOPE, era utilizado por 75 ouvintes que responderam a esta questão no questionário, 20%, e que buscavam o site da rádio para ouvir o Programa Casa Aberta. E outro dado relevante para a pesquisa é que, apesar do esforço da produção em fazer *lives* das entrevistas do programa, apenas 13,3% admitem assistir as *lives* pelo Facebook, e esse número é ainda menor no canal do YouTube, 10,7%. A análise das redes sociais da Rádio Inconfidência e do Programa Casa Aberta realizada para esta Dissertação também demonstrou uma preferência do público em assistir as *lives* pelo Facebook ao invés do canal do YouTube, e isso pode ser explicado por ser o Facebook mais presente no dia-a-dia dos ouvintes, e mais fácil de comentar, já que não precisa nem curtir a página da rádio ou do programa, enquanto que o YouTube exige prévia inscrição no canal.

Também ressalto no questionário a informação de que 87,1% dos ouvintes da pesquisa escutam o Casa Aberta realizando outra atividade, 11,3% dos ouvintes responderam que às vezes sim, outras só escutam o programa, e somente 1,6% do total, oito ouvintes, afirmam prestar atenção exclusivamente no programa. Mesmo sendo um programa com um editorial denso, com entrevistas longas e que permitia e incentivava uma troca de impressões, a esmagadora maioria do público dividia a atenção do programa com outros afazeres. Inclusive, 104 ouvintes declararam ouvir o Casa Aberta de seus locais de trabalho.

Este dado também explica outro dado da pesquisa que expõe que 42,8% dos ouvintes, ou seja, 158 pessoas, na maioria das vezes, só escutam o programa, sem qualquer tipo de

intervenção. Ainda sobre a interação com o programa, é interessante observar que o telefone, instrumento que até pouquíssimo tempo era a forma principal de contato do ouvinte com os locutores de rádio, só foi mencionado por 10% dos ouvintes. Carta ou e-mail não foram opções da questão, mas também não foram mencionados pelos ouvintes no campo aberto. Para 312 pessoas, ou 84,1% dos ouvintes, a melhor forma de participar do Programa Casa Aberta era pelo WhatsApp, possivelmente pela agilidade da interação.

Apesar da ênfase de que um dos grandes diferenciais do Programa Casa Aberta era a participação do ouvinte, com sua própria voz, apenas 31,3% dos ouvintes admitiram gravar quadros para o programa. A interação nas redes sociais, seja curtindo ou comentando, aparece em 140 respostas, 37,7% dos ouvintes, e somente 29,4% dos que responderam ao formulário (109 pessoas) admitiram enviar fotos e vídeos para os locutores.

Mas a grande maioria dos participantes, 292 pessoas ou 82,3%, respondeu que não sentia dificuldade para participar. Somente 51 pessoas, ou 14,4% dos ouvintes que participaram da pesquisa, afirmaram que sentiam dificuldade, e outros 12 ouvintes, ou 3,3%, informaram que houve dificuldade em participar em alguns momentos. Para 36 ouvintes, a falta de tempo hábil durante o programa é o que dificultava a participação, o que novamente aponta para o dado de que 87,1% dos ouvintes realizavam outras atividades enquanto escutavam o Casa Aberta. 21 ouvintes admitiram o receio de não registrarem seus comentários no ar, ainda que apenas cinco ouvintes tenham admitido uma insegurança pessoal e de conhecimento prévio para a elaboração do comentário. Sete ouvintes citaram a timidez como o fator limitante. Seis ouvintes também citaram a falta de acesso à internet como o motivo, e em relação à limitação tecnológica me chamou à atenção que nenhum ouvinte tenha admitido que o celular era ruim, sendo que no dia a dia da produção isso era uma constante e vários ouvintes não tiveram seus áudios colocados no ar por falta de qualidade no áudio.

Uma gama imensa de motivos para participar do Programa Casa Aberta surgiu na pesquisa, e destacamos: pertencimento, para contribuir, expressar opinião, incentivo da equipe, pautas motivadoras, identificação, por prazer, proximidade, ser ouvida (o), ganhar ingressos, cidadania, sanar dúvidas, gravar quadros e outros.

Esses motivos, como para contribuir, expressar a opinião, para ser ouvido, por prazer, para gravar quadros, explicam as respostas da questão que perguntava na pesquisa o que mais gostavam no Programa Casa Aberta, e como resultado aparecem entre os primeiros lugares justamente os quadros gravados pelos próprios ouvintes.

Foi comum encontrar nas respostas abertas comentários sobre a participação de outros ouvintes e, hoje, se eu fosse fazer a pesquisa novamente, acrescentaria uma pergunta que considero fundamental, lendo as respostas, mas não havia me dado conta enquanto produtora ou no início desse processo, que seria o que o ouvinte considera que aprendeu com o outro ouvinte. Perguntei sobre as mudanças de postura e pensamento permitidas por meio do programa de maneira geral e até em relação às entrevistas, de maneira específica, mas não perguntei em relação ao outro ouvinte.

Foi surpreendente constatar que a grande maioria, 278 ouvintes, ou 79,4% dos que responderam ao questionário, disse já ter mudado alguma postura ou prática em função do programa. E esse número é ainda maior, mais de 90%, quando em outra questão o ouvinte foi motivado a pensar sobre alguma mudança de postura ou pensamento depois de alguma entrevista realizada pelo programa. E nas respostas abertas percebemos que, muitas vezes, essa mudança se deu não pela fonte da entrevista ou locutor do programa, mas pela intervenção de outro ouvinte.

É interessante perceber que, como disseram os autores do livro *Cultura da Conexão*, é muito difícil mensurar o engajamento de um ouvinte. Nas redes sociais, a maior parte das ações foi em relação aos cantores e artistas nacionais. Mas, na pesquisa, aparecem esses dados que não são possíveis de serem normalmente levantados, mensurados, quando, por exemplo, o ouvinte cita que ensina o que escuta no programa para a sua mãe ou que passou a frequentar manifestações públicas e políticas depois do programa, ou ainda deixou de ser preconceituoso ou reconheceu seus preconceitos ao ouvir o quadro das questões LGBTQI, o Todas as Cores, ou a situação das periferias de BH, com uma população negra e pobre, o Periferias em Rede. Outros ouvintes, ainda, passaram a realizar trabalhos voluntários após ouvir no ar que havia pessoas fazendo, que vários ouvintes faziam e gostavam e foram vários os que comentaram da postura em relação ao meio ambiente, inclusive, reciclando o seu próprio lixo. Esse tipo de dado quase é inexistente, mesmo analisando os comentários de uma rede social e, definitivamente, eles não aparecem, não estão no IBOPE.

Por isso, enquanto funcionária da Rádio Inconfidência, ao realizar esta pesquisa, imagino que seria muito importante que a diretoria também o fizesse. De quatro em quatro anos a rádio sofre grandes mudanças, e quase sempre a diretoria que entra a cada mudança de governo tem um discurso que tende a diminuir ou desconstruir o que foi feito e apresenta novas propostas sobre o que acredita ser importante para a rádio. Mas, em nenhum momento, nunca

nenhum gestor pensou em perguntar sobre o que mudar na programação para os maiores interessados, o público, ainda que seja uma rádio pública.

E entre as sugestões para a Rádio Inconfidência desta pesquisa de Mestrado apareceram, justamente, pedidos para que fosse feita também uma pesquisa pela diretoria com os ouvintes sobre mudanças na grade de programação e horário dos programas. Também destacaria entre as sugestões que abordam o relacionamento com o ouvinte o pedido para a manutenção do espaço para a manifestação do ouvinte, que todos os programas da rádio utilizassem o WhatsApp, e até a criação de um programa semanal, que o ouvinte até sugeriu o nome de “Ouvidoria Geral”, feito pelo ouvinte sobre a programação da semana, com os erros e os acertos, uma espécie de “ombudsman” no ar. Também foi sugerido um programa “Feito em Casa” no qual o artista faz sua *playlist*, tendo o ouvinte como convidado, e não o artista.

Por fim, destacaria algumas sugestões que vão ao encontro das novas teorias do rádio expandido, a de que o site e as redes sociais sejam usados para além do dial, com informações e divulgações de conteúdos que vão ao ar. Ouvintes citaram na pesquisa a importância de se criar conteúdos para além da versão do dial e também abrir um canal de opinião ao vivo sobre o tema em destaque.



## CONSIDERAÇÕES FINAIS

A burguesia sempre tentou controlar o tempo livre dos trabalhadores com a desculpa de que, quanto mais os povos trabalhassem, menos vícios existiriam. Paul Lafargue, genro de Karl Marx, escreveu em 1880 o panfleto político “O Direito à Preguiça”, questionando o porquê da figura do trabalhador estar ligada a Deus, denunciando a santificação do trabalho que, para o autor, foi uma escolha propositada de dominação da Igreja e questionando o fato de a preguiça ser considerada um dos pecados capitais. Com o tempo, passou-se a acreditar que quanto mais se trabalhasse, mais próximo aos ideais divinos a pessoa estaria, contrariando a realidade de muitos anos da história da humanidade, onde quem trabalhava eram somente os escravos.

Ao longo dos séculos, os autores, principalmente da Filosofia Social, se preocuparam com o ócio, mas passaram a ter uma atitude radicalmente oposta à mitificação do trabalho, propondo o elogio ao lazer como finalidade da existência e ideal de felicidade.

Foi preciso esperar até as primeiras décadas do século XX para que se desenvolvesse o estudo sistemático da questão do lazer, tanto nos EUA quanto na Europa. No Brasil, a universidade brasileira iniciou suas investigações sobre o assunto somente a partir da década de 1970. Uma dessas primeiras referências de pesquisadores em lazer no país é Nelson Marcellino, sociólogo de formação, e que, logo no início, questionou o fato da valorização unilateral das atividades de lazer que não levava em conta uma série de riscos, como as possibilidades de sua utilização como fuga, fonte de alienação e simples consumo.

Segundo Marcellino (2004, p.40), o lazer não pode ser entendido como o assimilador de tensões ou aquilo que ajuda a conviver com as injustiças sociais. O autor também chamava a atenção para observar a ocorrência na nossa sociedade não do lazer, mas do “antilazer”, usado como instrumento de dominação. Marcellino diz que a visão “funcionalista” do lazer, que acredita em sua função de buscar a paz social e a manutenção da ordem, é altamente conservadora, instrumentalizando o lazer como recurso para o ajustamento das pessoas a uma sociedade supostamente harmoniosa, ou fator que ajuda a suportar a disciplina e as imposições sociais, e a ocupar o tempo com atividades equilibradas e corretas do ponto de vista moral.

Esse teórico realiza, então, uma visão “crítica” do lazer enquanto fenômeno gerado historicamente do qual emergem valores questionadores da sociedade como um todo, e sobre o qual são exercidas influências da estrutura social vigente. O lazer seria um tempo

privilegiado para a vivência de valores que contribuiriam para mudanças de ordem moral e cultural.

Marcellino (2004, p.58) diz que tempo algum pode ser considerado livre de coações ou normas de conduta social, e que, além dos efeitos de descanso físico ou mental, de divertimento, associados ao lazer, ele também é essencial para o desenvolvimento da personalidade e da sociabilidade, pelas oportunidades de contato. O lazer enseja percepção e reflexão sobre pessoas e realidades, e só tem sentido se falar em lazer ao considerá-lo como um dos campos possíveis de contra hegemonia.

Marcellino (2004) também diz que o tempo disponível para grande parte da população é diferente da outra parte. Fala dos contingentes populacionais que trabalham nos finais de semana, que participam de uma gama muito restrita de programações e até mesmo que se restringem ao ambiente doméstico. O autor também questionava as barreiras socioeconômicas e o baixo nível educacional que criaram um clima favorável à indústria cultural. Marcellino (2004) diz que não se pode negar a importância dos meios de comunicação de massa na difusão das atividades de lazer, mas questiona o baixo nível dessas programações. Também advoga a necessidade de facilitar o acesso à contrainformação e a garantia de circulação de informações sobre situações de classe, à margem dos canais controlados pelo poder constituído.

O fato é que, assim como o lazer, os meios de comunicação de massa também foram considerados instrumentos alienantes durante muito tempo. Uma das primeiras tentativas de se explicar os efeitos dos meios de comunicação na opinião pública foi a chamada teoria hipodérmica, porque comparava a informação a uma injeção de uma seringa hipodérmica. Desenvolvida no período entre guerras nos Estados Unidos, segundo essa teoria, toda mensagem transmitida pela mídia era aceita igualmente por todos os receptores e espalhada imediatamente, provocando um efeito rápido e poderoso.

Foi preciso esperar até os anos 1940 para que a Teoria da Persuasão, diferentemente da abordagem hipodérmica, explicasse que a mensagem da mídia não é prontamente assimilada pelo indivíduo, sendo submetida a vários filtros psicológicos individuais. Segundo essa teoria, o indivíduo teria interesse por aqueles assuntos a que estivesse mais exposto e tenderia a consumir as informações com as quais ele estivesse de acordo, podendo até mesmo distorcer o conteúdo das mensagens recebidas para adequá-las ao modo como entende determinado assunto. Portanto, os efeitos da mídia não seriam de manipulação, mas de persuasão.

Paralelamente à Teoria da Persuasão surge a Teoria dos Efeitos Limitados, que diz que o alcance dos meios de comunicação de massa depende muito mais do contexto social em que estão inseridos do que dos filtros psicológicos e individuais das pessoas.

A partir da década de 1950, os estudos no campo dos efeitos da mídia evoluíram para compreensões mais sistemáticas, que levavam em conta os efeitos de longo prazo, dando mais atenção aos efeitos mais significativos e cognitivos.

Nos anos 1970, com a publicação do texto “Encoding and Decoding in Television Discourse”, de Stuart Hall, se acentua a importância da pesquisa sobre a recepção. O autor desafiou as teorias da época ao propor uma revisão do tabu da passividade do grande público frente à cultura de massa, mudando o clássico modelo emissor-mensagem-receptor para o modelo Encoding/Decoding, ou Codificação/Decodificação, que trazia a ideia de produção-circulação-distribuição (consumo)-reprodução.

Hall tratou o receptor (a audiência) como um agente que interpreta ativamente o conteúdo midiático. É por isso que sua obra é basilar para o entendimento da pluralidade de recepção. Para Stuart Hall (1980, p.143), significados preferenciais (dominantes) podem ser decodificados de diferentes formas pelos membros da audiência.

Trata-se, portanto, da capacidade popular em fazer leituras múltiplas, tornando a recepção (consumo) um local de construção de significado, e não de submissão total a uma ideia. Para o autor, o público possui distintas formas de apropriação e consumo da produção de massa. Hall insistiu na pluralidade, determinada socialmente, das modalidades de recepção e identifica três posições hipotéticas a partir das quais a decodificação pode ser construída: a) a posição dominante hegemônica, ou preferencial, quando se interpreta o significado da mensagem de forma direta e completa, operando “dentro do código dominante”, ou decodificando segundo as referências de sua construção; b) a posição negociada, quando se reconhece a legitimidade das definições hegemônicas ao mesmo tempo em que, em um nível mais restrito, desenvolve uma posição crítica sobre temas específicos, ou quando o sentido da mensagem entra em negociação com as condições particulares dos receptores; c) a posição de oposição, ou oposicional, quando se decodifica a mensagem de uma maneira completamente contrária ao significado preferencial, ou quando o receptor entende a proposta dominante da mensagem mas a interpreta segundo uma estrutura de referência alternativa.

Sobre as três categorias apontadas por Hall para a análise das formas de recepção, importa realçar que se trata de tipos ideais, e que a maioria dos indivíduos nunca está completamente dentro de uma leitura preferencial ou totalmente em oposição ao conteúdo hegemônico.

O texto “Encoding and Decoding in Television Discourse” trouxe para as teorias da recepção um olhar mais aberto às pluralidades, e o entendimento de um cenário no qual as subjetividades são negociadas, consentidas. Hall enfatiza que a mensagem é uma estrutura complexa de significados, não sendo algo tão simples como se pensava, e não há nem determinismo nem homogeneidade na recepção. Um mesmo grupo, num dado momento, pode fazer determinada leitura da realidade a partir de códigos hegemônicos e, em outro dado momento, a partir de códigos contestatórios.

Stuart Hall também se aproxima de Gramsci ao afirmar que algumas mensagens ou códigos que pretendem ser hegemônicos não obtêm o sucesso desejado, ou seja, nem sempre são aceitas. Para Hall, para ser perfeitamente hegemônico, é necessário fazer com que cada significado que você quer comunicar seja compreendido pela audiência somente daquela maneira pretendida. E não é o que acontece. Os meios de comunicação de massa não conseguem moldar a opinião de todo mundo. Existe uma noção de poder e estruturação no momento da codificação que, todavia, não apaga todos os outros possíveis sentidos.

Também é importante dizer que, segundo os estudos de Hall, existe sim uma homogeneidade na preferência e ao longo de um período, e que você recebe mais frequentemente mensagens hegemônicas. Contudo, todo padrão tem suas variantes e desvios. E é neste momento de desvio, neste momento de desconstrução, que acontece, também, um momento de reconstrução.

O modelo “Encoding and Decoding” de Stuart Hall foi bastante prático no sentido de ajudar a pensar nas distintas formas de recepção dos meios de comunicação de massa, mas, apesar de seu reconhecimento acadêmico, também sofreu algumas críticas ao longo dos anos. A primeira seria o fato de Hall não separar o eixo acordo/desacordo com o eixo compreensão/incompreensão. Além disso, segundo alguns críticos, o modelo também não explica que, em alguns casos, os próprios meios de comunicação de massa emitem mensagens opostas à ideologia dominante.

É interessante notar que, quando a internet surge e logo depois as redes sociais, novamente se introduz a ideia de que o conteúdo de mídia se propaga sem resistência, como uma pandemia, espalhando-se pelas audiências ao infectar uma pessoa atrás da outra assim que elas entram em contato com ele. A primeira vez que o termo ‘viral’ apareceu foi em histórias de ficção científica, descrevendo ideias (geralmente ruins) que se espalham como germes. Logo, o termo foi usado para explicar o processo da comunicação na internet que se baseava na proposição de que a propagação de ideias e mensagens pode ocorrer sem o consentimento do usuário, e que as pessoas são seduzidas a passar adiante interesses mascarados enquanto fazem circular algum conteúdo atrativo. Foi Van der Graaf quem usou o termo “viral” para descrever o conteúdo que circula de maneiras ligadas a comportamentos em rede.

Também é importante observar que até mesmo o termo “meme”, muito utilizado na internet, surgiu de um biólogo evolucionista, Richard Dawkins, que em seu livro de 1976 intitulado *O gene Egoísta* introduziu o vocábulo ‘meme’, que iria se tornar tão usado quanto o termo viral. O meme é o equivalente cultural do gene: a menor unidade evolutiva. Mas considerado como uma unidade de informação ou uma unidade de evolução cultural, o meme pode de alguma forma autopropagar-se. Sendo assim, os memes podem ser ideias ou partes de ideias, línguas, sons, desenhos, capacidades, valores estéticos e morais, ou qualquer outra coisa que possa ser aprendida facilmente e transmitida como unidade autônoma. Quando usado num contexto coloquial e não especializado, o termo *meme* pode significar apenas a transmissão de informação de uma mente para outra. Este uso aproxima o termo da analogia da “linguagem como vírus”, afastando-o do propósito original de Dawkins, que procurava definir os memes como replicadores de comportamentos.

Entretanto, embora a ideia do meme seja sedutora, talvez ela não explique adequadamente como os conteúdos circulam através da cultura participativa. Esses termos são ao mesmo tempo muito abrangentes e muito limitantes e criam falsas suposições a respeito de como a cultura funciona, além de distorcer o entendimento das relações de poder entre produtores e públicos. O uso do termo “mídia propagável” evita metáforas da infecção e da contaminação que exageram em sua estimativa o poder das empresas de mídia e minimizam o poder de ação do público.

O público tem um papel ativo na “propagação” de conteúdos, em vez de somente servir como portador passivo da mídia viral: suas escolhas, seus investimentos, seus interesses e propósitos, assim como suas ações, determinam o que ganha valor. Os humanos quase nunca

se engajam em atividades insignificantes, os textos circulados dizem alguma coisa sobre as suas percepções e paixões, onde eles escolhem passar o tempo. Nós todos optamos por compartilhar materiais que valorizamos e também esperamos outros que tenham valor. O conteúdo se espalha, então, quando atua como alinhamento para conversas e é um meio para interação entre as pessoas.

Mas muitas das escolhas que as pessoas fazem para propagar conteúdo são simples, não são gestos grandiosos, mas sim ações cotidianas simples como ‘curtir’ uma atualização de status do Facebook. Também é importante dizer que, apesar de atualmente os intercâmbios com as pessoas estarem muito mais visíveis através das redes sociais, e ocorrerem em uma escala e frequência maiores, os comportamentos propagáveis de hoje refletem padrões muito mais antigos do que se pensa, quando as pessoas recebiam e discutiam os textos de mídia. Assim como no passado, ainda hoje, os intercâmbios de notícias são baseados na reafirmação de valores tradicionais, da nostalgia, do fortalecimento de vínculos sociais e experiência compartilhada.

As comunidades de fãs foram as primeiras a adotar a prática de propagabilidade e o material criado por fãs, geralmente, se concentra em temas de romance, amizade e comunidade. Os grupos de fãs muitas vezes têm sido inovadores quanto ao uso de plataformas participativas para organizar e responder a textos de mídia, abraçando as novas tecnologias conforme foram aparecendo, em especial quando esses recursos lhes ofereciam novos meios de interagir social e culturalmente. Atualmente, muitos grupos de fãs são, eles mesmos, parte da indústria de entretenimento de uma marca, usando seu tempo de lazer para considerar como essa nova economia cultural poderia atuar.

Esses fãs deram voz ao desejo da audiência de participar mais ativamente da produção e da circulação de mídia, e também ao desejo dos profissionais de tornar mais participativos o marketing e os textos de mídia. É fato que os interesses corporativos nunca irão se alinhar completamente com os da cultura participativa e surgirão atritos frequentes, e é comum tanto fãs como produtores serem profundamente ambivalentes, quanto o modo como as empresas de mídia e comunicadores corporativos podem e devem participar desse ambiente.

Muitas vezes, a participação é valorizada ou bloqueada por várias políticas e práticas corporativas, e os participantes são bem-vindos, marginalizados ou excluídos. Mas estamos passando do foco sobre o relacionamento de oposição entre fãs e produtores como forma de

resistência cultural para entender como esses papéis estão cada vez mais complexamente entrelaçados.

Várias plataformas oferecem oportunidades divergentes de participação, preservação e mobilidade – e cada sistema de comunicação sustenta relações diferentes entre produtores e cidadãos. Algumas empresas continuam ignorando o potencial desse ambiente participativo, usando sua autoridade legal para constranger, em vez de promover a participação das pessoas. Muitas se abstêm de ouvir os mesmos públicos com os quais desejam se comunicar. O que é ainda pior: muitos profissionais e produtores de mídia adotaram noções simplificadas para a compreensão desses fenômenos, noções que distorcem o modo como percebem as necessidades, os desejos e as atividades de suas audiências.

As empresas que prosperarão a longo prazo num ambiente de ‘mídia propagável’ são aquelas que ouvem suas audiências, se importam com elas e, em última análise, almejam falar às necessidades e aos desejos delas com uma atenção tão crucial quanto a que dedicam aos objetivos de seu próprio negócio.

É preciso compreender a mídia propagável em termos evolutivos mais do que em termos revolucionários. Se, por um lado, temos o crescimento de oportunidades de participação, também precisamos prestar atenção nos obstáculos que impedem muitas pessoas de exercer uma participação significativa. É preciso entender que a atividade do usuário é uma mistura de capacidades técnicas (ser capaz de agir com uma ferramenta e nessa ferramenta) e capacidades sociais (a percepção do usuário a respeito de sua habilidade e de seu direito de fazê-lo). Tornou mais fácil para as comunidades circular conteúdo do que em qualquer outro período, mas existem os requisitos de habilidade e instrução, sem mencionar o acesso a tecnologias, que não possui uma distribuição uniforme na população. É crucial sempre ter em mente que nem todos têm acesso igual às tecnologias e às habilidades necessárias para acioná-las.

Também é preciso perceber que a exigência por informação pode ser instigada por afetos, amigos e familiares, mas que, por mais que a comunicação digital sobre questões triviais tenha levado as pessoas a usar sites de redes sociais, sentindo laços mais fortes de ligação emocional com seus próximos, cada vez mais, as mensagens políticas, religiosas e uma imensa variedade de materiais chegam às redes.

As pessoas em rede estão se sentindo mais diretamente implicadas no processo e, conseqüentemente, no protesto. Cidadãos já se veem no direito de cobrar o que os jornalistas

devem cobrir, além de reunir informações de uma diversidade de fontes, quando os meios jornalísticos tradicionais de notícias não fornecem as informações desejadas. Os novos estudos de comunicação vêm apontando algo importante sobre a forma como o conteúdo se espalha e o porquê, e dizem que o material que é compartilhado, muitas vezes, não é o de melhor qualidade, mas, sim, o mais poderoso diante dos temores e desejos da comunidade participativa.

Quando questionamos como e por que conteúdos circulam hoje em dia, é excessivamente fácil aceitar uma resposta inadequada. As hierarquias descendentes da era da radiodifusão agora coexistem com um sistema integrado de canais participativos e o público agora possui maneiras de se mobilizar e reagir diante de decisões tomadas por empresas, governos e mídias.

Um dos grandes mitos do mundo da Web 2.0 é o formador de opinião. Acreditava-se inicialmente que era preciso atingir pessoas com grande número de seguidores nas redes, reforçando a mentalidade de ‘um para muitos’, na qual, por meio da fidelidade de alguns, várias outras pessoas seriam atingidas. As empresas buscavam o apoio desses formadores de opinião. Mas recentes pesquisas apontaram que a informação leva em média cinco intercâmbios para que chegue ao alvo pretendido, ou ‘seis graus de separação’. Ou seja, não é necessário formadores de opinião, as mensagens se deslocam pela sociedade por caminhos muito mais democráticos, movendo-se rapidamente de um indivíduo fracamente conectado para outro, chegando rapidamente ao alvo. Todo receptor/consumidor importa. Isso reforça a necessidade de as empresas de mídia desenvolverem relação construídas por muitas mais interações diárias. Essas relações significam aumento da lealdade do público num momento em que os vínculos com as marcas são vistos como menos estáveis do que nas gerações anteriores.

Mas estamos longe de alcançar algo que se assemelhe a uma participação plena, o ambiente midiático foi dramaticamente modificado e ainda está em transformação. Mesmo hoje, quando afirmamos que o rádio é um meio expandido, no qual o público assumiu um lugar de destaque, de protagonismo, é preciso entender que a audiência vem se apropriando do rádio de diferentes maneiras, usando-o em maior ou menor grau, de acordo com as condições políticas, econômicas, sociais e culturais. Porém, nesta pesquisa de Mestrado, evidenciou-se que, considerar que hoje o ouvinte é ativo e não mais passivo, é um erro, já que ele jamais o foi, o que faltava eram simplesmente práticas interacionais. As mediações socioculturais envolvidas nos hábitos de escuta aconteceram de diferentes maneiras para cada ouvinte, mas sempre estiveram presentes.



Na *Revista do Rádio*, podemos perceber vários momentos de manifestação dos ouvintes na sessão “Correio dos Fans”, como esta carta de 1952: “Por que o diretor da Inconfidência não varia na apresentação dos cartazes cariocas?” pergunta o leitor Walmir Dias, de Belo Horizonte, morador à Rua Progresso. “A Inconfidência está sempre apresentando Nelson Gonçalves, Francisco Carlos, Eliana e Adelaide (...)”<sup>38</sup>

Em 1953, também no “Correio dos Fans” da *Revista do Rádio*, há uma carta extensa criticando o locutor Luiz de Carvalho, que na época foi comparado ao locutor César de Alencar, do Rio de Janeiro, e apresentava em Belo Horizonte na Inconfidência o programa “Só para Mulheres”<sup>39</sup>:

Carta aberta a Luiz de Carvalho

Da nossa leitora Lourdes Rodrigues, residente em Belo Horizonte (av. Augusto de Lima 371) recebemos a seguinte carta aberta, dirigida a Luiz de Carvalho, e pedindo publicação:

“Sr. Luiz de Carvalho:

Dirigir-me ao Sr. creia, não é prazer nenhum para mim. Aliás o Sr. me conhece e sabe que eu jamais poderia simpatizar com quem vive difamando o nome de Marlene.

Quando o sr. apresentava seus programas na Rádio Inconfidência, procurou por todos os meios diminuir o nome da grande Estrela, gesto este que foi motivo para que as fãs de Marlene se revoltassem, mas de maneira brilhante, isto é, fundando o “Fan Club Marlene”, demonstrando assim que Marlene merece o nosso carinho e que pouco valor tem suas palavras.

Marlene não precisa de ajuda de pessoas de sua espécie que não sabemos se é animador ou “atiçador”.

Suas atitudes escandalosas perante o auditório da Rádio Inconfidência são recordadas até hoje. Minas não poderia estar pior representada no Rio do que na sua incontrolável pessoa.

Marlene não precisa de concursos, pois foi eleita a “Rainha dos nossos corações”, sem votos, sem coroa e sem troféu, mas apenas pelo carinho do público.

Cuide de sua vida, como você disse que ia fazer ao deixar a Inconfidência.

Saiba que sua presença não faz falta nenhuma aqui e que você se conserve bem distante e deixe a ‘Soberana das Rainhas’ em paz.

Você nasceu para relacionar-se com pessoas de sua espécie e lembre-se que Marlene possui talento a toda prova.

Esteja certo de que os concursos instituídos por você nunca chegaram a impressionar as fãs de Marlene, em Minas.

---

<sup>38</sup> *Revista do Rádio*. Ano 1952, Edição 00130 (2).

<sup>39</sup> *Revista do Rádio*. Ano 1953, Edição 00215 (1).

Você jamais receberia um voto daqui, por mais que você queira diminuí-la, Marlene está sempre acima de tudo isto, com personalidade, pois Marlene sabe também “perder” com honestidade e até mesmo com ‘inteligência’.

Tome cuidado sr. Luiz de Carvalho, não se esqueça de que poderei contar à Candinha certas coisas que o sr. Não gostaria de ver publicadas.

Não digo que vou batê-lo, por dois motivos: o primeiro, com a graça de Deus, o sr. não está aqui em Minas e o segundo: não sujo as minhas mãos com ‘tão pouco’.

Caso queira responder, faça-o como achar melhor.

Segue para isto meu endereço.

Lourdes Rodrigues – Av. Augusto de Lima, 371, Belo Horizonte

Como podemos ver, e já foi falado no item sobre a Cultura da Conexão, esses aspectos de elogio e crítica à programação do rádio não são algo novo, o que é novo são as ferramentas da internet que tornaram a oportunidade mais frequente e a visibilidade nas redes, muito maior.

Outra diferença é que, hoje, a multiplicidade de oferta acirrou o movimento de infidelidade em relação às emissoras, tanto em ondas hertzianas como na web. A rádio que não estiver atenta ao ouvinte que quer não só ouvir, mas escutar, falar sobre o que está no ar, criticar, elogiar, participar e interagir com outros ouvintes, pode perder espaço para a concorrência.

As emissoras precisam entender que, por mais que o ouvinte gaste breves segundos no compartilhamento ou etiquetagem em suas postagens nas mídias sociais, ou baixando e compartilhando um áudio, essas práticas servem como reiteração do papel de mediador exercido pelas rádios, assim como podem servir como afirmação de uma comunicação contra-hegemônica, e por isso merecem extrema atenção.

As emissoras também precisam entender que não se ouve rádio passivamente, seja em ondas hertzianas ou pela internet. A escuta suscita a construção ou a negociação de sentidos. É certo que o ouvinte pode prestar atenção ou não, pode contestar determinado conteúdo em silêncio apenas, ou dividindo essa percepção com outras pessoas, em interações face a face ou limitar-se a ligar para a emissora ou escrever um e-mail para emitir opinião. Mas, no atual contexto do avanço da tecnologia, o ouvinte pode afirmar sua presença na arena midiática das redes sociais e dar visibilidade às suas demandas e reivindicações. O ouvinte também pode se apropriar de espaços da programação em que se vê representado e exigir um posicionamento imediato da emissora.

O ouvinte conquistou novos instrumentos para se fazer ouvir, nos mais diversos dispositivos e nas mais diferentes plataformas. Estamos vivendo a passagem de uma mentalidade regulada pela lógica da radiodifusão, que dominou todo o século 20, para outra em que se permite e valoriza o engajamento das audiências. Os ouvintes já não se limitam ao simples papel de consumidor, como pudemos constatar nas respostas ao questionário online desta pesquisa. Eles discutem, reagem, espalham seus interesses e críticas pelas diferentes modalidades de mídia. E também querem ser ouvidos, atendidos e recompensados. E entre as muitas possibilidades dessa cultura cada vez mais ligada em rede, acreditamos que será mais bem-sucedida a emissora que souber lidar melhor com as aspirações desse público ávido por participar e opinar.

É por isso que também acreditamos que é necessário as rádios investirem cada vez mais em tecnologia, como podemos ver nas diversas sugestões dadas por ouvintes para a Inconfidência no questionário. As empresas que não tiverem recursos para desenvolverem sua própria tecnologia devem estar prontas para se associar a outras iniciativas. Uma das características desse novo rádio expandido, sem dúvida, é a exigência de aplicativos que facilitam o acesso aos conteúdos radiofônicos nos dispositivos móveis.

Ainda que, hoje, a maioria do público que escuta rádio o faça através do aparelho normal, de ondas, todas as pesquisas apontam para o fato de que o público mais novo se utiliza cada vez mais de diversos suportes e dispositivos, principalmente telefones celulares, notebooks e *tablets*. Quem quiser conquistar os novos públicos precisa investir.

Também acreditamos que o rádio expandido, remediado pelos meios digitais, não pode oferecer apenas seus elementos sonoros tradicionais – voz, música, efeitos –, mas também imagens, vídeos, gráficos, links e toda uma arquitetura de interação.

Acreditamos que a chave para o futuro é o conteúdo. Nesse sentido, não há esperança de se ampliar presença no ambiente midiático para emissoras que não oferecem produtos exclusivos online, além daqueles veiculados previamente em antena. Ouvintes da pesquisa já pediram oferta de conteúdos exclusivos, fora da antena. Nesse sentido, especificamente no Jornalismo, é preciso que haja reportagens que não tenham ido ao ar previamente em ondas hertzianas e seções do tipo ouvinte-repórter como estratégia para angariar público. É necessário, entretanto, que essas participações dos ouvintes tenham uma boa gestão para serem bem aproveitadas em matérias. Ainda hoje, muitas vezes, elas são administradas por estagiários, pois

repórteres e coordenadores julgam que esta seja uma tarefa secundária em relação à produção de noticiário.

Para os programas de maneira geral, é preciso ouvir mais a audiência, e não apenas simular sua maior participação por meio da leitura de mensagens ou menções no ar. As audiências radiofônicas precisam ser convocadas para criar, programar, participar, além de escutar. Eventualmente, também precisam ir para o ar, como entrevistadas ou convidadas de programas radiofônicos. E este tipo de solicitação já apareceu nas respostas ao questionário desta pesquisa, numa rádio que iniciou o desenho de um rádio expandido há pouco mais de quatro anos.

A tendência é que a audiência se veja cada vez mais como ativista, como também foi constatado nas respostas da pesquisa, e passe a interferir, ou até mesmo estabelecer uma agenda de debates. Inclusive, é cada vez mais frequente o ouvinte interpelar online o locutor de seu programa favorito, sem esperar qualquer convite.

Ainda falando sobre conteúdo, o barateamento e as facilidades na gravação de conteúdos sonoros por usuários levam a acreditar numa programação com *podcasts* de ouvintes cada vez mais frequente. Na pesquisa com os ouvintes, podemos constatar, inclusive, que os áudios gravados por outros ouvintes eram a parte que eles mais gostavam, mesmo diante de uma grande diversidade de quadros.

De acordo com os resultados da pesquisa, é preciso pensar em novas formas de participação da audiência, principalmente que permitam a troca de papéis de emissor e receptor, ao invés de limitar-se à participação moderada através de aplicativos de mensagens instantâneas para telefones celulares.

Outra questão que aparece fortemente no formulário da pesquisa é a rádio se assumir como um meio de comunicação fortemente local, que alimente a identificação por parte dos ouvintes, oferecendo serviços de utilidade pública, agenda de eventos, além da análise aprofundada e contextualizada, ao invés de simplesmente divulgar as notícias.

Ainda sobre a programação, o segmento rádio musical tem seus desafios. A rádio Inconfidência FM, a Brasileiríssima, tem uma tradição de ser uma rádio musical, que toca música popular brasileira, a MPB, mas com critérios bem rigorosos, não é qualquer música brasileira que toca na programação, e vários jargões já foram criados como “o melhor da música brasileira”, “para quem tem bom gosto”, “para ouvidos de fino trato”. É importante dizer que a

internet alterou os hábitos de consumo com a personalização de perfis musicais, o que levou a uma pulverização de gostos e audiências. Nesse cenário de concorrência com os serviços de rádio social, que oferecem streaming dos mais diversos gêneros musicais e muitas vezes gratuitamente, evidenciou-se a necessidade de superar a lógica das *playlists* limitadas, dos top 40. Pesquisas já comentadas nesta Dissertação apontaram que a rádio é hoje um lugar para se buscar novidades musicais, e não para consumir músicas já conhecidas.

Ainda nesse contexto, se as emissoras abrirem mão do papel de promotores e divulgadores da produção artística local, indo buscar na internet as últimas novidades, por que imaginar que o ouvinte não irá diretamente às últimas novidades, não irá diretamente às fontes? Ainda mais se tratando de uma rádio pública, do Estado de Minas Gerais, que em seu estatuto possui o dever de divulgar as coisas de Minas, a Inconfidência precisa assumir e retomar a relação direta com os artistas, abrindo espaço para o novo na programação. Esta foi uma das questões que mais apareceram nos comentários dos ouvintes formulados a partir do questionário da pesquisa.

É preciso compreender que o ouvinte sintoniza na rádio também para ser surpreendido, senão poderia perfeitamente satisfazer-se em ouvir uma *playlist* no celular ou no tocador multimídia.

Por fim, também acreditamos que não é possível ter um rádio expandido sem investimento em recursos humanos e tecnológicos. É preciso cada vez mais profissionais multimídias, que saibam trabalhar com todos os recursos e plataformas. Antigamente, para os locutores bastava ter uma boa voz. Hoje, eles precisam ser bem atualizados para contextualizarem a informação, para manterem um bom diálogo com seus ouvintes. Precisam ser aptos a gravar vídeos para as redes sociais e disponíveis para atender seus ouvintes através delas. É também preciso que as emissoras tenham uma boa gestão para investirem em treinamento de pessoal, remunerar mais dignamente seus funcionários e investir em tecnologia. Também precisam criar políticas atentas à nova realidade e estar preparadas para receber as mensagens de seus ouvintes.

## REFERÊNCIAS

ABRÚCIO, Fernando Luiz. FRANZESE, Cibele. **Federalismo e Políticas Públicas: o impacto das Relações Intergovernamentais no Brasil.** 2007. Disponível em: <https://www.researchgate.net/publication/242213262>. Acesso em: 27 de setembro de 2018

BARBOSA FILHO, André. **Gêneros radiofônicos: os formatos e os programas em áudio.** Paulinas São Paulo, 2003.

BIANCO, Nélia. R. D. **O Futuro do rádio no cenário da convergência frente às incertezas quanto aos modelos de transmissão digital.** **Revista Eptic**, v. 12, n.1, 2011.

**BRASIL. Constituição (1988).** Constituição da República Federativa do Brasil. Brasília, DF: Senado Federal: Centro Gráfico, 1988.

**BRASIL. Lei nº 11.652 de 07 de abril de 2008.** Institui os princípios e objetivos dos serviços de radiodifusão pública explorados pelo Poder Executivo ou outorgados a entidades de sua administração indireta; autoriza o Poder Executivo a constituir a Empresa Brasil de Comunicação – EBC; altera a Lei nº 5.070, de 7 de julho de 1996; e dá outras providências. Disponível em: [http://www.planalto.gov.br/CCIVIL\\_03/\\_Ato2007-2010/2008/Lei/L11652.htm](http://www.planalto.gov.br/CCIVIL_03/_Ato2007-2010/2008/Lei/L11652.htm). Acesso em: 19 de Dezembro de 2018.

BUCCI, Eugênio. **A razão de ser das emissoras públicas na democracia.** 2008. Disponível em: <http://www3.eca.usp.br/sites/default/files/form/biblioteca/acervo/producao-academica/001766775.pdf>. Acesso em: 13 de novembro de 2018.

**CARTA DE PRINCÍPIOS DA ARPUB.** Disponível em: <https://arpub.wordpress.com/arpub/carta-de-principios/>. Acesso em: 15 de dezembro de 2018.

CAMARGO, Luiz Octávio de L. **O que é lazer.** São Paulo: Brasiliense, 1986.

CAMPELO, Wanir. **Hora do Fazendeiro: Porque Minas, há 70 anos, se rende ao som verde que ecoa pelos campos quando cai a tarde.** **Jornal da Rede ALCAR**, 64., 2006. Disponível em <http://www.ufrgs.br/alcar/encontros-nacionais-1/encontros-nacionais/4o-encontro-2006-1/Hora%20do%20Fazendeiro%20Porque%20Minas-%20ha%2070%20anos-%20se%20rende%20ao%20som%20verde%20que%20%20%20%20ecoa%20pelos%20campos%20quando%20cai%20a%20tarde.doc>. Acesso em: Fevereiro de 2019.

CAMPELO, Wanir. **Inconfidência: o radiojornalismo mineiro começou aqui.** 2011. Disponível em: <http://www.ufrgs.br/alcar/encontros-nacionais-1/8o-encontro-2011-1/artigos/Inconfidencia%20o%20radiojornalismo%20mineiro%20comecou%20aqui.pdf/view>. Acesso em: Fevereiro de 2019.

CARVALHO, Guilherme Dias Melo. **A Rádio Inconfidência nos tempos do auditório: considerações sobre os gêneros musicais no acervo de partituras.** Belo Horizonte: Universidade Federal de Minas Gerais, 2014.

COTA, Leide Mara da Conceição. **Rádio, Educação e Formação da Identidade Nacional: um estudo da Rádio Inconfidência de Minas Gerais (1930-1950).** Universidade Federal de Minas Gerais. Belo Horizonte, 2016.

CHAVES, Glenda R. G. **A radionovela no Brasil: um estudo de Odette Machado Alamy (1913 - 1999).** Belo Horizonte, 2007.

CUNHA, Magda Rodrigues da. **Oralidade, Mobilidade e Criatividade no Rádio: quais os rumos na era pós-mídia?** Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul. Caxias do Sul: Intercom, 2010. <http://www.intercom.org.br/papers/nacionais/2010/resumos/r5-2361-1.pdf>

DEJAVITE, F. A. **A Notícia light e o jornalismo de infotainment.** In: CONGRESSO BRASILEIRO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO, v.30. 2007.

DUMAZEDIER, Joffre. **A revolução cultural do tempo livre.** São Paulo: Studio Nobel; SESC São Paulo, 1994.

DUMAZEDIER, Joffre. **Sociologia Empírica do Lazer.** 3 ed. São Paulo: Perspectiva SESC, 2008.

GOMES, Itania. M. M. **O infotainment e a cultura televisiva. A TV em transição. Tendências de programação no Brasil e no mundo.** Porto Alegre: Sulina, 2009. p. 195-221.

GOMES, Christianne L. **Verbetes Lazer – Concepções.** In: GOMES, Christianne L. (Org.). **Dicionário Crítico do Lazer.** Belo Horizonte: Autêntica Editora, 2004. p.119-126.

**GOVERNO DO RIO DE JANEIRO. Rádio Roquette Pinto. Vida e histórico de Roquette-Pinto.** Disponível em: [ttp://www.radioroquettepinto.rj.gov.br/index.php/controladorhistorico](http://www.radioroquettepinto.rj.gov.br/index.php/controladorhistorico). Acesso em: 01 de dezembro de 2019.

GUIMARÃES, Rosângela de Mendonça. **Relatório de Pesquisa.** Rádio Inconfidência, Belo Horizonte, 2006/2007.

GUIMARÃES, Rosângela de Mendonça. Um compromisso de origem: Minas cada vez mais mineira. *In: O gigante do ar: a história da Rádio Inconfidência narrada por Ricardo Parreiras e convidados/apresentado por Eliane Parreiras.* Belo Horizonte: Rádio Inconfidência, 2014, p. 29-43.

KISCHINHEVSKY, Marcelo. **Rádio e mídias sociais: mediações e interações radiofônicas em plataformas digitais de comunicação.** 1. ed. Rio de Janeiro: Mauad X, v. 1, 2016. 152p.

KISCHINHEVSKY, M.; BENZECRY, L. Interações no rádio musical expandido: um aporte etnográfico. **Galaxia** (São Paulo, Online), n. 28, p. 184-198, dez. 2014.

HALL, Stuart. Encoding/decoding. *In: HALL, S. et al. Culture, media, language.* Hutchinson: Centre for Contemporary Cultural Studies (Ed.), 1980. p. 128-138.

**IBOPE, M. Estudo Tribos Musicais.** 2003. Disponível em: [http://www.ibope.com.br/pt-br/noticias/Documents/tribos\\_musicais.pdf](http://www.ibope.com.br/pt-br/noticias/Documents/tribos_musicais.pdf). Acesso em 11 abr. 2018.

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

LE MOS, André. **Cibercultura: tecnologia e vida social na cultura contemporânea.** Porto Alegre: Ed. Sulina, 2004.

LEVY, Pierre. **Cibercultura.** São Paulo: Editora 34, 1999.

MARCELLINO, Nelson Carvalho. **Lazer e educação.** Campinas: Papirus, 1990.

MARCELLINO, Nelson Carvalho. **Estudos do Lazer: uma introdução.** Campinas: Papirus, 2000.



MARTINS, Fábio. **Senhores ouvintes, no ar ... a cidade e o rádio.** Belo Horizonte: C/Arte, 1999.

MELO, Victor Andrade de. **Estudos do lazer e geopolítica do conhecimento.** **Sinais Sociais**, v. 8, n. 23, p. 16–35, 2013.

MURCE, Renato. **Bastidores do rádio: fragmentos do rádio de ontem e de hoje.** Rio de Janeiro: Imago Editora, 1976.

MUSTAFÁ, Izani. **Estado Novo: o uso político do rádio no Brasil e em Portugal nos anos de 1935 a 1940.** Junho de 2013. Disponível em: <https://radioleituras.files.wordpress.com/2014/03/anoivnumiart05.pdf>. Acesso em: 5 de dezembro de 2018.

OLIVEIRA, Jader de. **No tempo mais quer perfeito: vida e sonhos de Belo Horizonte nos anos 50.** Belo Horizonte, 2009.

ORTIZ, Renato. **A moderna tradição brasileira: cultura brasileira e indústria cultural.** São Paulo: Brasiliense, 1988.

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

PINHEIRO, Elton Bruno Barbosa. **Serviço de Radiodifusão Pública no Brasil: considerações sobre suas condições de origem e perspectivas.** **Revista Rádio-Leituras**, Mariana-MG, v. 7, n. 1, p. 35-59, jan./jun. 2015.

PRADO, Magaly. **História do Rádio no Brasil.** São Paulo: Editora da Boa Prosa, 2012.

SCHWARTZ, Gisele. **O conteúdo Virtual do lazer: contemporizando Dumazedier.** **Licere:** Revista do programa de Pós-graduação Interdisciplinar em Estudos do Lazer, v.6, n.2, p 2331, 2003.

SECOM; SOCIAL, S. de C. **Pesquisa brasileira de mídia 2015: hábitos de consumo de mídia pela população brasileira.** Secom Brasília, DF, 2014.

SERGL, M. J. **Internet, radioweb e produção musical. Revista Interin**, v. 16, n.2, p. 27-41, 2014.

SILVA, Sivaldo Pereira da. **Dimensões estruturais da mídia pública no Brasil: análise comparativa de indicadores-chaves em organizações de radiodifusão**. 2013. Disponível em: <http://www.ciberlegenda.uff.br/index.php/revista/article/viewFile/658/357>. Acesso em: 08 de outubro de 2018.

SOARES, Edileuza. **A bola no ar: o rádio esportivo em São Paulo**. São Paulo: Summus Editorial, 1994.

SOUZA, Francisco Djacyr S. de Souza. **Interatividade, o futuro do rádio**. Em 01/02/2011 na edição 627 – p.1. Disponível em: <http://observatoriodaimprensa.com.br/interesse-publico/interatividade-o-futuro-do-radio/>. Acesso em: 01 de Março de 2018.

ZUCULOTO, Valci. **A construção histórica da programação de rádios públicas brasileiras**. Porto Alegre, PUCRS, 2010. Tese de doutoramento no programa de Pós-graduação em Comunicação da FAMECOS. Porto Alegre, PUCRS, 2010.

## APÊNDICE

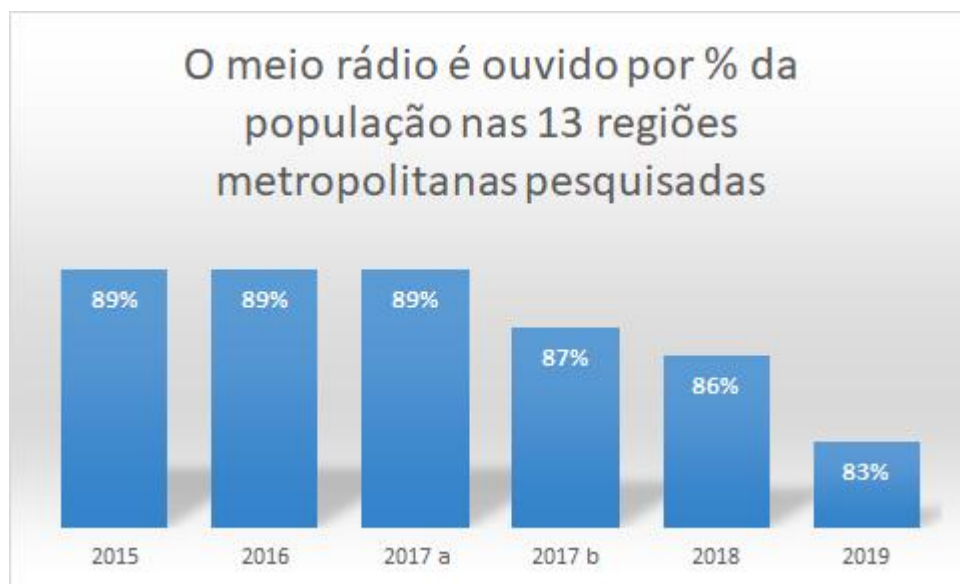
### 1 DADOS DO KANTAR IBOPE MEDIA

A primeira parte da pesquisa é baseada em informações do Kantar IBOPE Media, um grupo multidisciplinar de empresas de pesquisa de mercado, que realiza a medição de audiência e monitoramento dos veículos de comunicação em geral, em toda América Latina, proporcionando conhecimento e informação dos hábitos de consumo da sociedade e dos mercados onde atua. A Rádio Inconfidência é assinante dos serviços de audiência através de um Contrato de Prestação de Serviços para Fornecimento de Pesquisa de Mídia mas não pode divulgar os dados que recebe a não ser que sejam devidamente autorizados pelo IBOPE. Por isso, foi assinado um Acordo de Confidencialidade entre o Kantar IBOPE Media, a Rádio Inconfidência e a pesquisadora, permitindo o acesso e a divulgação dos dados por parte da pesquisadora para fins estritamente acadêmicos. Esses dados se referem a audiência do Programa Casa Aberta que foi veiculado na Rádio Inconfidência FM entre setembro de 2015 e maio de 2019, no horário de 10h às 12h e de 11h às 12h entre 20 de maio a primeiro de novembro de 2019. O Acordo de Confidencialidade pode ser consultado no anexo desta dissertação.

Outros dados sobre a audiência em rádio foram obtidos no próprio site do Kantar Ibope Media, sendo os dados mais recentes os de 2019. O IBOPE analisa a audiência em 13 regiões diferentes do Brasil. No Nordeste, a pesquisa é realizada na Grande Fortaleza, Grande Recife e Grande Salvador. No Centro Oeste, na Grande Goiânia e Distrito Federal. No Sul, na Grande Porto Alegre, Grande Florianópolis e Grande Curitiba. E no Sudeste, pesquisa a Grande Vitória, Grande Rio de Janeiro, Grande São Paulo, Grande Belo Horizonte e Campinas.

Nessas regiões pesquisadas, o meio rádio é ouvido por 83% da população, segundo os dados mais recentes (Gráfico 31). Podemos perceber que houve uma pequena piora nos índices de audiência nos três últimos anos, caindo de 89% no início de 2017, para 87%, ainda no final deste ano, 86% em 2018 e chegando a 83% em 2019.

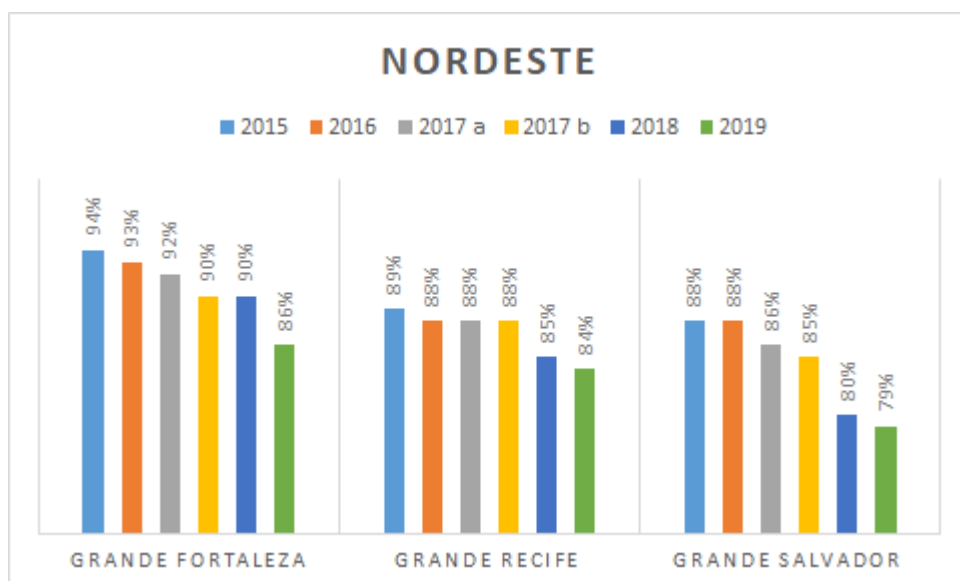
Gráfico 31 – A audição do rádio



Fonte: KANTAR IBOPE MEDIA EASYMEDIA4 | 13 MERCADOS | 13M - TOTAL EMISSORAS | 13M - SEXO AMBOS, 15/19 ANOS, 20/34 ANOS, 35/49 ANOS, 50/59 ANOS, 60+ | 2A-DOM |

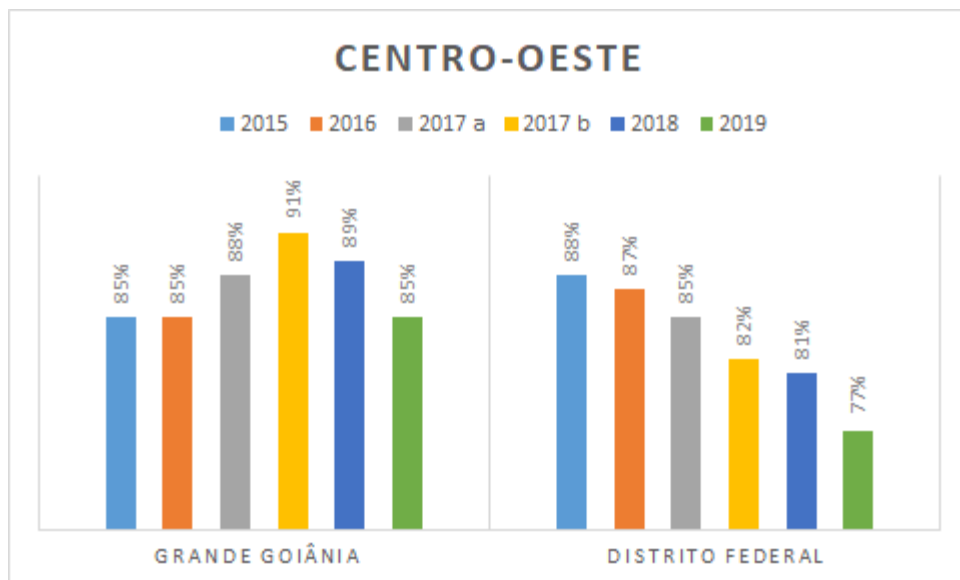
Esse decréscimo da audiência foi percebido em todas as 13 regiões analisadas (Gráficos 32, 33, 34 e 35).

Gráfico 32 – A audição do rádio na região nordeste analisada pelo Kantar Ibope Media



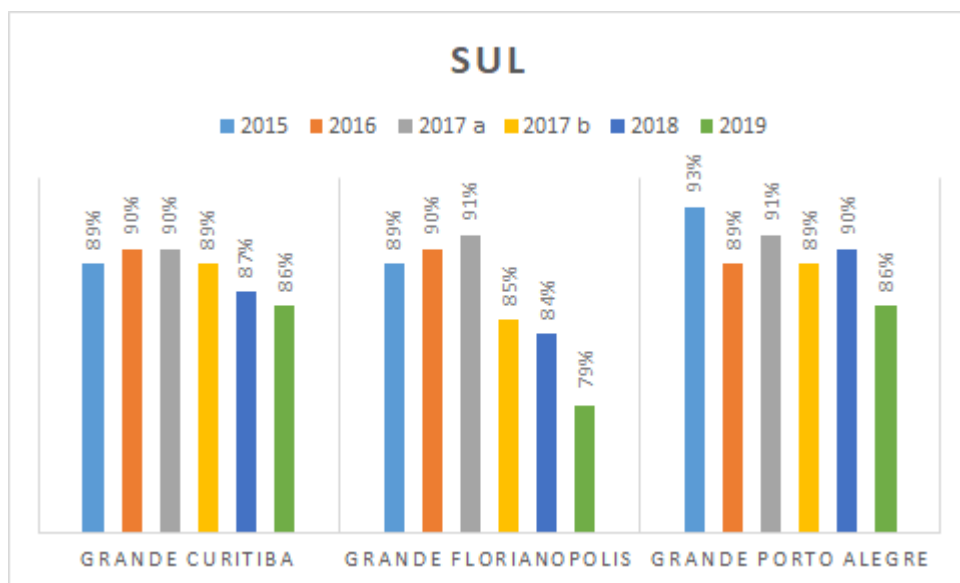
Fonte: KANTAR IBOPE MEDIA EASYMEDIA4 | 13 MERCADOS | 13M - TOTAL EMISSORAS | 13M - SEXO AMBOS, 15/19 ANOS, 20/34 ANOS, 35/49 ANOS, 50/59 ANOS, 60+ | 2A-DOM |

Gráfico 33 – A audição do rádio na região centro-oeste analisada pelo Kantar Ibope Media



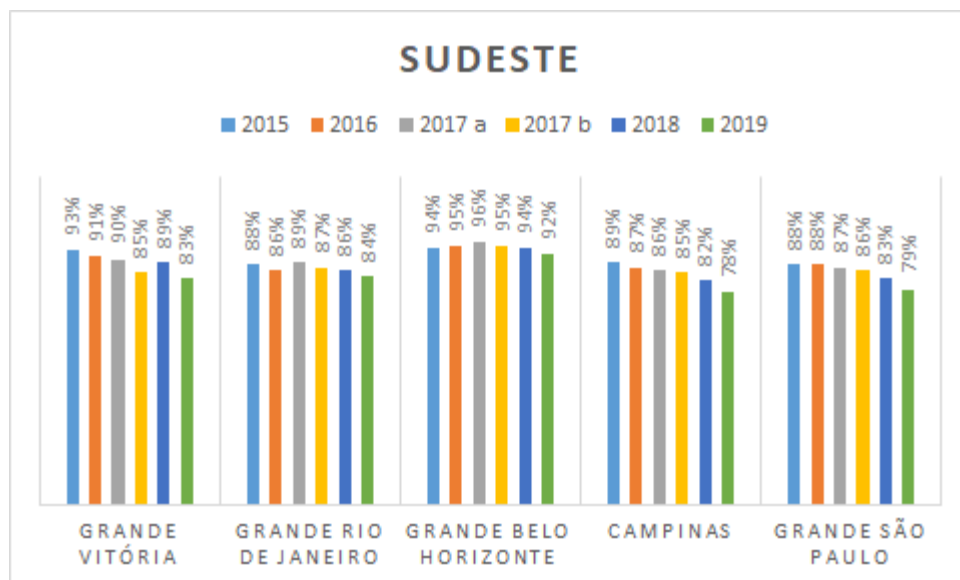
Fonte: KANTAR IBOPE MEDIA EASYMEDIA4 | 13 MERCADOS | 13M - TOTAL EMISSORAS | 13M - SEXO AMBOS, 15/19 ANOS, 20/34 ANOS, 35/49 ANOS, 50/59 ANOS, 60+ | 2A-DOM |

Gráfico 34 – A audição do rádio na região sul analisada pelo Kantar Ibope Media



Fonte: KANTAR IBOPE MEDIA EASYMEDIA4 | 13 MERCADOS | 13M - TOTAL EMISSORAS | 13M - SEXO AMBOS, 15/19 ANOS, 20/34 ANOS, 35/49 ANOS, 50/59 ANOS, 60+ | 2A-DOM |

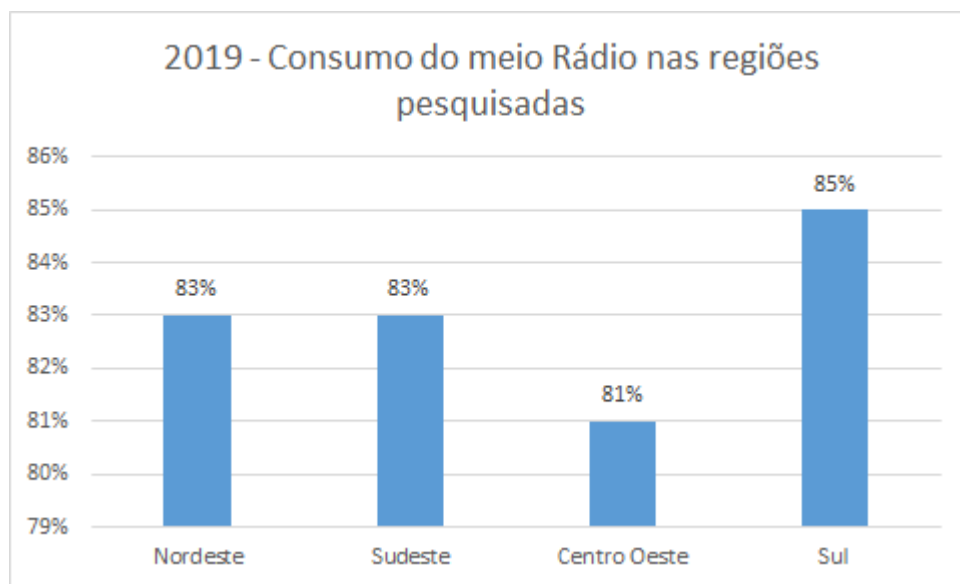
Gráfico 35 – A audição do rádio na região sudeste analisada pelo Kantar Ibope Media



Fonte: KANTAR IBOPE MEDIA EASYMEDIA4 | 13 MERCADOS | 13M - TOTAL EMISSORAS | 13M - SEXO AMBOS, 15/19 ANOS, 20/34 ANOS, 35/49 ANOS, 50/59 ANOS, 60+ | 2A-DOM |

Chamaria a atenção para a audiência na Grande Belo Horizonte, região da Rádio Inconfidência. A audiência do meio rádio é significativa e contempla 92% da população, sendo a maior das 13 regiões analisadas pelo IBOPE (Gráfico 35).

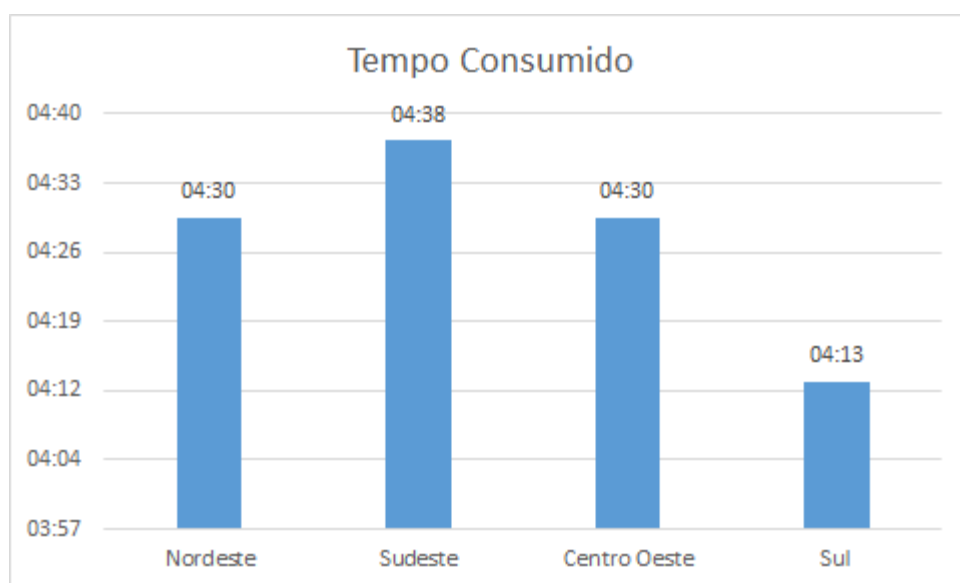
Gráfico 36 – Consumo do meio Rádio por região



Fonte: KANTAR IBOPE MEDIA EASYMEDIA4 | 13 MERCADOS | 13M - TOTAL EMISSORAS | 13M - SEXO AMBOS, 15/19 ANOS, 20/34 ANOS, 35/49 ANOS, 50/59 ANOS, 60+ | 2A-DOM |

Se for feita uma análise por região geográfica do Brasil, entre as praças analisadas, a região sul é a que mais consome o meio rádio, com 85% (Gráfico 36). Mas é bom reafirmar que o Kantar IBOPE Media não contempla todos os estados que fazem parte dessas regiões.

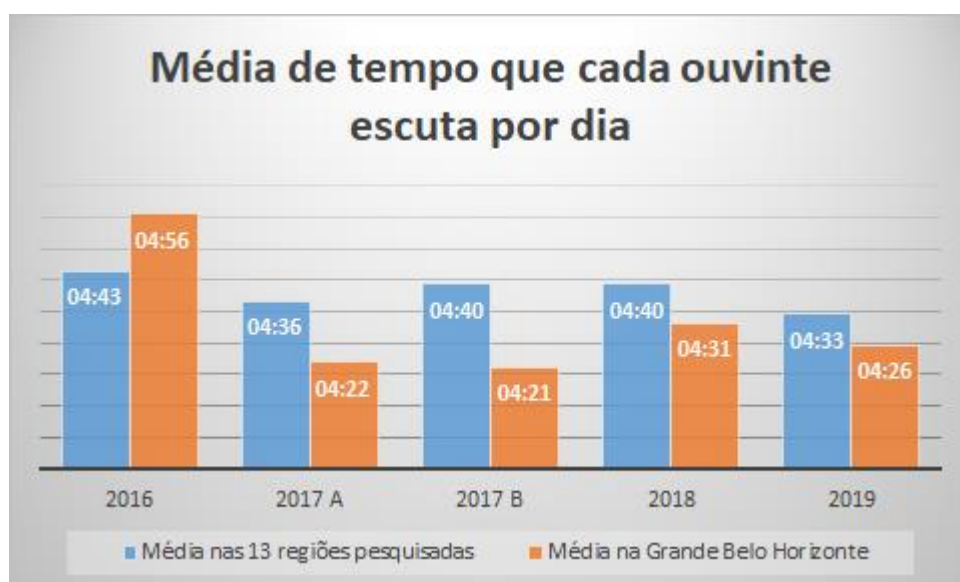
Gráfico 37 – Tempo de consumo do meio Rádio por região



Fonte: KANTAR IBOPE MEDIA EASYMEDIA4 | 13 MERCADOS | 13M - TOTAL EMISSORAS | 13M - SEXO AMBOS, 15/19 ANOS, 20/34 ANOS, 35/49 ANOS, 50/59 ANOS, 60+ | 2A-DOM |

Ainda sobre os dados de 2019, apesar de a região sul ser a que tem a maior parte da população escutando rádio é a que o ouvinte escuta por menos tempo diariamente. Cada pessoa passa por dia, em média, 04h13 ouvindo rádio, sendo que no sudeste esse tempo é o maior de todos, chegando a 4h38. A média nas 13 regiões analisadas pelo IBOPE é de 4h33. Em Belo Horizonte, o tempo médio de consumo em 2019 era de 4h 26 minutos (Gráfico 38).

Gráfico 38 – Tempo de consumo do meio Rádio de 2016 a 2019



Fonte: KANTAR IBOPE MEDIA EASYMEDIA4 | 13 MERCADOS | 13M - TOTAL EMISSORAS | 13M - SEXO AMBOS, 15/19 ANOS, 20/34 ANOS, 35/49 ANOS, 50/59 ANOS, 60+ | 2A-DOM |

Uma das informações importantes da pesquisa de 2019 para o objeto de pesquisa desta dissertação diz respeito ao aumento do tempo de consumo dos conteúdos oferecidos pelo rádio na web. De acordo com o Kantar IBOPE Media, o tempo médio diário dedicado em 2019 era de 2h 40 minutos enquanto no mesmo período de 2018 era de 2h 21 minutos. Em 2017, ainda segundo o IBOPE, o tempo era de 2h 07 minutos (Gráfico 39).



Gráfico 39 – Consumo de conteúdo da web do meio Rádio de 2017 a 2019

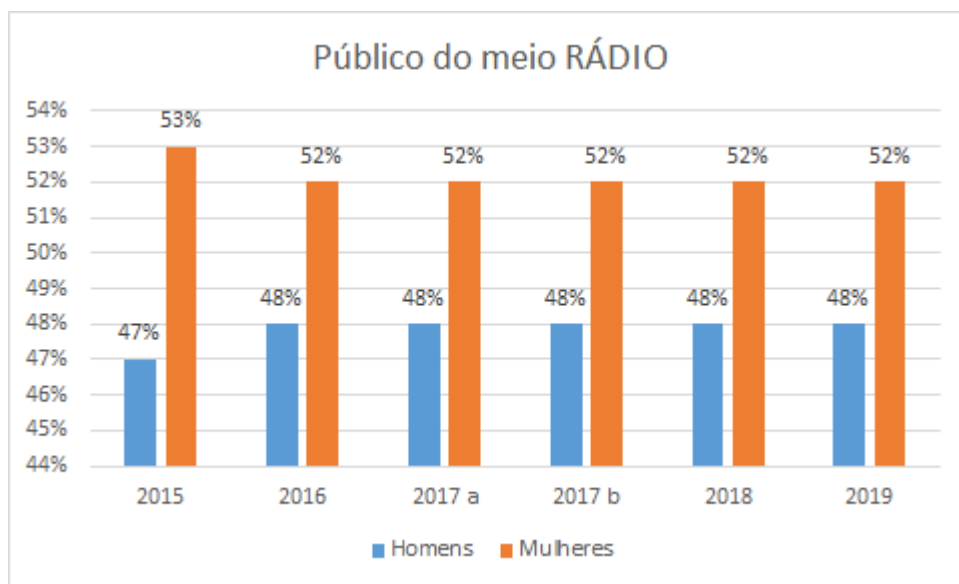


Fonte: KANTAR IBOPE MEDIA EASYMEDIA4 | 13 MERCADOS | 13M - TOTAL EMISSORAS | 13M - SEXO AMBOS, 15/19 ANOS, 20/34 ANOS, 35/49 ANOS, 50/59 ANOS, 60+ | 2A-DOM |

Outra informação de 2019 é que 38% da população usou algum serviço de *streaming* para ouvir música, o que representa um aumento de 22% em relação a 2018. Ao todo, cada ouvinte de *streaming* dedicou 2h31 minutos por semana realizando essa atividade.

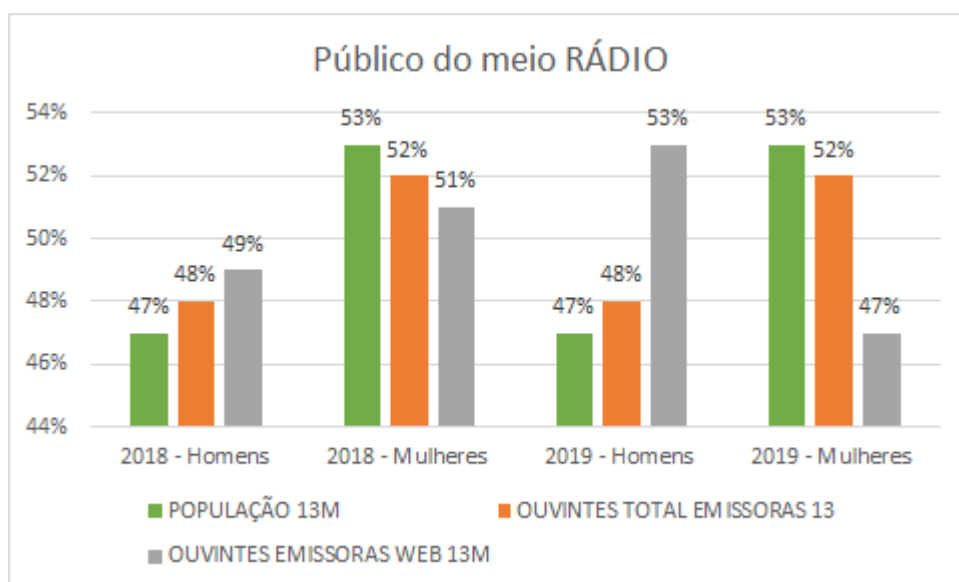
Ainda sobre o uso da *internet* no meio rádio, quando analisamos os dados do IBOPE, percebemos que entre 2015 e 2019, a população feminina teve uma pequena superioridade na audiência de rádio em relação a masculina (Gráfico 40). Mas quando analisado o público que consome o meio pela internet, em 2019, houve uma predominância masculina (Gráfico 41).

Gráfico 40 – Perfil do público do meio Rádio de 2015 a 2019 em relação ao gênero



Fonte: KANTAR IBOPE MEDIA EASYMEDIA4 | 13 MERCADOS | 13M - TOTAL EMISSORAS | 13M - SEXO AMBOS, 15/19 ANOS, 20/34 ANOS, 35/49 ANOS, 50/59 ANOS, 60+ | 2A-DOM |

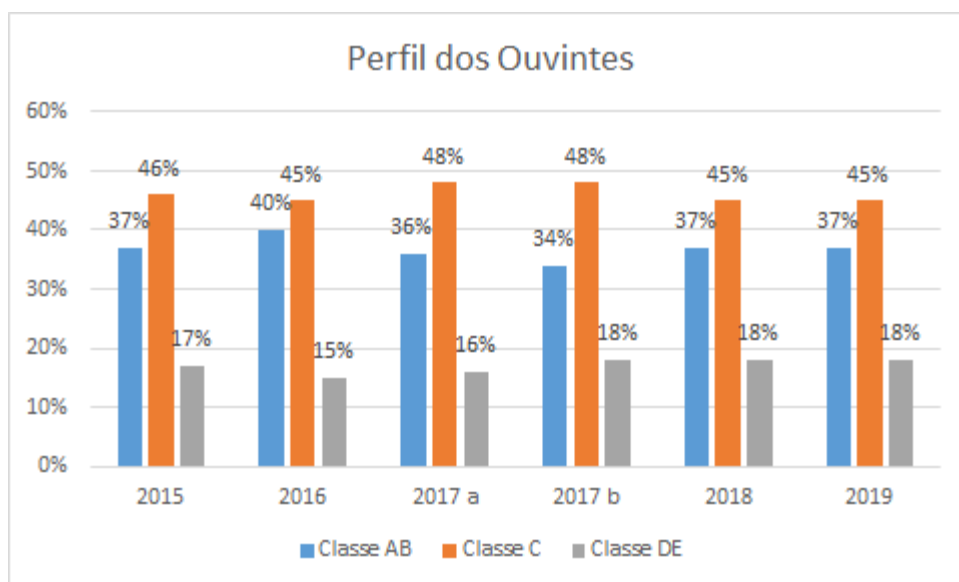
Gráfico 41 – Perfil do público analisado pelo Kantar Ibope Media em relação ao consumo do meio Rádio na internet em 2018 e 2019



Fonte: KANTAR IBOPE MEDIA EASYMEDIA4 | 13 MERCADOS | 13M - TOTAL EMISSORAS | 13M - SEXO AMBOS, 15/19 ANOS, 20/34 ANOS, 35/49 ANOS, 50/59 ANOS, 60+ | 2A-DOM |

Ainda de acordo com o IBOPE, o perfil dos ouvintes de rádio é bastante parecido com o da população mas isso não se aplica quando analisamos somente os que escutam o rádio pela *web*. Os ouvintes de rádio pela web são em geral mais jovens e há maior concentração nas classes AB (Gráfico 42).

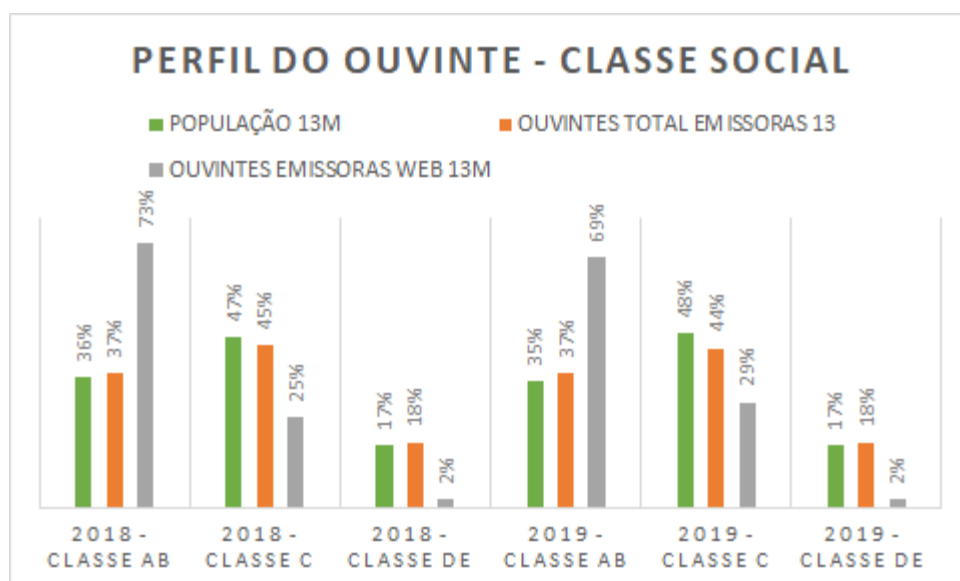
Gráfico 42 – Perfil do público analisado pelo Kantar Ibope Media em relação ao consumo do meio Rádio na internet em 2018 e 2019



Fonte: KANTAR IBOPE MEDIA EASYMEDIA4 | 13 MERCADOS | 13M - TOTAL EMISSORAS | 13M - SEXO AMBOS, 15/19 ANOS, 20/34 ANOS, 35/49 ANOS, 50/59 ANOS, 60+ | 2A-DOM |

Em relação a Classe Social, a maior parte dos ouvintes entre os anos de 2015 e 2019 era da classe B. Quando analisamos somente o perfil dos ouvintes dos ouvintes que escutam o meio rádio pela internet, nos últimos dois anos, percebemos um predomínio de ouvintes da classe AB (Gráfico 43).

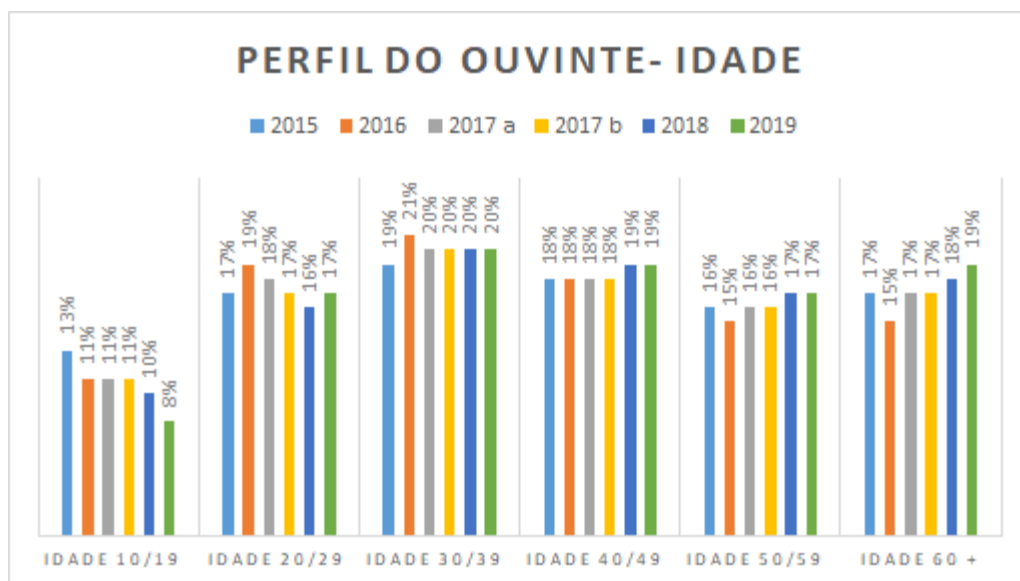
Gráfico 43 – Perfil do público analisado pelo Kantar Ibope Media em relação ao consumo do meio Rádio na internet por classe social



Fonte: KANTAR IBOPE MEDIA EASYMEDIA4 | 13 MERCADOS | 13M - TOTAL EMISSORAS | 13M - SEXO AMBOS, 15/19 ANOS, 20/34 ANOS, 35/49 ANOS, 50/59 ANOS, 60+ | 2A-DOM |

O IBOPE utiliza em sua metodologia a aplicação do Critério Brasil para esta classificação e são levados em conta o acesso a serviços públicos como água encanada e rua pavimentada, a escolaridade da pessoa de referência, e a quantidade de alguns itens como automóveis, geladeiras, computadores, entre outros.

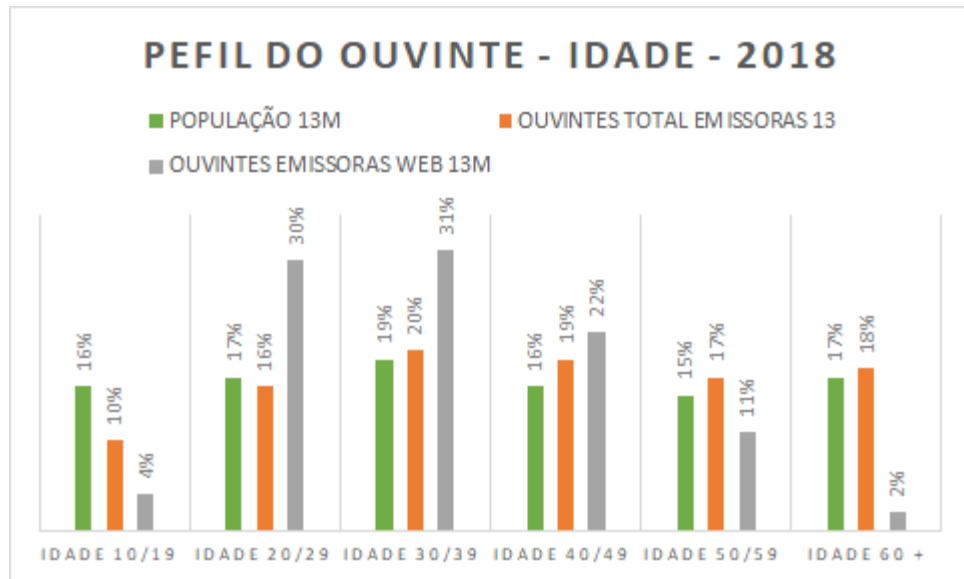
Gráfico 44 – Perfil do público analisado pelo Kantar Ibope Media em relação ao consumo do meio Rádio por idade



Fonte: KANTAR IBOPE MEDIA EASYMEDIA4 | 13 MERCADOS | 13M - TOTAL EMISSORAS | 13M - SEXO AMBOS, 15/19 ANOS, 20/34 ANOS, 35/49 ANOS, 50/59 ANOS, 60+ | 2A-DOM |

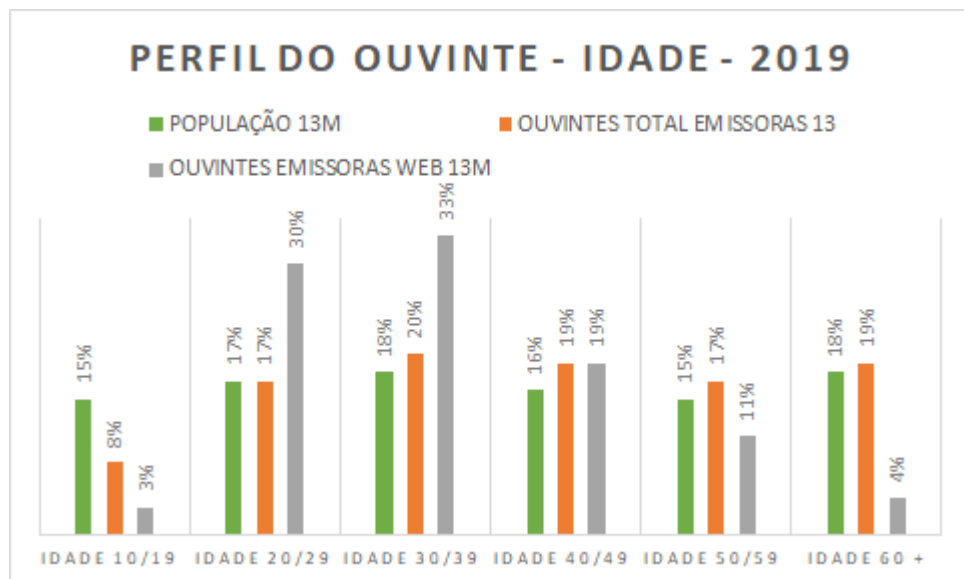
Em relação a idade, a maioria dos ouvintes de rádio está na faixa etária de 30 a 39 anos (Gráfico 44). Mas os dados do IBOPE também revelaram que em 2018 e 2019, a maioria dos ouvintes que consumiram o meio rádio pela internet eram mais novos e possuíam a idade entre 20 e 39 anos (Gráficos 45 e 46).

Gráfico 45 – Perfil do público analisado pelo Kantar Ibope Media em relação ao consumo do meio Rádio na internet por idade em 2018



Fonte: KANTAR IBOPE MEDIA EASYMEDIA4 | 13 MERCADOS | 13M - TOTAL EMISSORAS | 13M - SEXO AMBOS, 15/19 ANOS, 20/34 ANOS, 35/49 ANOS, 50/59 ANOS, 60+ | 2A-DOM |

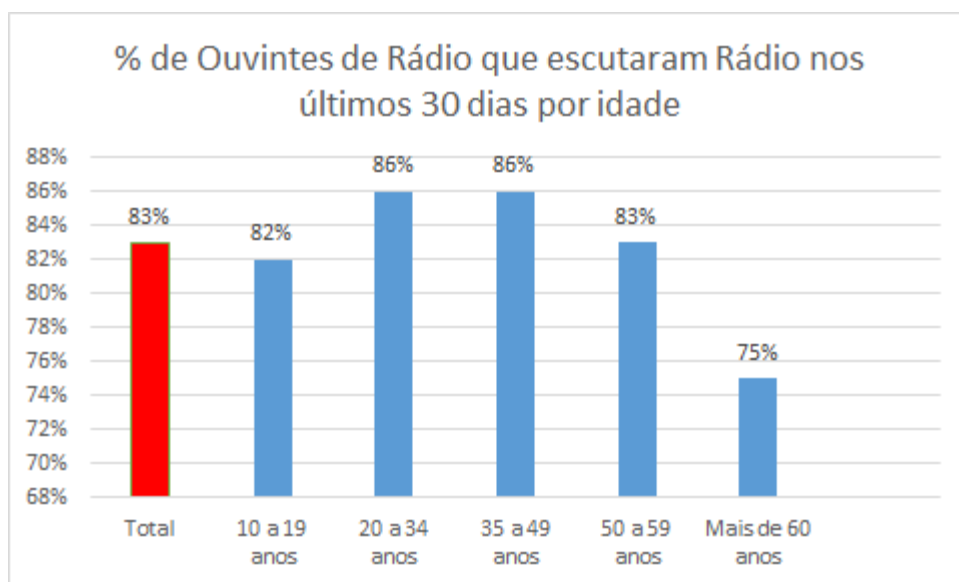
Gráfico 46 – Perfil do público analisado pelo Kantar Ibope Media em relação ao consumo do meio Rádio na internet por idade em 2019



Fonte: KANTAR IBOPE MEDIA EASYMEDIA4 | 13 MERCADOS | 13M - TOTAL EMISSORAS | 13M - SEXO AMBOS, 15/19 ANOS, 20/34 ANOS, 35/49 ANOS, 50/59 ANOS, 60+ | 2A-DOM |

Ainda de acordo com o Kantar IBOPE Media, enquanto 83% das pessoas escutam o meio, a média entre os mais jovens é maior do que entre os mais velhos. O destaque está entre aqueles que têm entre 20 e 49 anos sendo que 86% deles escutaram o rádio no mês em que foi feita a pesquisa (Gráfico 47).

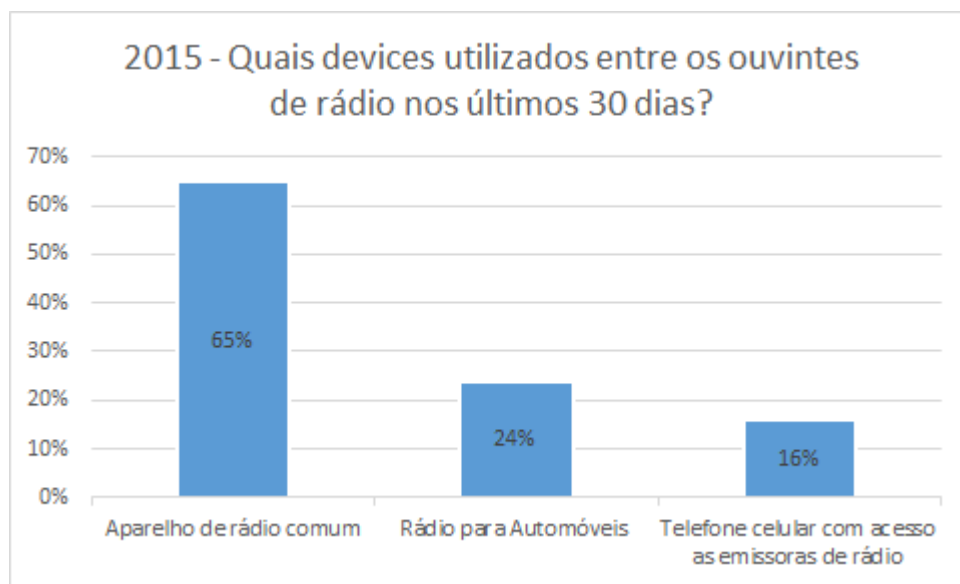
Gráfico 47 – Perfil do público analisado pelo Kantar Ibope Media em relação ao consumo do meio Rádio por idade nos últimos 30 dias - 2019



Fonte: KANTAR IBOPE MEDIA EASYMEDIA4 | 13 MERCADOS | 13M - TOTAL EMISSORAS | 13M - SEXO AMBOS, 15/19 ANOS, 20/34 ANOS, 35/49 ANOS, 50/59 ANOS, 60+ | 2A-DOM |

Outro dado importante do IBOPE é o crescimento do uso do celular como dispositivo para escutar o rádio. Em 2015, período que começa a nossa análise, o IBOPE dividia o rádio comum do rádio para automóveis, e não trazia informações sobre o computador e outros equipamentos usados hoje para escutar rádio, como os *tablets* (Gráfico 48).

Gráfico 48 – Dispositivos para consumir o meio rádio nos últimos 30 dias - 2019

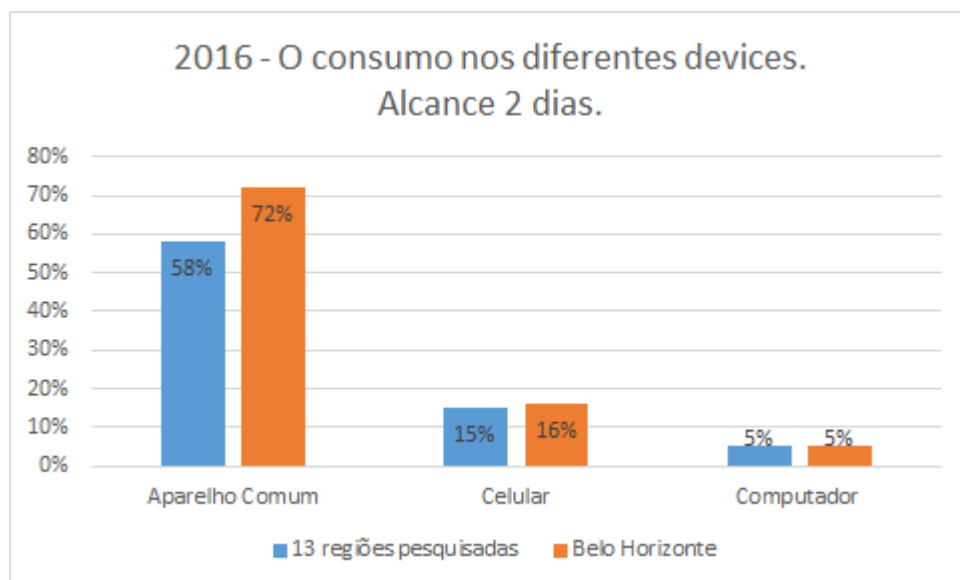


Fonte: KANTAR IBOPE MEDIA EASYMEDIA4 | 13 MERCADOS | 13M - TOTAL EMISSORAS | 13M - SEXO AMBOS, 15/19 ANOS, 20/34 ANOS, 35/49 ANOS, 50/59 ANOS, 60+ | 2A-DOM |

Em 2016, existem duas pesquisas do IBOPE, uma das 13 regiões analisadas pelo instituto e outra específica da região da Grande Belo Horizonte. Quando comparadas, Belo Horizonte possuía um percentual maior de ouvintes que consumiam o meio tanto em aparelho de rádio comum como no celular (Gráfico 49).



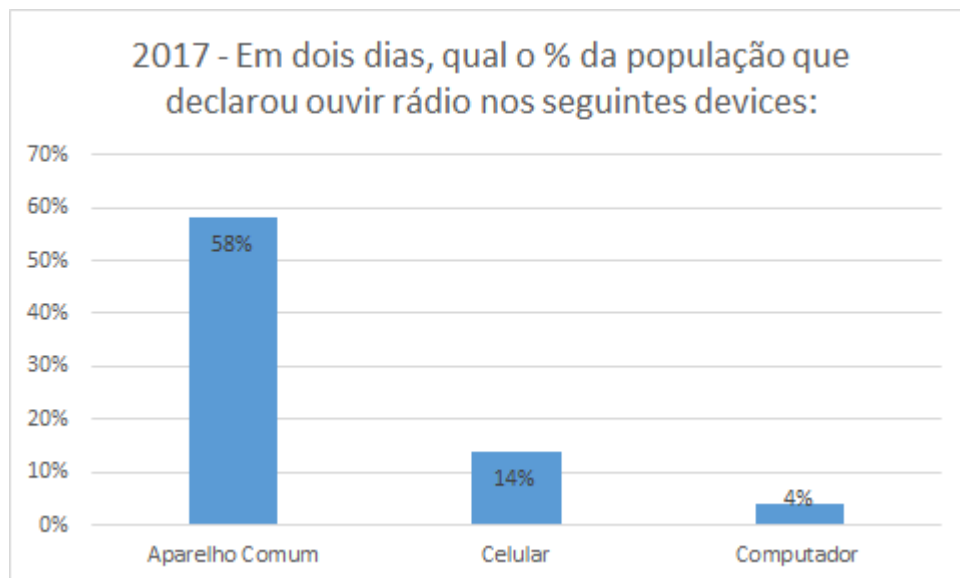
Gráfico 49 – Dispositivos para consumir o meio rádio nos últimos 30 dias – 2019 – comparando a região de Belo Horizonte com as outras 12 regiões analisadas pelo Kantar Ibope Media



Fonte: KANTAR IBOPE MEDIA EASYMEDIA4 | 13 MERCADOS | 13M - TOTAL EMISSORAS | 13M - SEXO AMBOS, 15/19 ANOS, 20/34 ANOS, 35/49 ANOS, 50/59 ANOS, 60+ | 2A-DOM |

A pergunta feita pelo IBOPE também mudou durante o período analisado. Em 2015 a pergunta era: quais os dispositivos usados nos últimos 30 dias? A partir de 2016 a pergunta passou a ser por um período de tempo menor, de apenas dois dias. Também a partir de 2016 o item “computador” já aparece nas respostas (Gráficos 49 e 50).

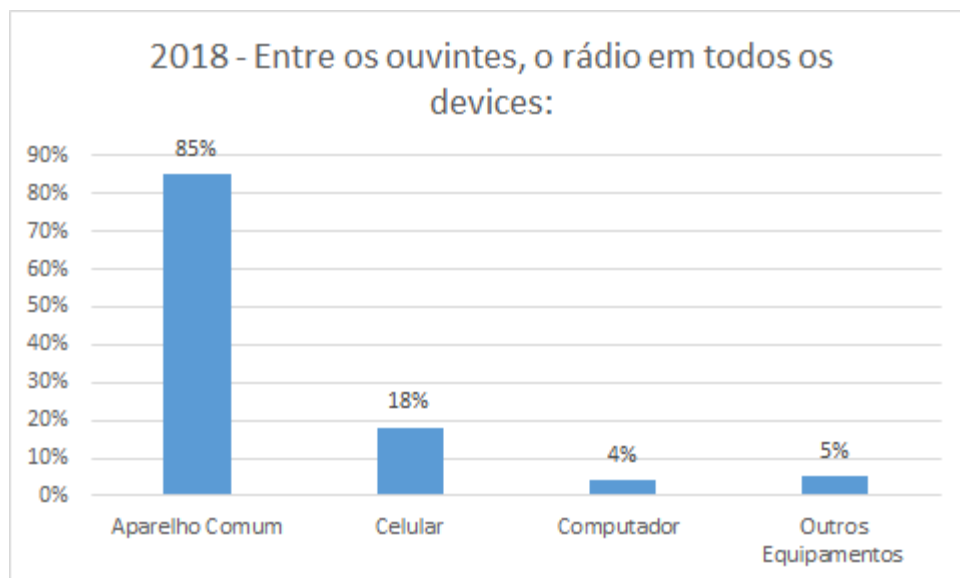
Gráfico 50 – Dispositivos para consumir o meio rádio nos últimos 30 dias – 2019 – comparando a região de Belo Horizonte com as outras 12 regiões analisadas pelo Kantar Ibope Media



Fonte: KANTAR IBOPE MEDIA EASYMEDIA4 | 13 MERCADOS | 13M - TOTAL EMISSORAS | 13M - SEXO AMBOS, 15/19 ANOS, 20/34 ANOS, 35/49 ANOS, 50/59 ANOS, 60+ | 2A-DOM |

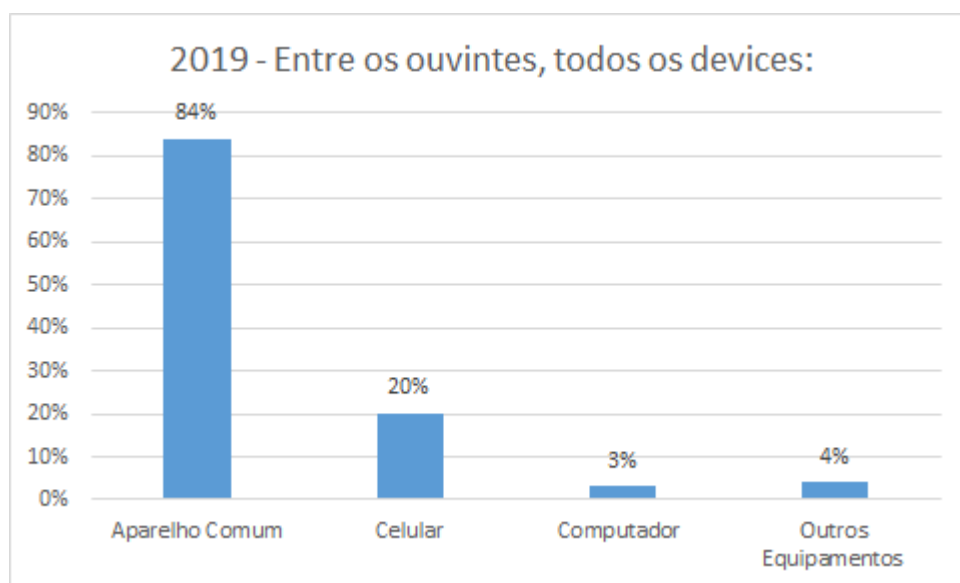
O item “outros equipamentos” só aparece como dispositivo a partir do ano de 2018 (Gráficos 51 e 52).

Gráfico 51 – Dispositivos para consumir o meio rádio 2018



Fonte: KANTAR IBOPE MEDIA EASYMEDIA4 | 13 MERCADOS | 13M - TOTAL EMISSORAS | 13M - SEXO AMBOS, 15/19 ANOS, 20/34 ANOS, 35/49 ANOS, 50/59 ANOS, 60+ | 2A-DOM |

Gráfico 52 – Dispositivos para consumir o meio rádio 2019

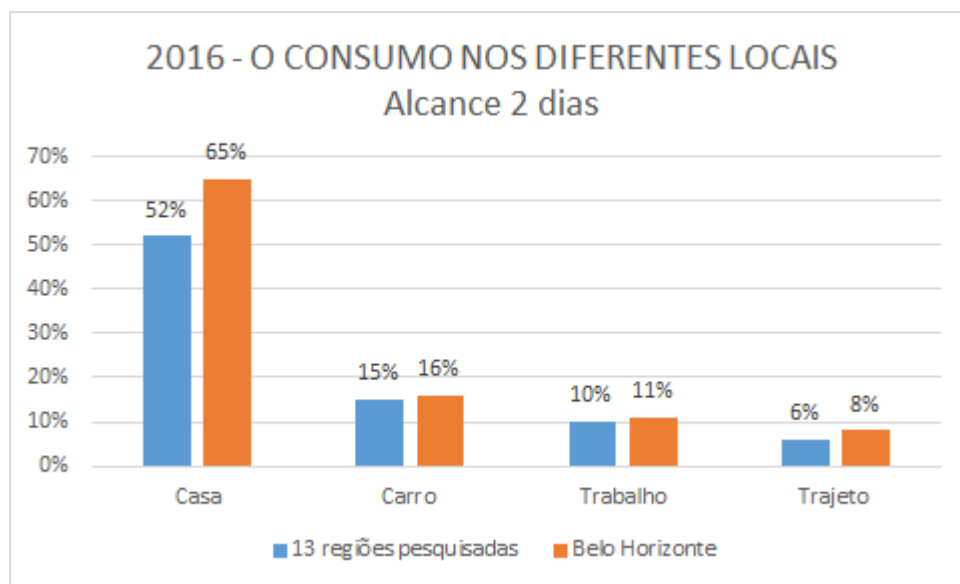


Fonte: KANTAR IBOPE MEDIA EASYMEDIA4 | 13 MERCADOS | 13M - TOTAL EMISSORAS | 13M - SEXO AMBOS, 15/19 ANOS, 20/34 ANOS, 35/49 ANOS, 50/59 ANOS, 60+ | 2A-DOM |

Ainda segundo o Kantar IBOPE Media, a audiência no celular e no computador se mantém estável durante a manhã e à tarde com uma leve alta no período vespertino e diminuição à noite. Mas não é só o dispositivo que influencia nos hábitos de consumo de rádio, os diferentes locais também importam. Quem escuta o rádio em casa, por exemplo, geralmente o faz durante as manhãs, enquanto o consumo no trabalho ocorre durante a manhã e à tarde. Durante os deslocamentos (seja por carro ou outro tipo de transporte), o pico de consumo acontece no período da manhã (especialmente das 7h às 7h59) e ao final da tarde (especialmente das 18h às 18h59).

Dados de 2016, que comparam os dados gerais das 13 regiões analisadas pelo IBOPE com a realidade da Grande Belo Horizonte, apresentou uma superioridade de ouvintes que afirmaram ter em dois dias escutados o meio de diferentes locais (Gráfico 53). Também houve uma pequena diferença no hábito dos que escutam rádio no carro. Enquanto nas 13 regiões o pico de consumo era entre 18h e 19h, em Belo Horizonte ele acontecia uma hora mais cedo, entre 17h e 18h.

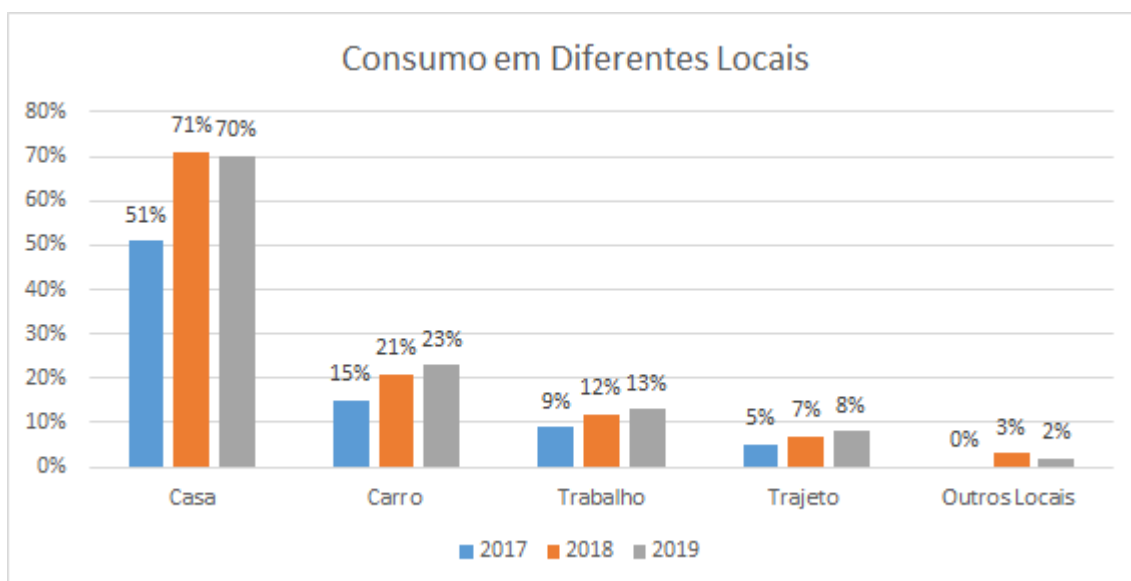
Gráfico 53 – Locais de consumo do meio rádio em 2016



Fonte: KANTAR IBOPE MEDIA EASYMEDIA4 | 13 MERCADOS | 13M - TOTAL EMISSORAS | 13M - SEXO AMBOS, 15/19 ANOS, 20/34 ANOS, 35/49 ANOS, 50/59 ANOS, 60+ | 2A-DOM |

Os outros dados em relação ao horário de maior consumo coincidem. Os ouvintes em casa geralmente, tem seu pico de consumo das 10h às 11h, os do trabalho entre 14h e 15h e os ouvintes no trajeto entre 7h e 8h.

Gráfico 54 – Locais de consumo do meio rádio de 2017 a 2019



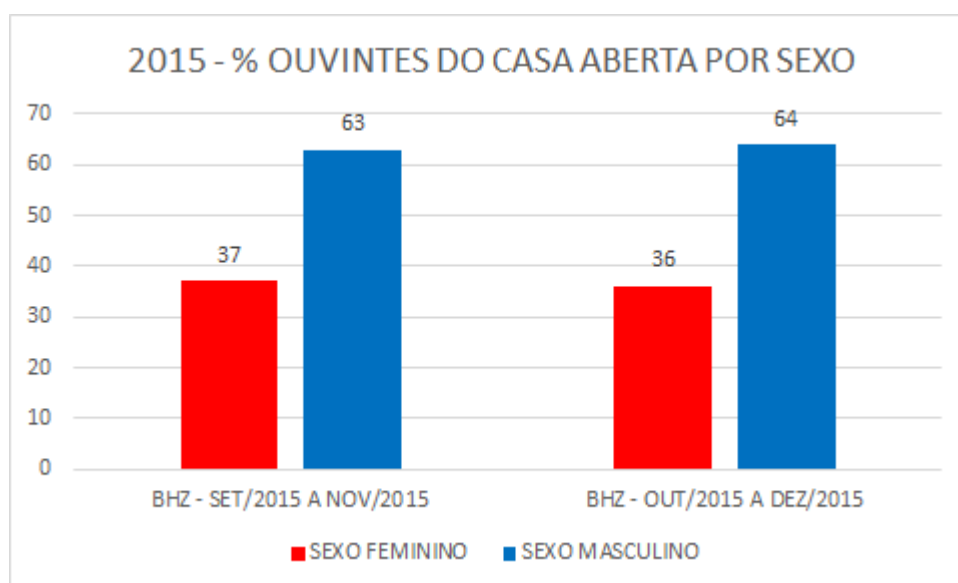
Fonte: KANTAR IBOPE MEDIA EASYMEDIA4 | 13 MERCADOS | 13M - TOTAL EMISSORAS | 13M - SEXO AMBOS, 15/19 ANOS, 20/34 ANOS, 35/49 ANOS, 50/59 ANOS, 60+ | 2A-DOM |

Ainda de acordo com os dados do Kantar IBOPE Media o consumo do rádio fora do ambiente doméstico vem aumentando nos últimos anos (Gráfico 54). Em 2017, 29% dos ouvintes já escutava o rádio fora de casa, aumentando para 43% em 2018 e 46% em 2019. E quando agrupados todos os consumos fora de casa (carro, trabalho, trajeto e outros locais) o maior volume de consumo do meio acontece no período da tarde (especialmente das 14 h às 14h 59).

### 1.1 O PERFIL DO OUVINTE DO PROGRAMA CASA ABERTA SEGUNDO O KANTAR IBOPE MEDIA

Segundo o Kantar IBOPE Media, o público do Programa Casa Aberta, nos quatro anos de sua existência, foi predominantemente feminino.

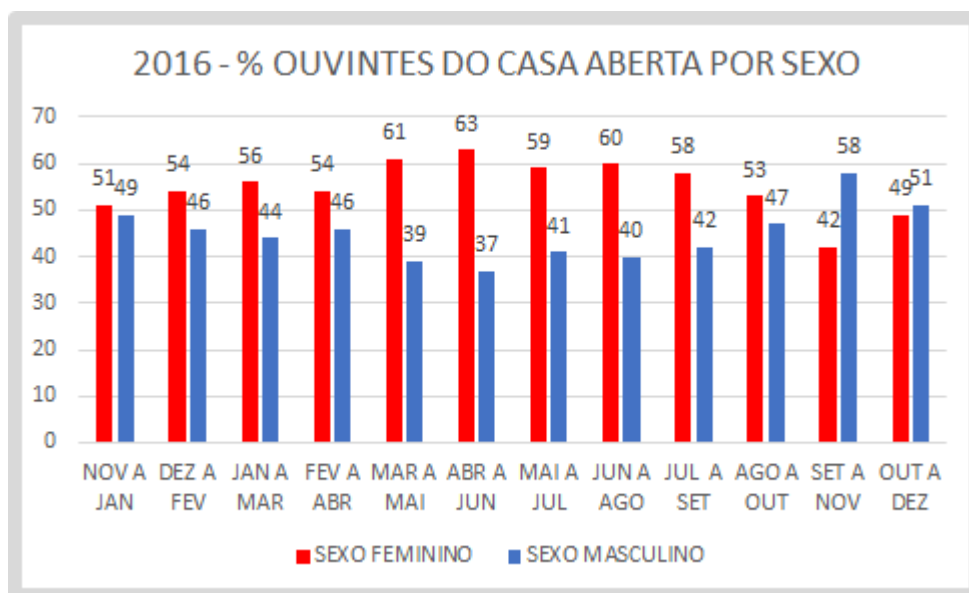
Gráfico 55 – Perfil do ouvinte do Programa Casa Aberta em 2015 por gênero



Fonte: Kantar IBOPE Media EasyMedia4 | BHZ | BHZ – FM INCONFIDENCIA / BRASILEIRISSIMA | BHZ -FEM | BHZ – MASC | 10-12 | 2a-6a

Em 2015, no início do programa, a audiência de setembro a dezembro foi predominantemente masculina (Gráfico 55), mas, já em 2016, percebemos um maior percentual de ouvintes do sexo feminino, em quase todos os meses, com a exceção dos últimos meses do ano, de setembro a dezembro, como em 2015 (Gráfico 56).

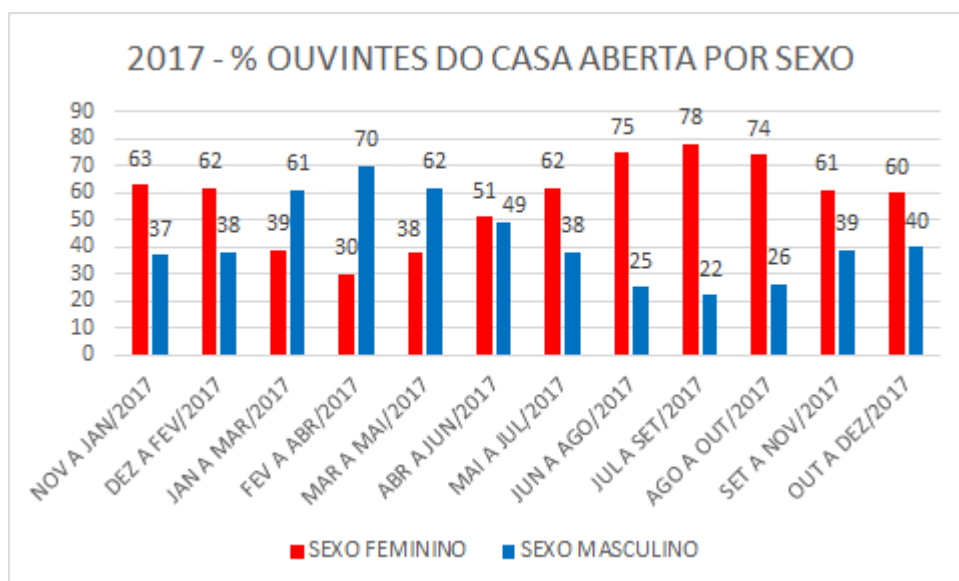
Gráfico 56 – Perfil do ouvinte do Programa Casa Aberta em 2016 por gênero



Fonte: Kantar IBOPE Media EasyMedia4 | BHZ | BHZ – FM INCONFIDENCIA / BRASILEIRISSIMA | BHZ -FEM | BHZ – MASC | 10-12 | 2a-6a

Em 2017, não houve um aumento de ouvintes do sexo masculino no final do ano. Percebemos um maior percentual de homens ouvindo o programa no início do ano, entre os meses de janeiro e maio (Gráfico 57).

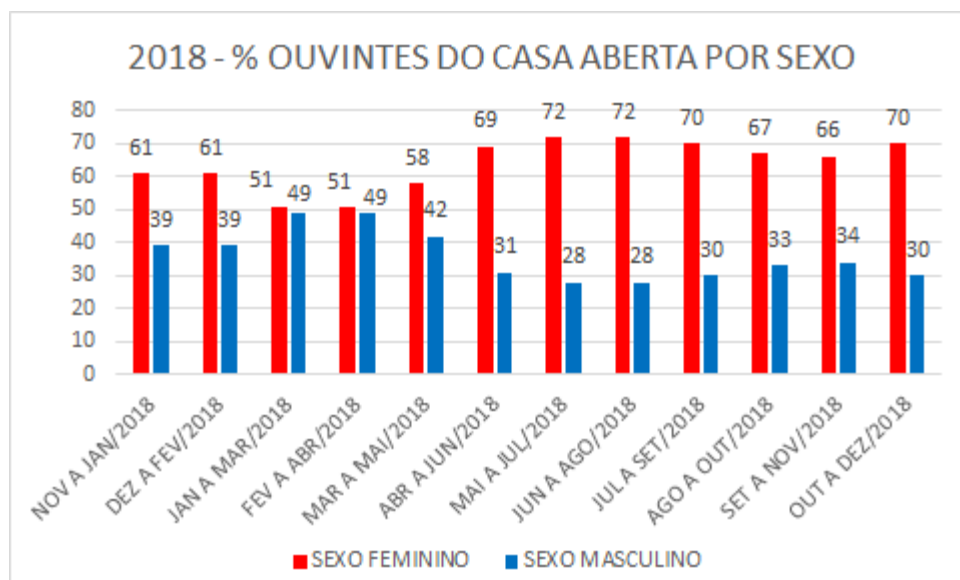
Gráfico 57 – Perfil do ouvinte do Programa Casa Aberta em 2016 por gênero



Fonte: Kantar IBOPE Media EasyMedia4 | BHZ | BHZ – FM INCONFIDENCIA / BRASILEIRISSIMA  
 | BHZ -FEM | BHZ – MASC | 10-12 | 2a-6a

Em 2018, em todos os meses do ano, a audiência de mulheres foi superior à dos homens (Gráfico 58).

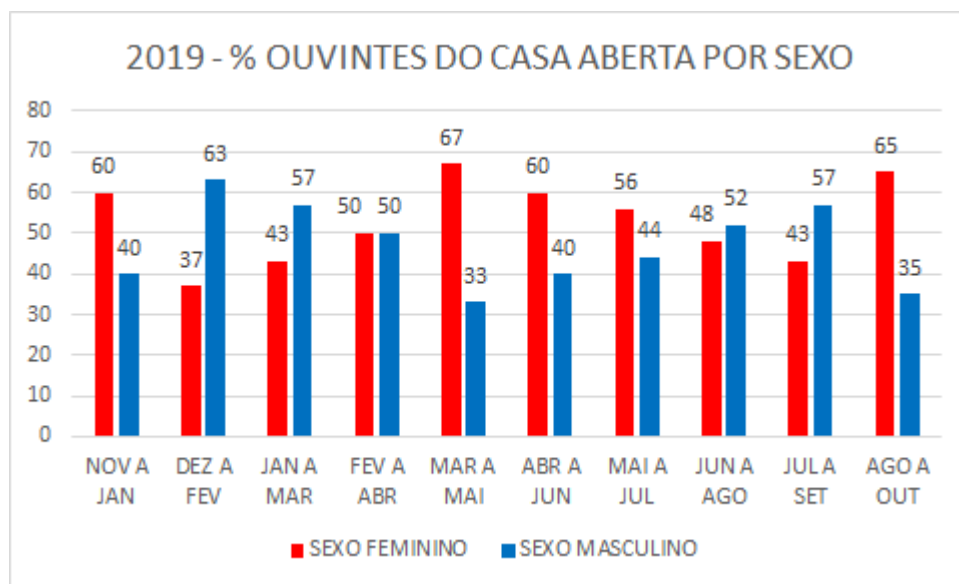
Gráfico 58 – Perfil do ouvinte do Programa Casa Aberta em 2016 por gênero



Fonte: Kantar IBOPE Media EasyMedia4 | BHZ | BHZ – FM INCONFIDENCIA / BRASILEIRISSIMA  
 | BHZ -FEM | BHZ – MASC | 10-12 | 2a-6a

Em 2019, os homens superaram as mulheres de dezembro a março e de julho a setembro (Gráfico 59).

Gráfico 59 – Perfil do ouvinte do Programa Casa Aberta em 2019 por gênero

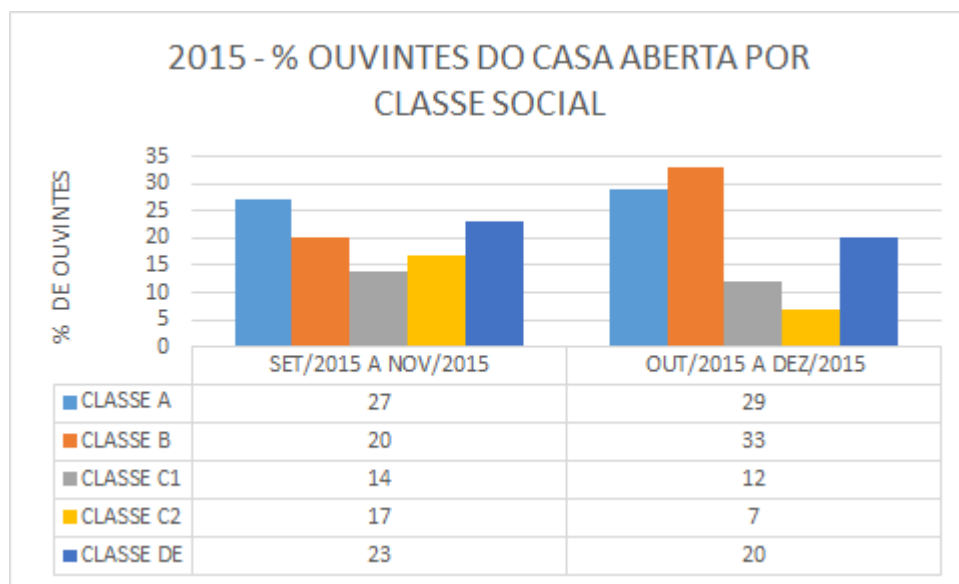


Fonte: Kantar IBOPE Media EasyMedia4 | BHZ | BHZ – FM INCONFIDENCIA / BRASILEIRISSIMA | BHZ -FEM | BHZ – MASC | 10-12 | 2a-6a

Ainda sobre o perfil dos ouvintes do Programa Casa Aberta, segundo os dados do IBOPE, a maioria pertence a Classe Social B (Gráficos 60 a 64). Somente alguns meses dos quatro anos de existência apresentam divergência desse dado, com o predomínio da Classe A, de setembro a novembro de 2015 (Gráfico 60), da Classe C1, de setembro a dezembro de 2016 (Gráfico 61), da Classe C2, de julho a outubro de 2017 (Gráfico 62), e novamente da Classe C1, de julho a outubro de 2019 (Gráfico 64).

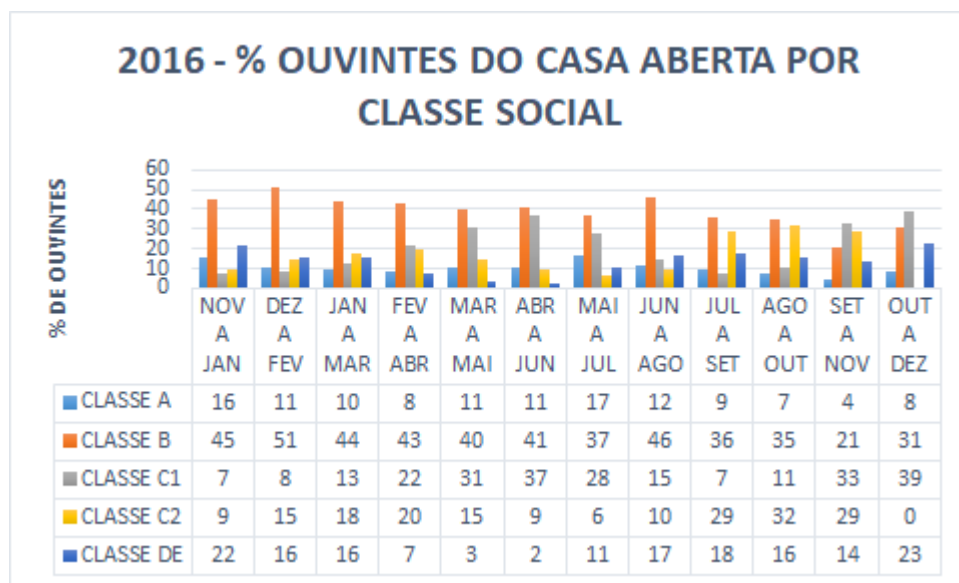


Gráfico 60 – Perfil do ouvinte do Programa Casa Aberta em 2015 por classe social



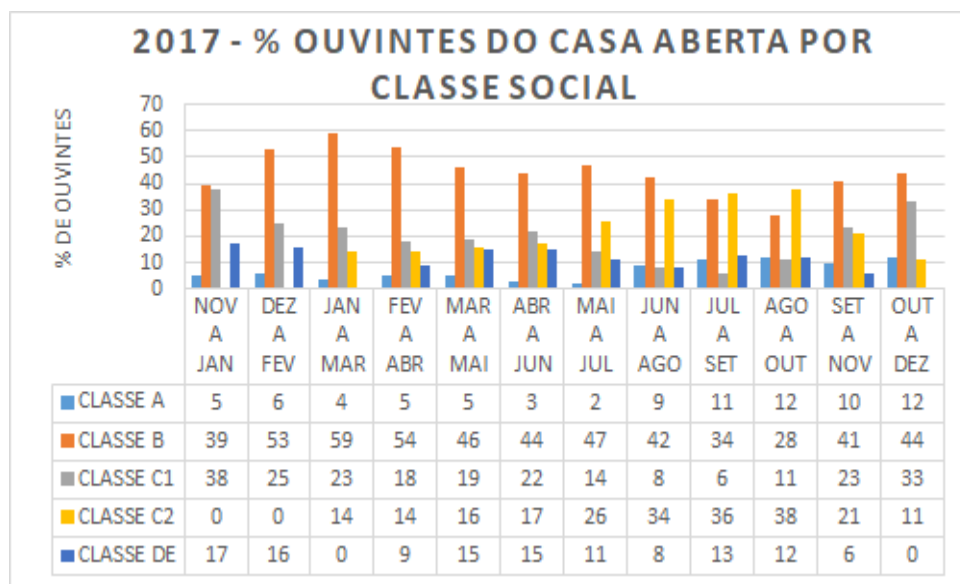
Fonte: Kantar IBOPE Media EasyMedia4 | BHZ | BHZ – FM INCONFIDENCIA / BRASILEIRISSIMA | BHZ -FEM | BHZ – MASC | 10-12 | 2a-6a

Gráfico 61 – Perfil do ouvinte do Programa Casa Aberta em 2016 por classe social



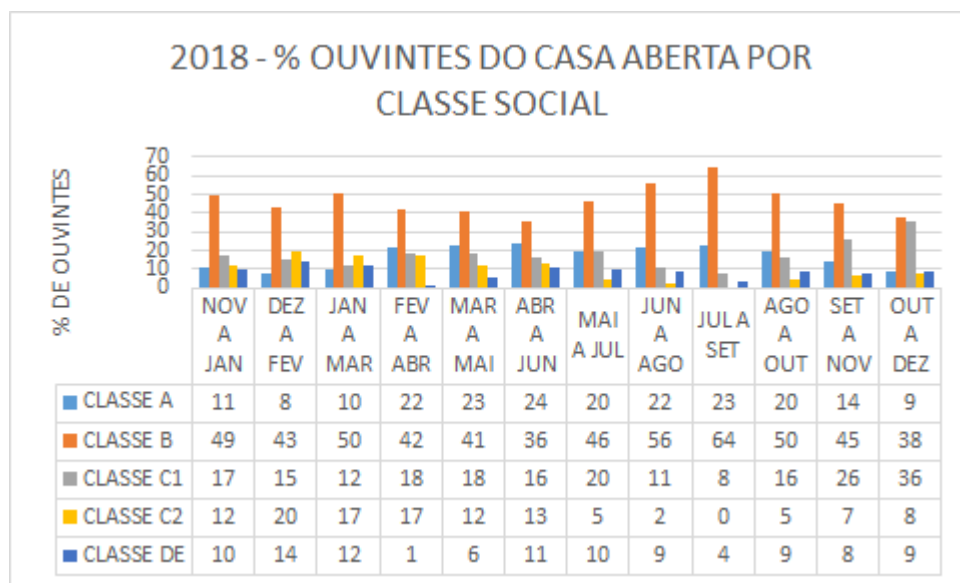
Fonte: Kantar IBOPE Media EasyMedia4 | BHZ | BHZ – FM INCONFIDENCIA / BRASILEIRISSIMA | BHZ -FEM | BHZ – MASC | 10-12 | 2a-6a

Gráfico 62 – Perfil do ouvinte do Programa Casa Aberta em 2017 por classe social



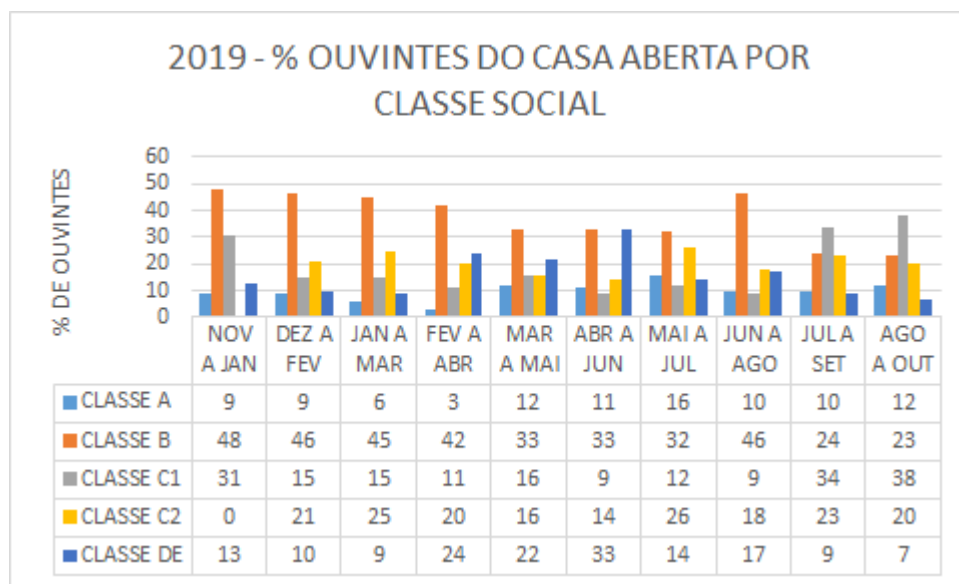
Fonte: Kantar IBOPE Media EasyMedia4 | BHZ | BHZ – FM INCONFIDENCIA / BRASILEIRISSIMA | BHZ -FEM | BHZ – MASC | 10-12 | 2a-6a

Gráfico 63 – Perfil do ouvinte do Programa Casa Aberta em 2018 por classe social



Fonte: Kantar IBOPE Media EasyMedia4 | BHZ | BHZ – FM INCONFIDENCIA / BRASILEIRISSIMA | BHZ -FEM | BHZ – MASC | 10-12 | 2a-6a

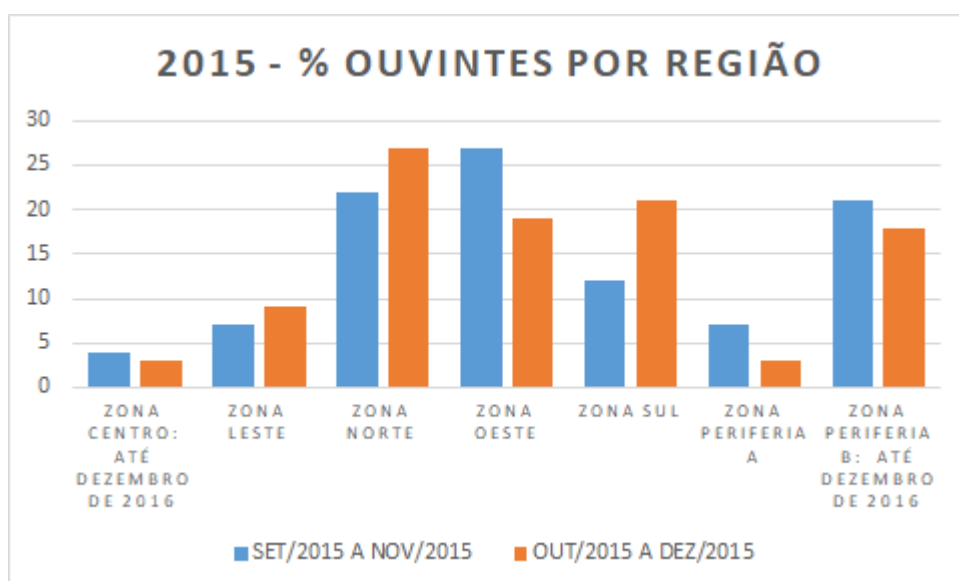
Gráfico 64 – Perfil do ouvinte do Programa Casa Aberta em 2019 por classe social



Fonte: Kantar IBOPE Media EasyMedia4 | BHZ | BHZ – FM INCONFIDENCIA / BRASILEIRISSIMA | BHZ -FEM | BHZ – MASC | 10-12 | 2a-6a

Também de acordo com o Kantar IBOPE Media, de 2015 a 2019, os ouvintes do Programa Casa Aberta eram predominantemente da Zona Norte de Belo Horizonte (Gráficos 65 a 69).

Gráfico 65 – Localidade dos ouvintes do Programa Casa Aberta em 2015 por região

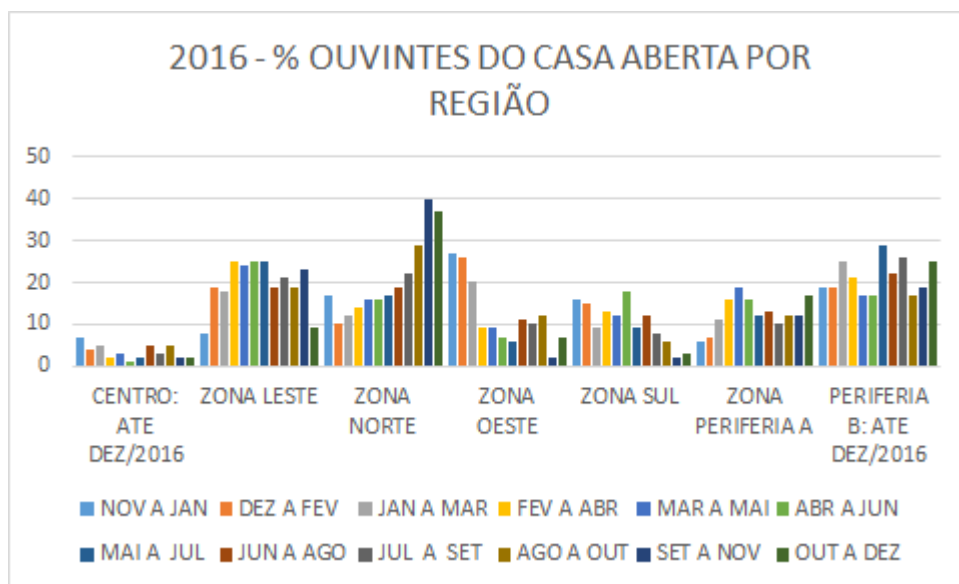


É importante dizer que em dezembro de 2016 (Gráfico 66) houve uma mudança na pesquisa do IBOPE que excluiu a região do Centro (Barro Preto, Centro, Floresta, Santa Efigênia, Funcionários, Lourdes e Santo Agostinho) e a Zona Periferia B, que era composta das cidades de Brumadinho, Caeté, Confins, Esmeraldas, Ibirité, Igarapé, Juatuba, Lagoa Santa, Mário Campos, Mateus Leme, Nova Lima, Pedro Leopoldo, Raposos, Ribeirão das Neves, Rio Acima, Sabará, Santa Luzia, Vespasiano, São Joaquim de Bicas, São José da Lapa, Sarzedo, Sete Lagoas, Baldim, Barão de Cocais, Belo Vale, Bom Jesus do Amparo, Bonfim, Capim Branco, Florestal, Fortuna de Minas, Funilândia, Inhaúma, Itaguara, Itatiaiuçu, Itaúna, Jaboticatubas, Nova União, Matozinhos, Moeda, Pará de Minas, Prudente de Morais, Rio Manso, Santa Bárbara, São Gonçalo do Rio Abaixo, São José da Varginha, Taquaraçu de Minas.

Os bairros da Zona Centro a partir de 2017 passaram a compor a Zona Sul, junto com os bairros Anchieta, Barragem, Belvedere, Buritis, Cafezal, Carmo, Cidade Jardim, Coração de Jesus, Cruzeiro, Estoril, Luxemburgo, Mangabeiras, Morro do Papagaio, Novo São Lucas, Santo Antônio e Vila Paris.

E várias cidades que eram da Periferia B ficaram incluídas na Zona Periferia Oeste, que é composta pelas cidades de Belo Vale, Bonfim, Brumadinho, Capim Branco, Confins, Esmeraldas, Florestal, Fortuna de Minas, Funilândia, Ibirité, Igarapé, Inhaúma, Itaguara, Itatiaiuçu, Itaúna, Juatuba, Mário Campos, Mateus Leme, Matozinhos, Moeda, Pará de Minas, Pará de Minas, Pedro Leopoldo, Prudente de Morais, Ribeirão das Neves, Rio Manso, São Joaquim de Bicas, São José da Lapa, São José da Varginha, Sarzedo e Sete Lagoas.

Gráfico 66 – Localidade dos ouvintes do Programa Casa Aberta em 2016 por região

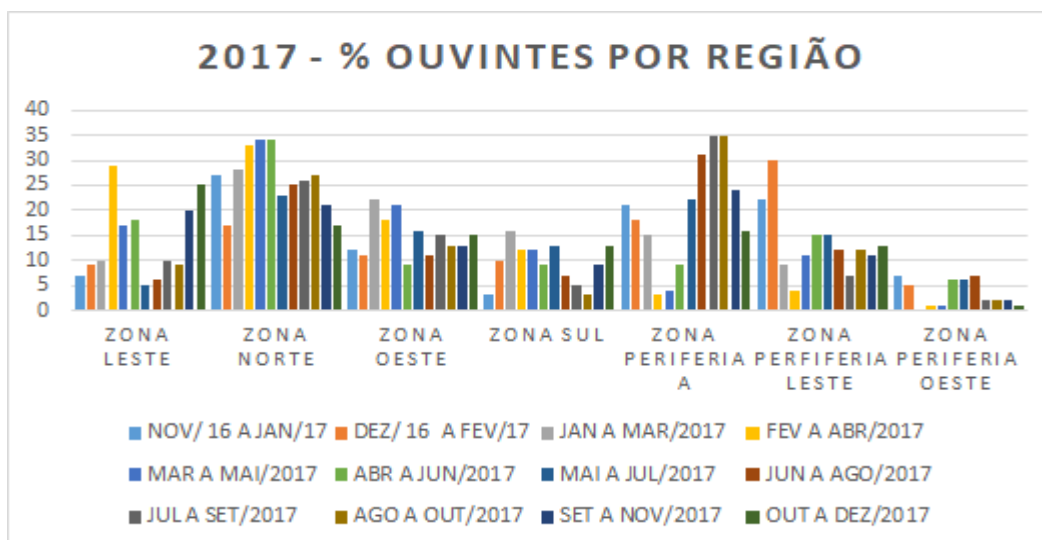


Fonte: Kantar IBOPE Media EasyMedia4 | BHZ | BHZ – FM INCONFIDENCIA / BRASILEIRISSIMA | BHZ -FEM | BHZ – MASC | 10-12 | 2a-6a

E a partir de 2017 também foi incluída a Zona Periferia Leste, com as cidades Baldim, Barão de Cocais, Bom Jesus do Amparo, Caeté, Itabirito, Jaboticatubas e Lagoa Santa.

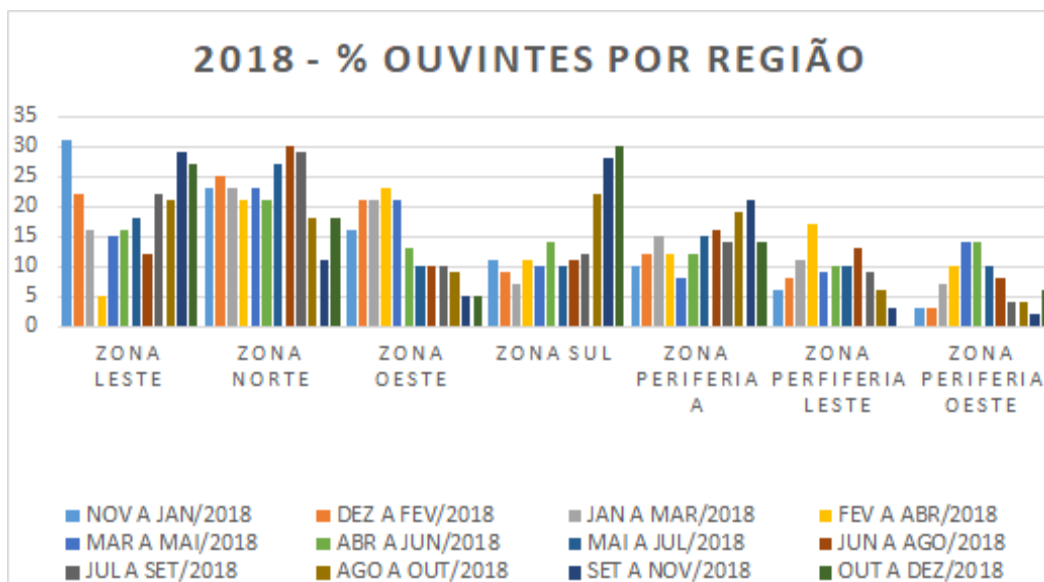
A Periferia A é composta das cidades de Betim e Contagem (Gráfico 67).

Gráfico 67 – Localidade dos ouvintes do Programa Casa Aberta em 2016 por região



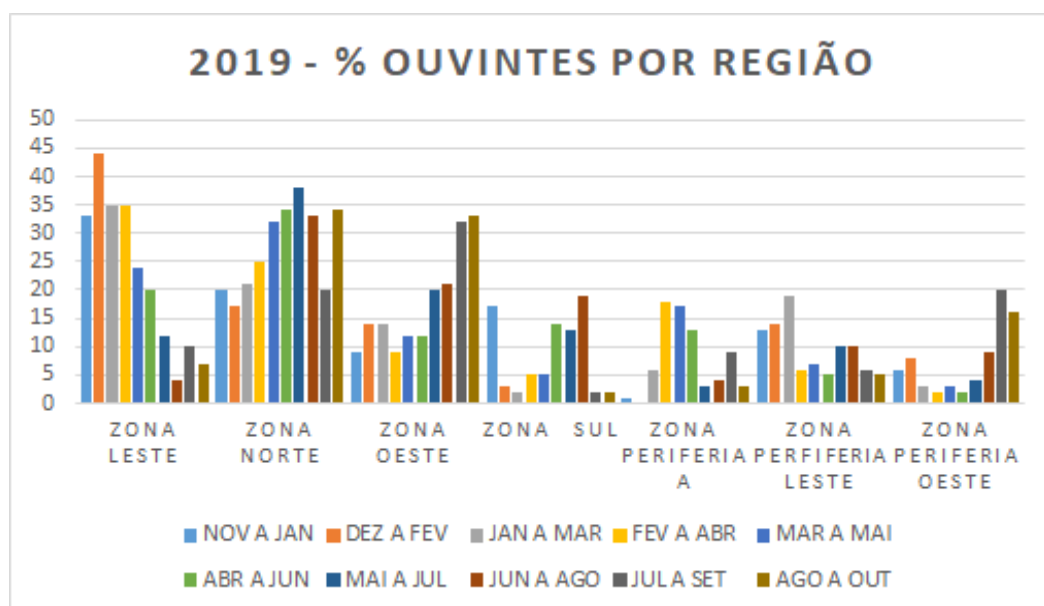
Fonte: Kantar IBOPE Media EasyMedia4 | BHZ | BHZ – FM INCONFIDENCIA / BRASILEIRISSIMA  
 | BHZ -FEM | BHZ – MASC | 10-12 | 2a-6a

Gráfico 68 – Localidade dos ouvintes do Programa Casa Aberta em 2018 por região



Fonte: Kantar IBOPE Media EasyMedia4 | BHZ | BHZ – FM INCONFIDENCIA / BRASILEIRISSIMA  
 | BHZ -FEM | BHZ – MASC | 10-12 | 2a-6a

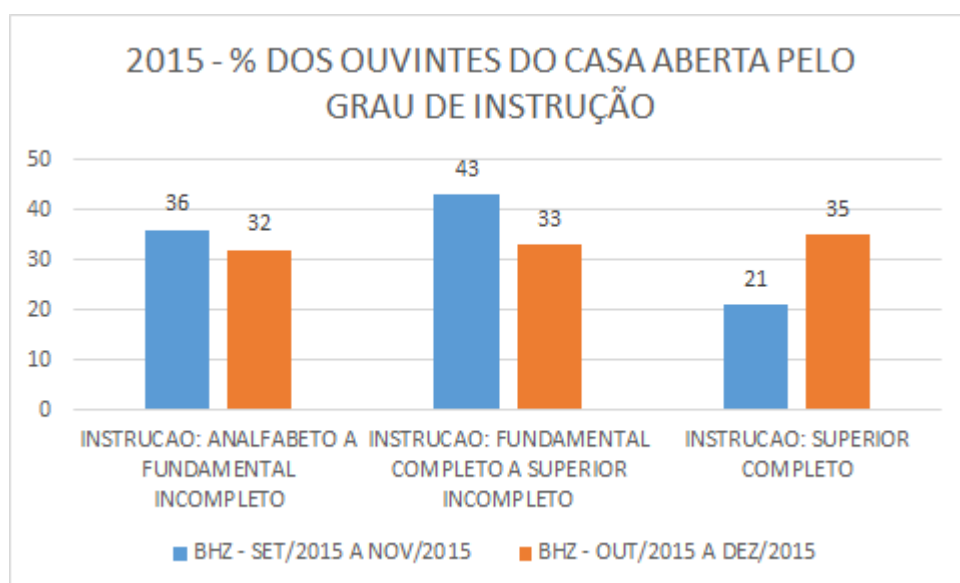
Gráfico 69 – Localidade dos ouvintes do Programa Casa Aberta em 2019 por região



Fonte: Kantar IBOPE Media EasyMedia4 | BHZ | BHZ – FM INCONFIDENCIA / BRASILEIRISSIMA  
| BHZ -FEM | BHZ – MASC | 10-12 | 2a-6a

Outra informação do IBOPE em relação ao perfil do ouvinte do Programa Casa Aberta é sobre o grau de instrução. Entre 2015 e 2019 existiu um predomínio de ouvintes que possuíam do Fundamental Completo ao Curso Superior Incompleto (Gráfico 70 ao 74).

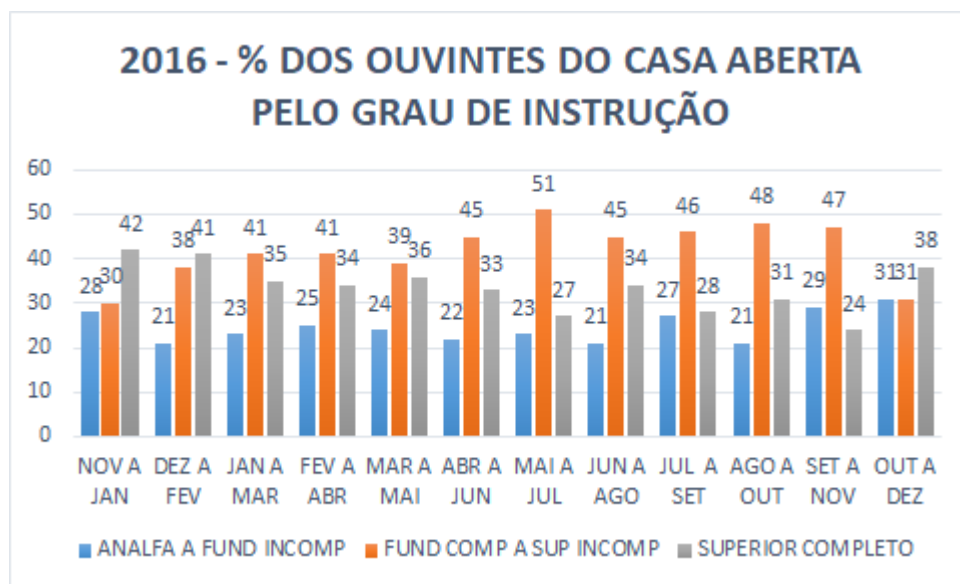
Gráfico 70 - Perfil do ouvinte do Programa Casa Aberta em 2015 pelo grau de instrução



Fonte: Kantar IBOPE Media EasyMedia4 | BHZ | BHZ – FM INCONFIDENCIA / BRASILEIRISSIMA  
| BHZ -FEM | BHZ – MASC | 10-12 | 2a-6a

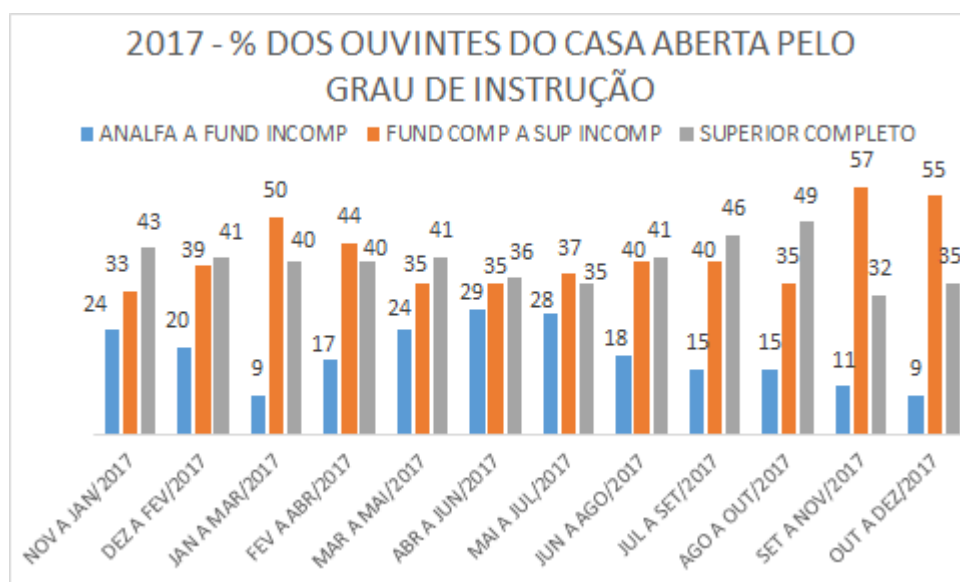
Mas entre outubro de 2015 a fevereiro de 2016, a maior parte dos ouvintes, de acordo com a pesquisa, possuía superior completo (Gráfico 70). O mesmo pode ser verificado no período de outubro de 2016 a fevereiro de 2017 (Gráficos 71 e 72).

Gráfico 71 - Perfil do ouvinte do Programa Casa Aberta em 2016 pelo grau de instrução



Fonte: Kantar IBOPE Media EasyMedia4 | BHZ | BHZ – FM INCONFIDENCIA / BRASILEIRISSIMA | BHZ -FEM | BHZ – MASC | 10-12 | 2a-6a

Gráfico 72 - Perfil do ouvinte do Programa Casa Aberta em 2017 pelo grau de instrução



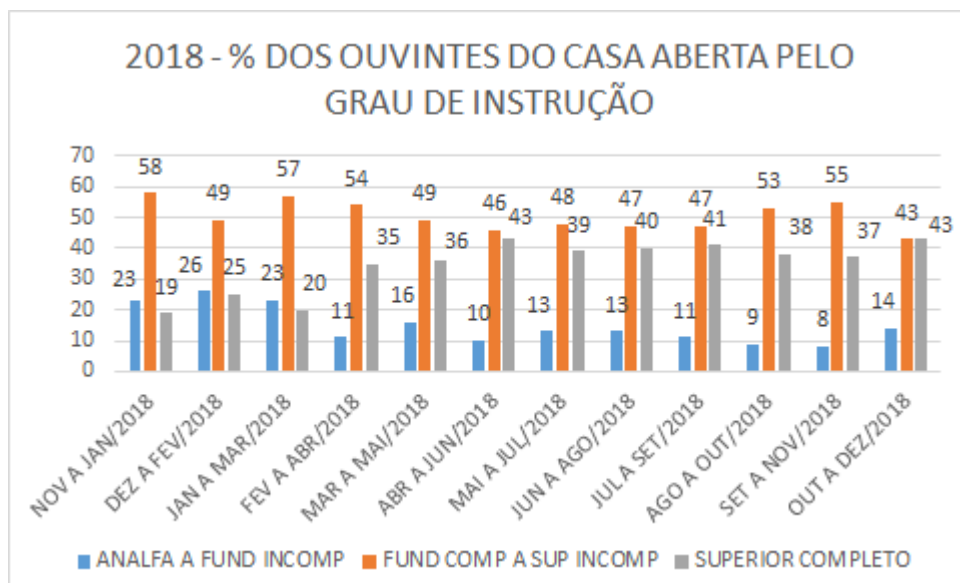
Fonte: Kantar IBOPE Media EasyMedia4 | BHZ | BHZ – FM INCONFIDENCIA / BRASILEIRISSIMA | BHZ -FEM | BHZ – MASC | 10-12 | 2a-6a



Entre julho a outubro de 2017 os índices também indicaram um percentual maior de ouvintes de superior completo quando comparados aos que cursaram apenas o fundamental completo ou não concluíram a graduação (Gráfico 72).

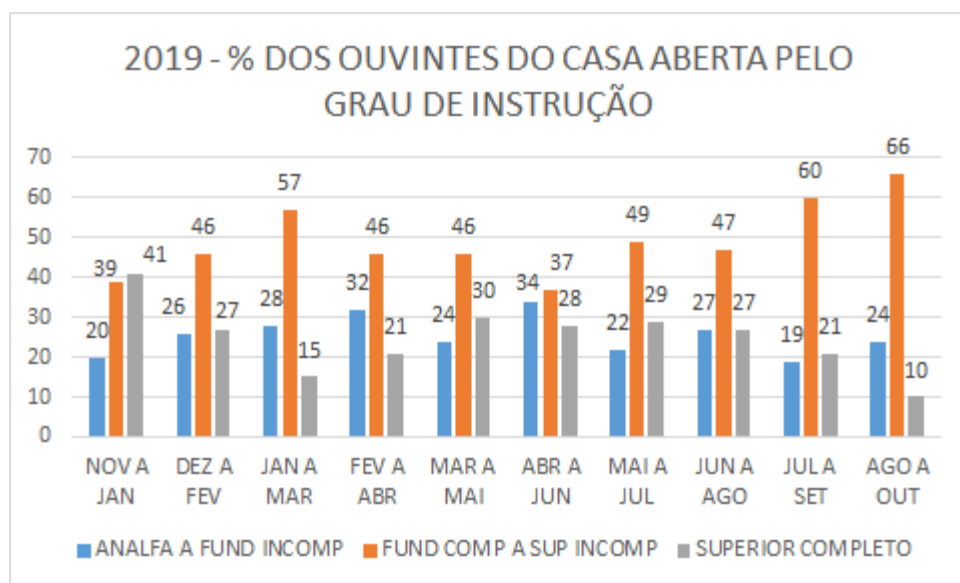
Novamente no final do ano, entre outubro de 2018 e janeiro de 2019, também aparece uma superioridade dos ouvintes que possuíam o superior completo (Gráficos 73 e 74).

Gráfico 73 - Perfil do ouvinte do Programa Casa Aberta em 2018 pelo grau de instrução



Fonte: Kantar IBOPE Media EasyMedia4 | BHZ | BHZ – FM INCONFIDENCIA / BRASILEIRISSIMA | BHZ -FEM | BHZ – MASC | 10-12 | 2a-6a

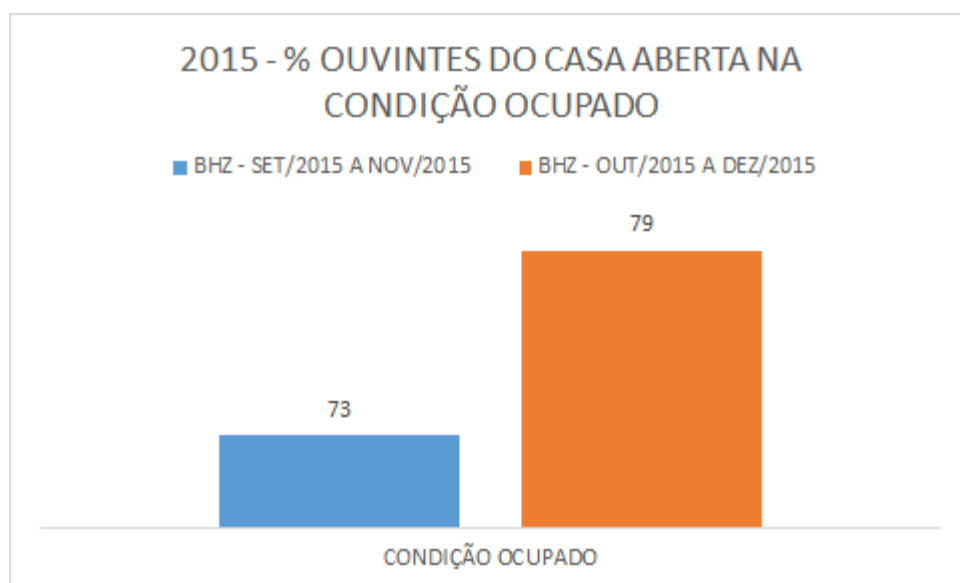
Gráfico 74 - Perfil do ouvinte do Programa Casa Aberta em 2019 pelo grau de instrução



Fonte: Kantar IBOPE Media EasyMedia4 | BHZ | BHZ – FM INCONFIDENCIA / BRASILEIRISSIMA  
| BHZ -FEM | BHZ – MASC | 10-12 | 2a-6a

O IBOPE também avaliou o grau de ocupação entre os ouvintes do Programa Casa Aberta. Em 2015, mais de 70% dos ouvintes do programa trabalhavam (Gráfico 75).

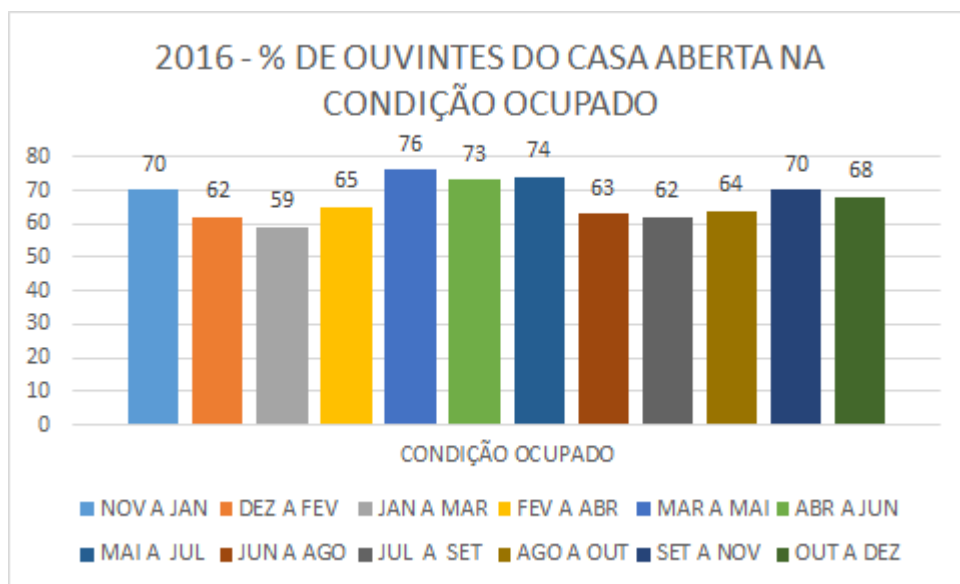
Gráfico 75 – Percentual de ouvintes do Programa Casa Aberta em 2015 na condição ocupado



Fonte: Kantar IBOPE Media EasyMedia4 | BHZ | BHZ – FM INCONFIDENCIA / BRASILEIRISSIMA  
| BHZ -FEM | BHZ – MASC | 10-12 | 2a-6a

Em 2016, o índice de ocupação variou de 59% a 76% (Gráfico 76).

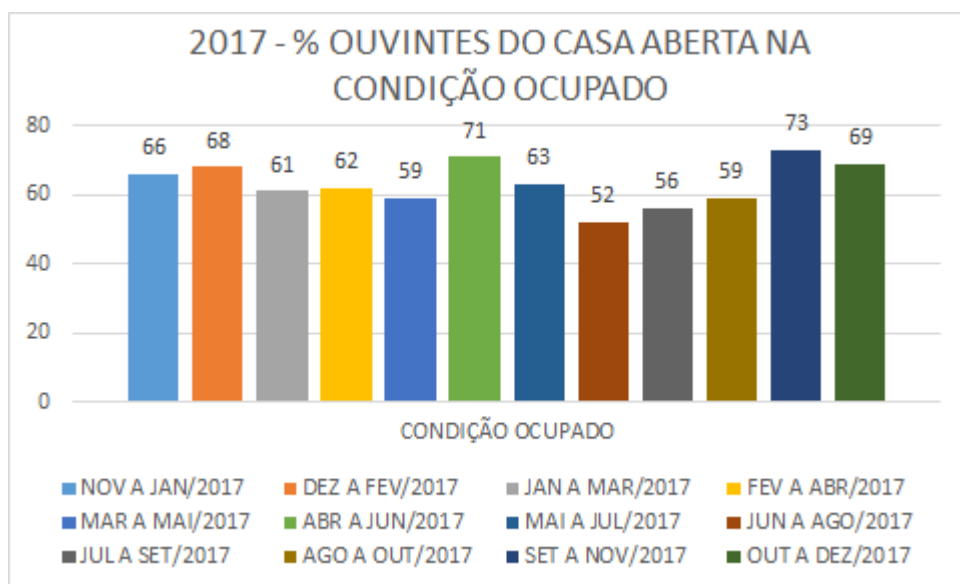
Gráfico 76 - Percentual de ouvintes do Programa Casa Aberta em 2016 na condição ocupado



Fonte: Kantar IBOPE Media EasyMedia4 | BHZ | BHZ – FM INCONFIDENCIA / BRASILEIRISSIMA | BHZ -FEM | BHZ – MASC | 10-12 | 2a-6a

Em 2017, já notamos uma piora na média dos índices, e os valores variaram de 52% a 73% (Gráfico 77).

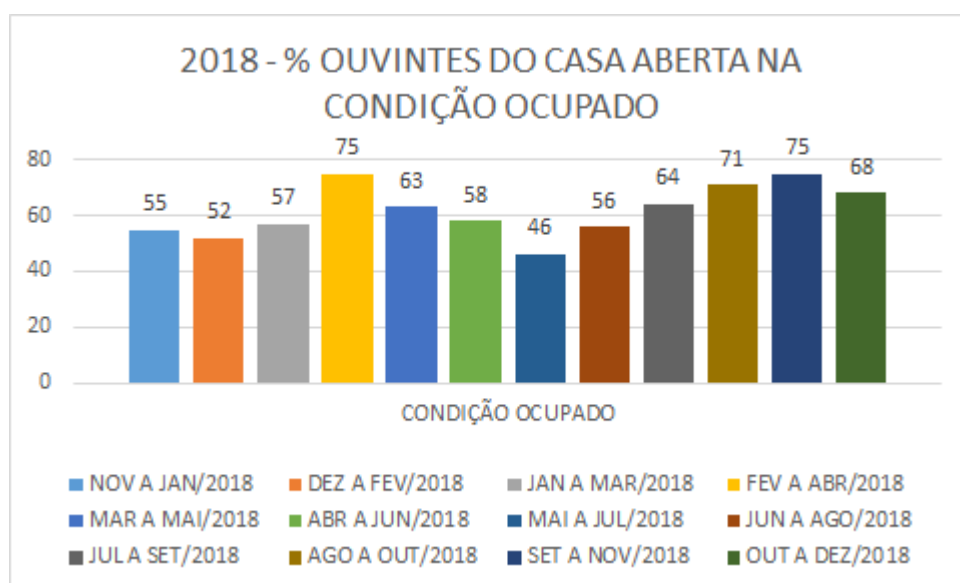
Gráfico 77 - Percentual de ouvintes do Programa Casa Aberta em 2017 na condição ocupado



Fonte: Kantar IBOPE Media EasyMedia4 | BHZ | BHZ – FM INCONFIDENCIA / BRASILEIRISSIMA  
| BHZ -FEM | BHZ – MASC | 10-12 | 2a-6a

Em 2018, a variação foi de 46% a 75%. Pela primeira vez, foi registrado em um período de tempo que menos da metade dos ouvintes estavam trabalhando (Gráfico 78).

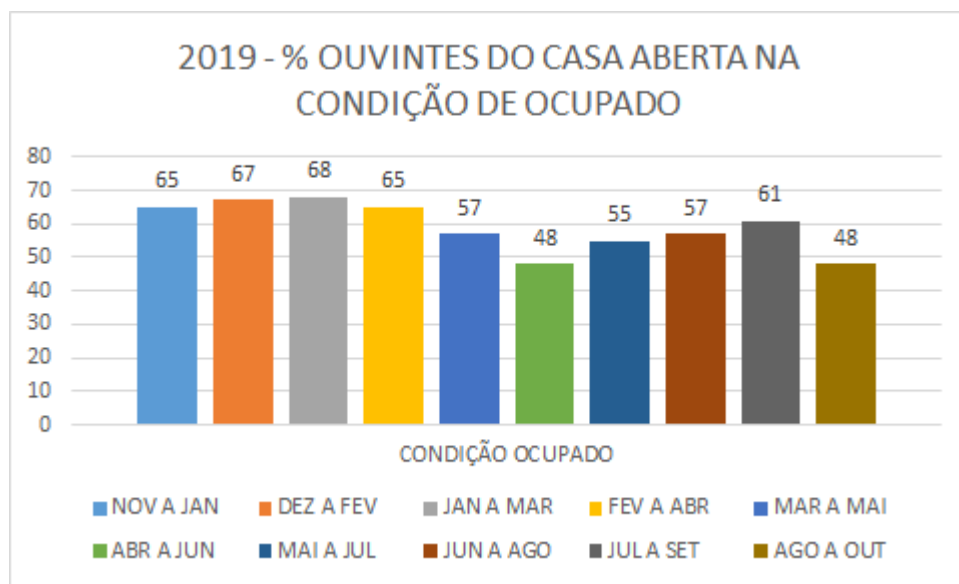
Gráfico 78 - Percentual de ouvintes do Programa Casa Aberta em 2018 na condição ocupado



Fonte: Kantar IBOPE Media EasyMedia4 | BHZ | BHZ – FM INCONFIDENCIA / BRASILEIRISSIMA  
| BHZ -FEM | BHZ – MASC | 10-12 | 2a-6a

Em 2019, os índices variaram de 48 % a 68 % sendo os piores valores nos quatro anos de programa (Gráfico 79).

Gráfico 79 - Percentual de ouvintes do Programa Casa Aberta em 2019 na condição ocupado

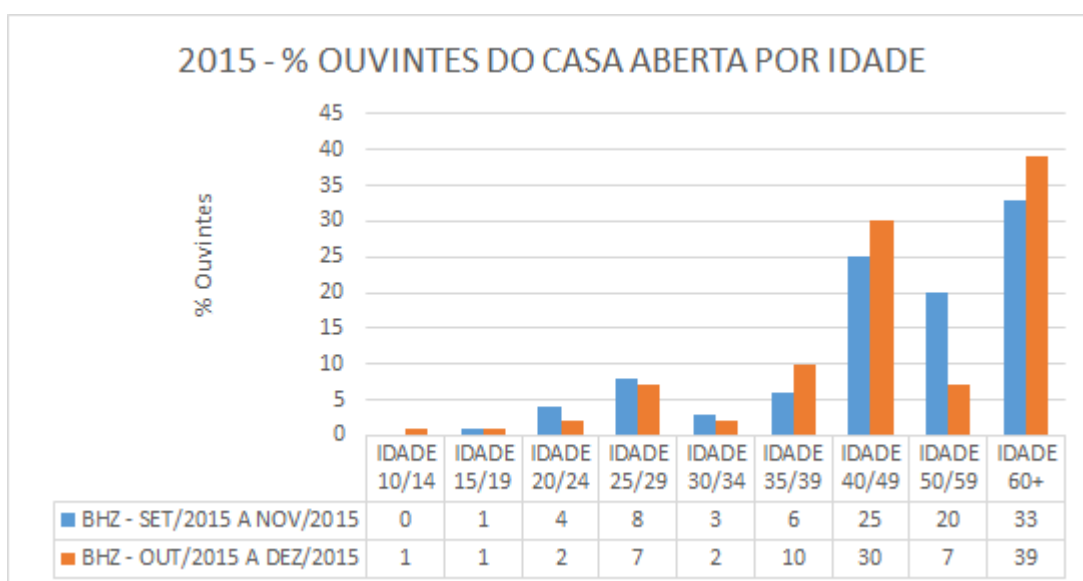


Fonte: Kantar IBOPE Media EasyMedia4 | BHZ | BHZ – FM INCONFIDENCIA / BRASILEIRISSIMA | BHZ -FEM | BHZ – MASC | 11-12 | 2a-6a

Um dos fatores que pode justificar a diminuição do nível de ocupação é o aumento do desemprego no Brasil, já que, em termos de faixa etária, o público do Programa Casa Aberta foi atingindo um público mais novo com o passar do tempo.

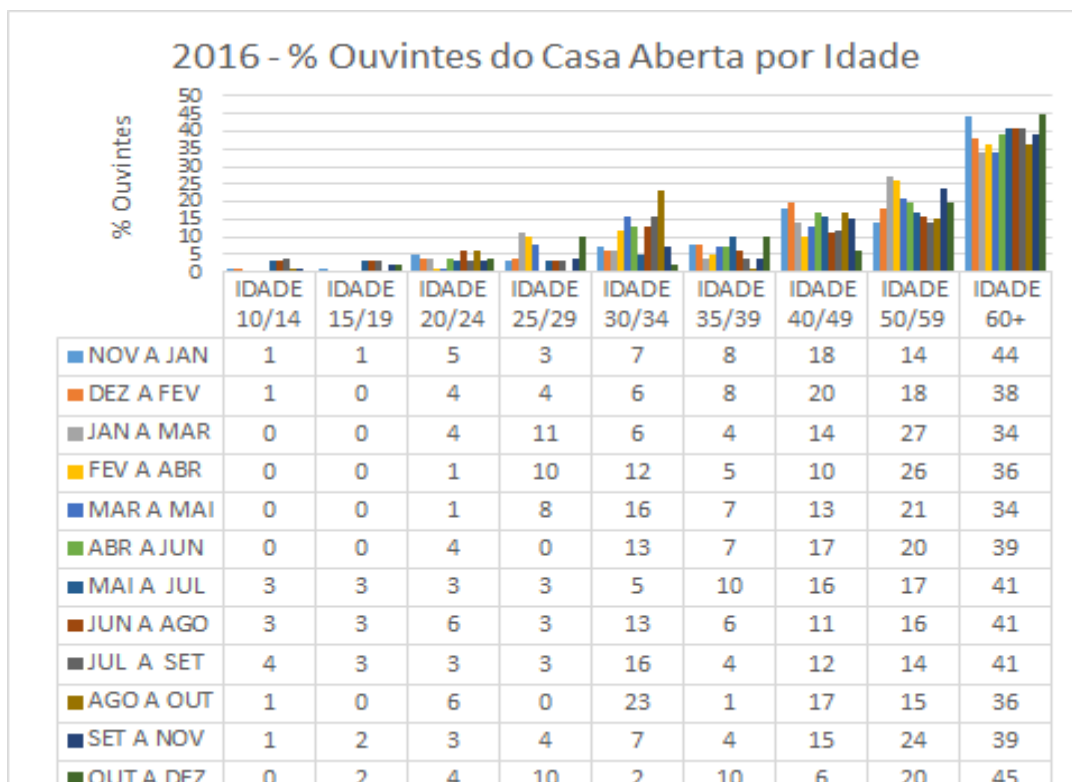
Em 2015, quando começou, a maior parte dos ouvintes do Programa Casa Aberta estava na faixa etária dos que possuíam mais de 60 anos (Gráfico 80).

Gráfico 80 - Percentual de ouvintes do Programa Casa Aberta em 2015 por idade



Fonte: Kantar IBOPE Media EasyMedia4 | BHZ | BHZ – FM INCONFIDENCIA / BRASILEIRISSIMA  
 | BHZ -FEM | BHZ – MASC | 10-12 | 2a-6a

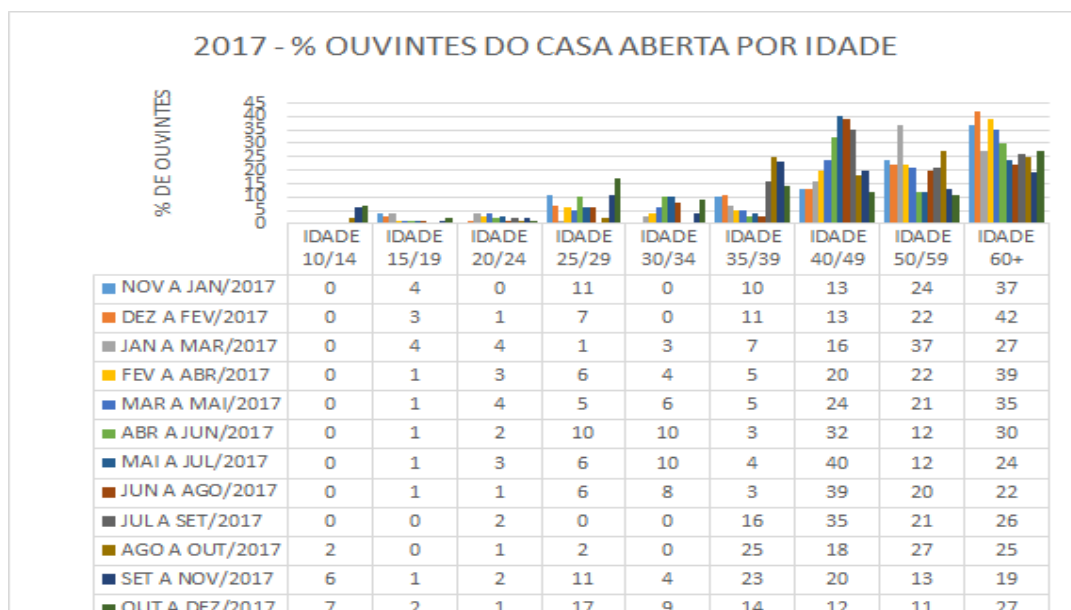
Gráfico 81 - Percentual de ouvintes do Programa Casa Aberta em 2016 por idade



Fonte: Kantar IBOPE Media EasyMedia4 | BHZ | BHZ – FM INCONFIDENCIA / BRASILEIRISSIMA  
 | BHZ -FEM | BHZ – MASC | 10-12 | 2a-6a

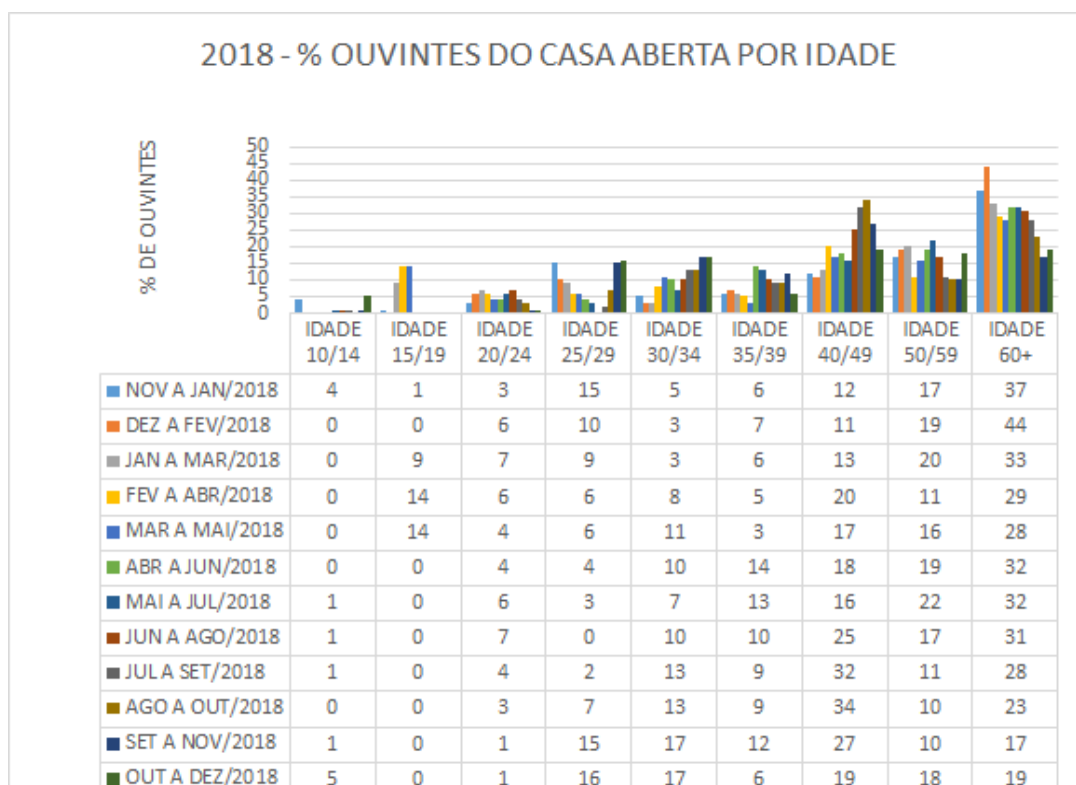
Apesar do público do Programa Casa Aberta, segundo o IBOPE, ser em sua grande maioria um público mais velho, é interessante notar como houve um crescimento no percentual de ouvintes mais novos durante os anos de programa, principalmente na faixa entre 25 e 39 anos (Gráficos 80 a 84).

Gráfico 82 - Percentual de ouvintes do Programa Casa Aberta em 2017 por idade



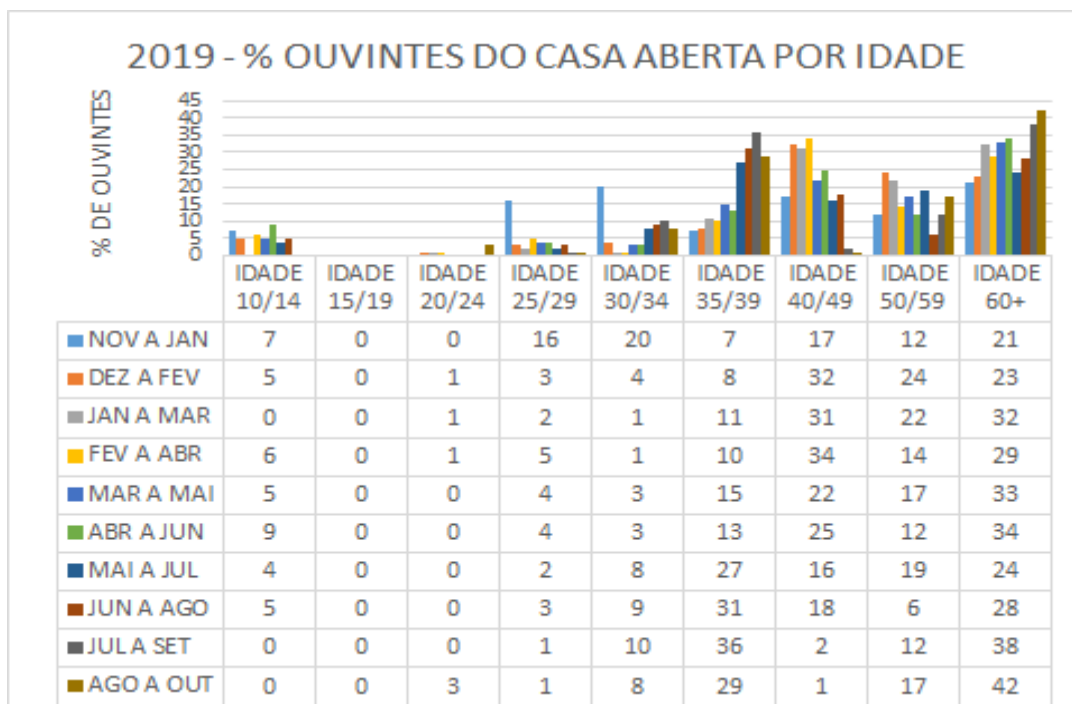
Fonte: Kantar IBOPE Media EasyMedia4 | BHZ | BHZ – FM INCONFIDENCIA / BRASILEIRISSIMA | BHZ -FEM | BHZ – MASC | 10-12 | 2a-6a

Gráfico 83 - Percentual de ouvintes do Programa Casa Aberta em 2018 por idade



Fonte: Kantar IBOPE Media EasyMedia4 | BHZ | BHZ – FM INCONFIDENCIA / BRASILEIRISSIMA  
 | BHZ -FEM | BHZ – MASC | 10-12 | 2a-6a

Gráfico 84 - Percentual de ouvintes do Programa Casa Aberta em 2019 por idade

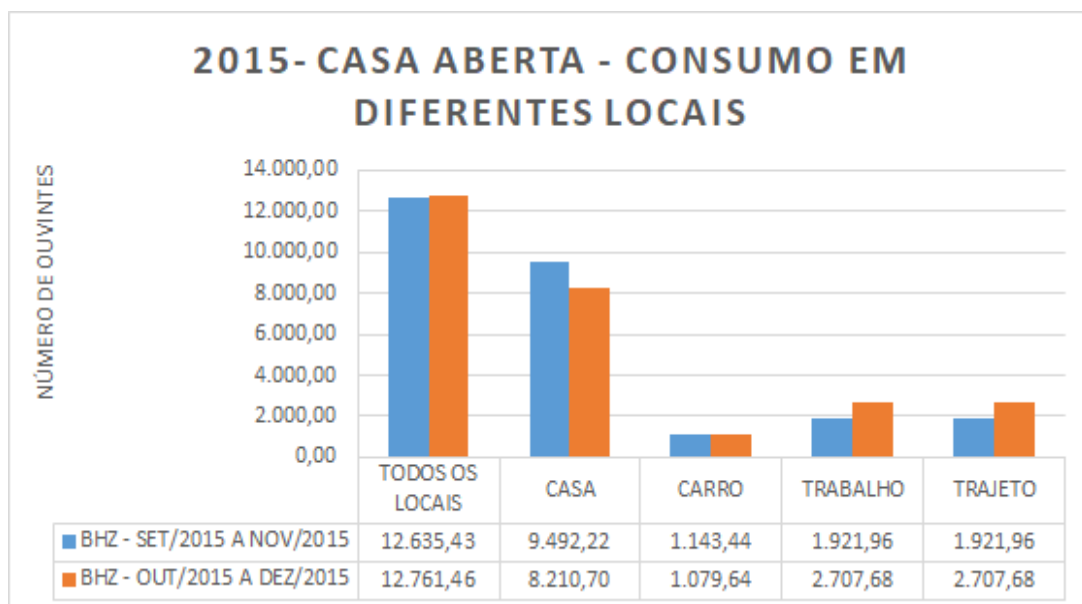


Fonte: Kantar IBOPE Media EasyMedia4 | BHZ | BHZ – FM INCONFIDENCIA / BRASILEIRISSIMA  
 | BHZ -FEM | BHZ – MASC | 11-12 | 2a-6a

O Kantar IBOPE Media também pesquisa sobre os diferentes locais em que os ouvintes consomem o rádio. O Programa Casa Aberta, por ser transmitido no horário da manhã, acompanha a tendência das 13 regiões pesquisadas, e é majoritariamente consumido no ambiente doméstico, em casa (Gráficos 85 a 89).

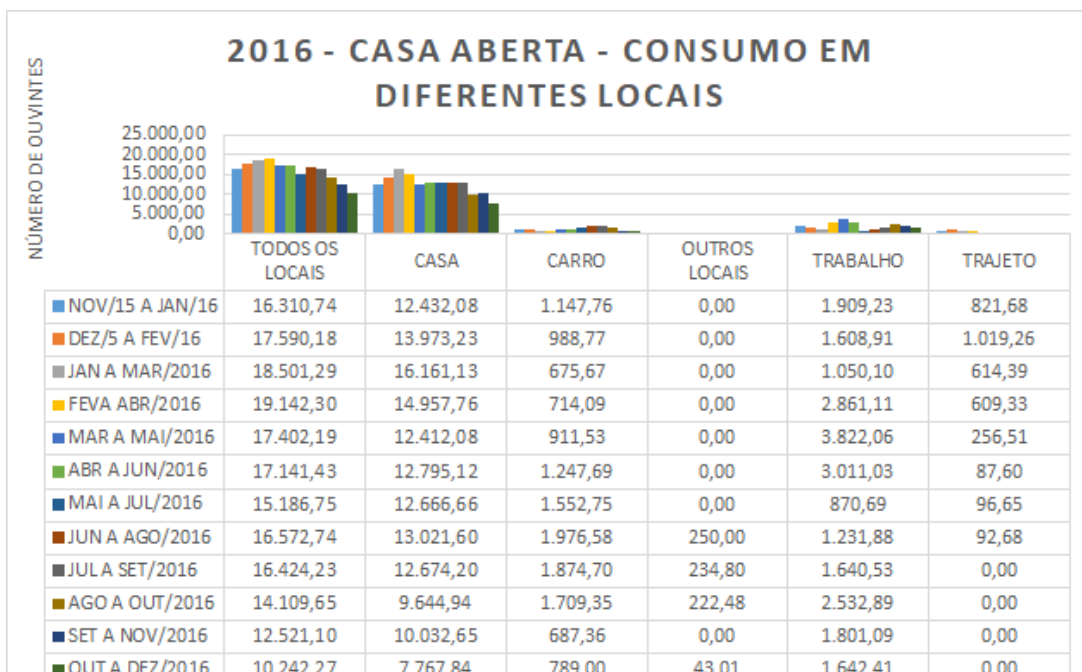


Gráfico 85 – Local de consumo do meio rádio dos ouvintes em 2015



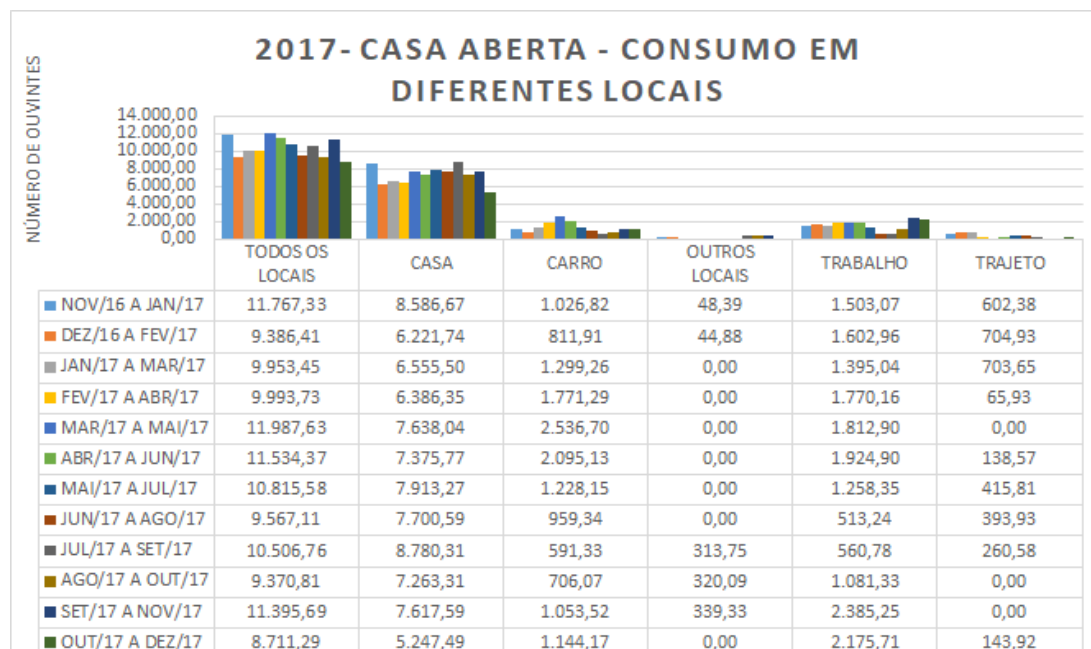
Fonte: Kantar IBOPE Media EasyMedia4 | BHZ | BHZ – FM INCONFIDENCIA / BRASILEIRISSIMA | BHZ -FEM | BHZ – MASC | 10-12 | 2a-6a

Gráfico 86 – Local de consumo do meio rádio dos ouvintes em 2016



Fonte: Kantar IBOPE Media EasyMedia4 | BHZ | BHZ – FM INCONFIDENCIA / BRASILEIRISSIMA | BHZ -FEM | BHZ – MASC | 10-12 | 2a-6a

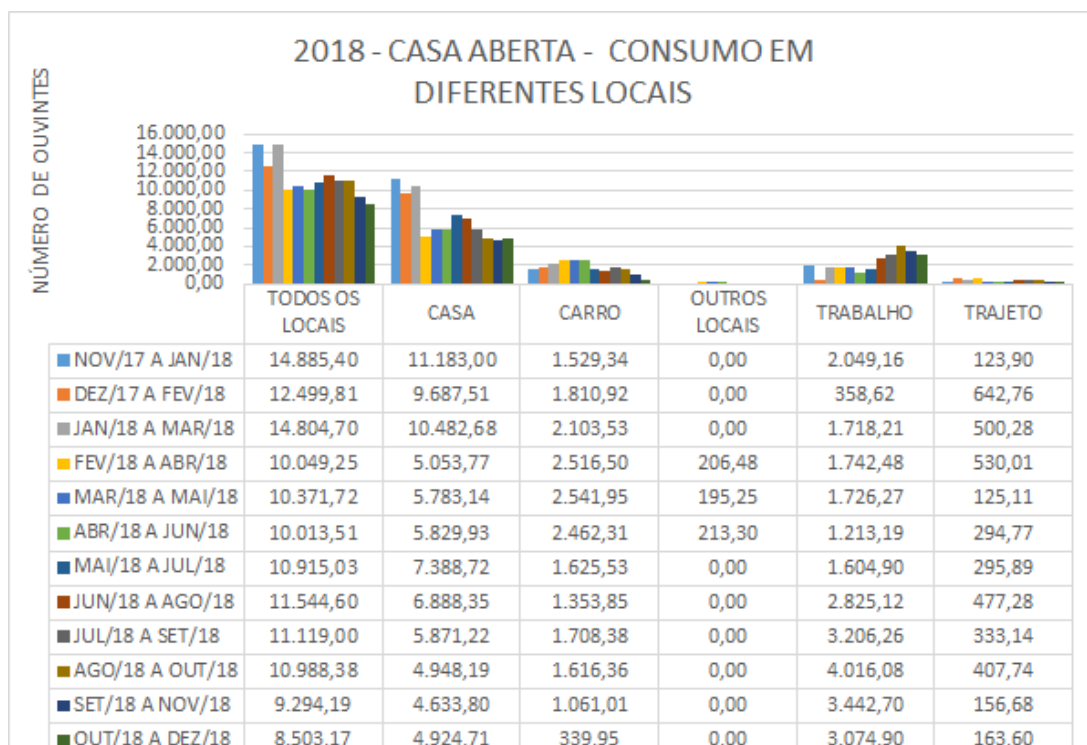
Gráfico 87 – Local de consumo do meio rádio dos ouvintes em 2017



Fonte: Kantar IBOPE Media EasyMedia4 | BHZ | BHZ – FM INCONFIDENCIA / BRASILEIRISSIMA | BHZ -FEM | BHZ – MASC | 10-12 | 2a-6a

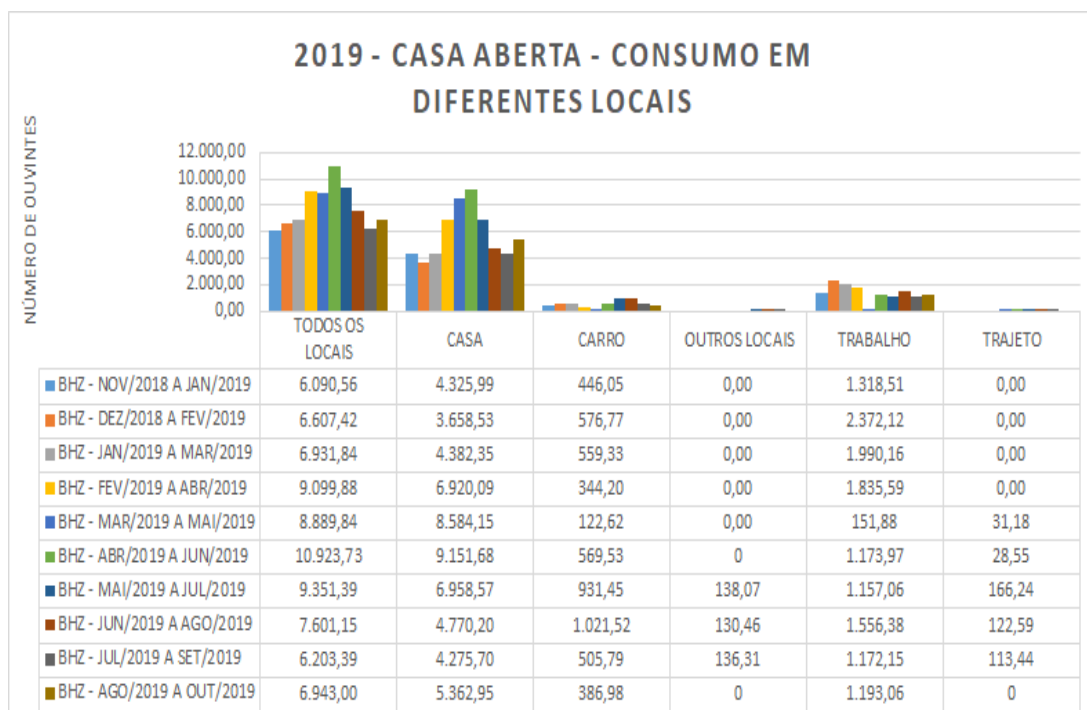
Mas é interessante notar o aumento percentual de ouvintes que ouviam o Programa Casa Aberta no ambiente de trabalho com o passar do tempo.

Gráfico 88 – Local de consumo do meio rádio dos ouvintes em 2018



Fonte: Kantar IBOPE Media EasyMedia4 | BHZ | BHZ – FM INCONFIDENCIA / BRASILEIRISSIMA | BHZ -FEM | BHZ – MASC | 10-12 | 2a-6a

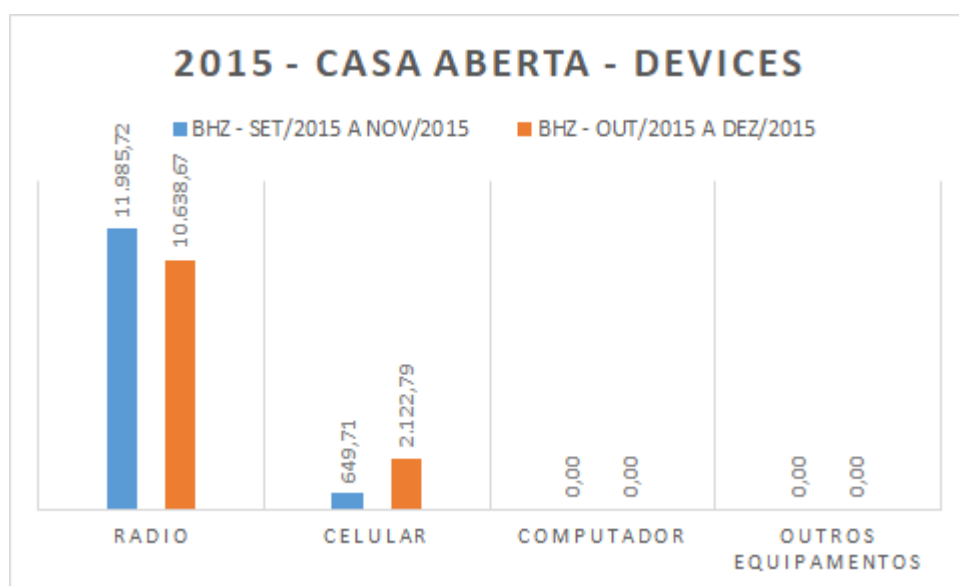
Gráfico 89 – Local de consumo do meio rádio dos ouvintes em 2019



Fonte: Kantar IBOPE Media EasyMedia4 | BHZ | BHZ – FM INCONFIDENCIA / BRASILEIRISSIMA | BHZ -FEM | BHZ – MASC | 10-12 | 2a-6a

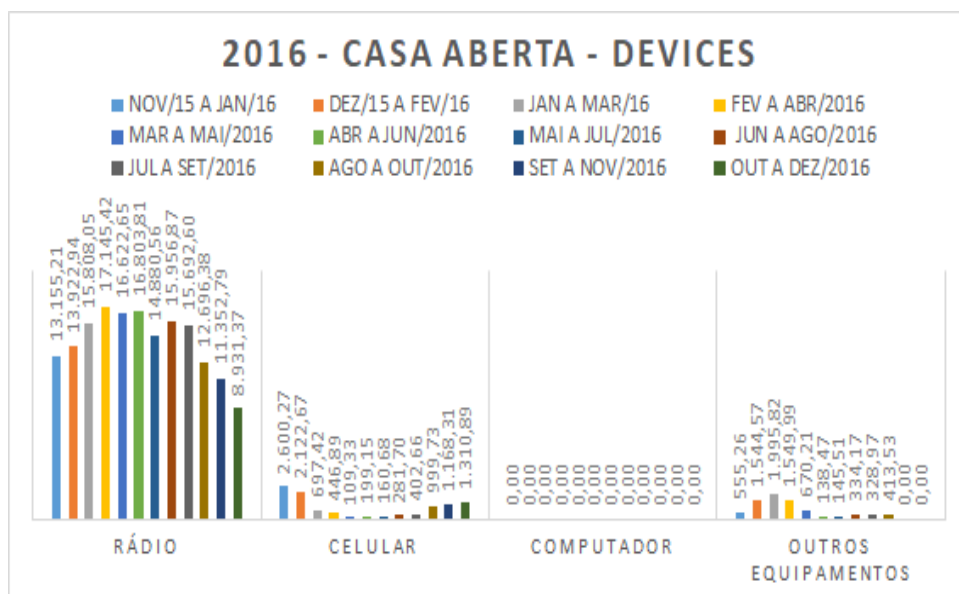
Sobre os dispositivos usados pelos ouvintes do Casa Aberta para ouvir o programa, segundo o Kantar IBOPE Media, a grande maioria utiliza o rádio comum (Gráficos 90 a 94).

Gráfico 90 – Dispositivos usados pelos ouvintes do Programa Casa Aberta em 2015



Fonte: Kantar IBOPE Media EasyMedia4 | BHZ | BHZ – FM INCONFIDENCIA / BRASILEIRISSIMA | BHZ -FEM | BHZ – MASC | 10-12 | 2a-6a

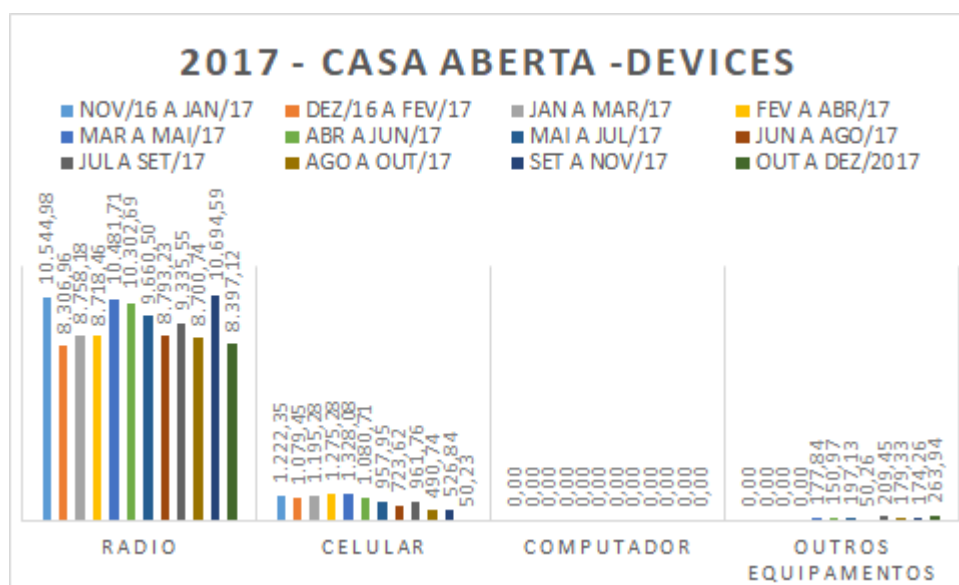
Gráfico 91 – Dispositivos usados pelos ouvintes do Programa Casa Aberta em 2016



Fonte: Kantar IBOPE Media EasyMedia4 | BHZ | BHZ – FM INCONFIDENCIA / BRASILEIRISSIMA  
 | BHZ -FEM | BHZ – MASC | 10-12 | 2a-6a

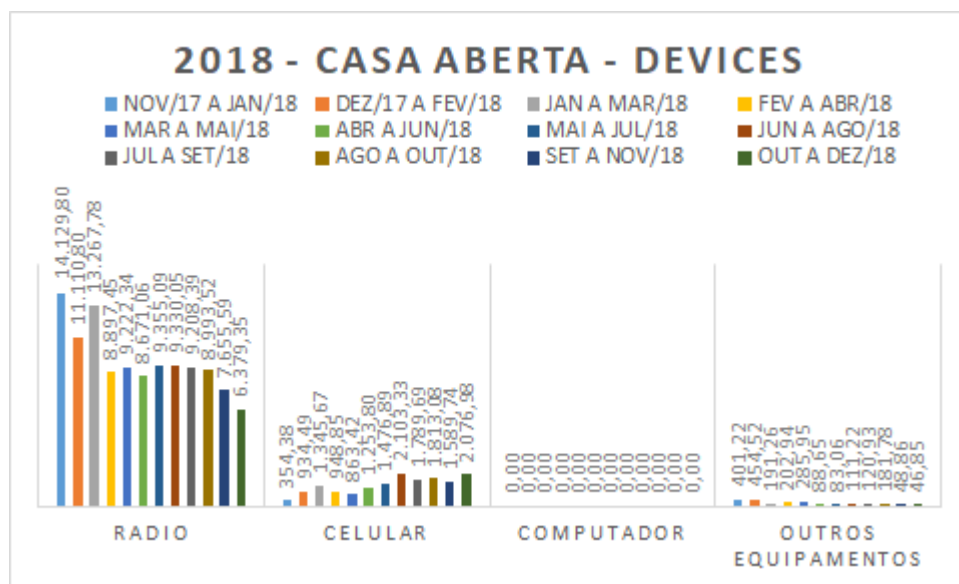
A partir de 2016 já aparece na pesquisa o item “outros equipamentos”, como o *tablet* (Gráfico 91). Também observamos, com o passar do tempo, um aumento do número de ouvintes que ouvia o programa pelo celular.

Gráfico 92 Dispositivos usados pelos ouvintes do Programa Casa Aberta em 2017



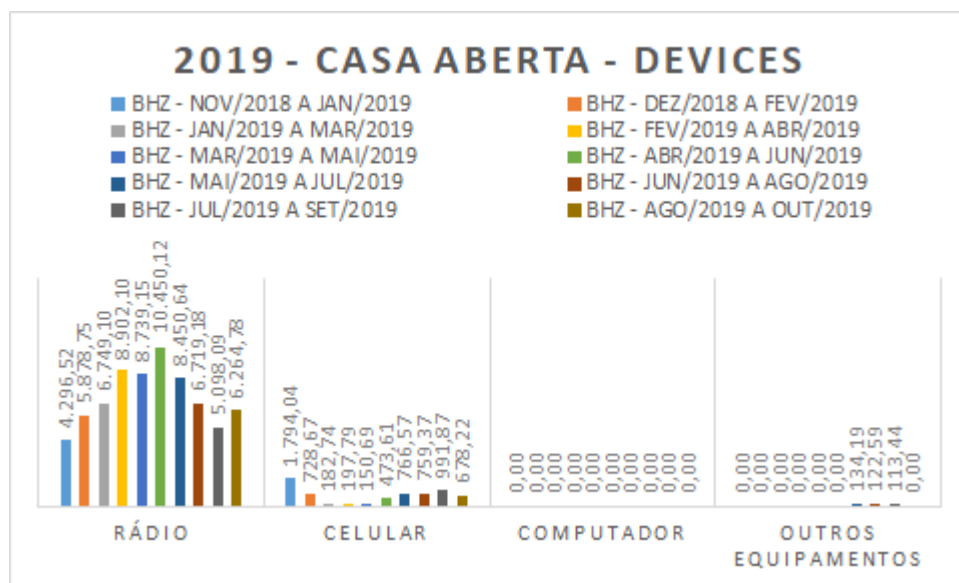
Fonte: Kantar IBOPE Media EasyMedia4 | BHZ | BHZ – FM INCONFIDENCIA / BRASILEIRISSIMA  
 | BHZ -FEM | BHZ – MASC | 10-12 | 2a-6a

Gráfico 93 – Dispositivos usados pelos ouvintes do Programa Casa Aberta em 2018



Fonte: Kantar IBOPE Media EasyMedia4 | BHZ | BHZ – FM INCONFIDENCIA / BRASILEIRISSIMA | BHZ -FEM | BHZ – MASC | 10-12 | 2a-6a

Gráfico 94 – Dispositivos usados pelos ouvintes do Programa Casa Aberta em 2019



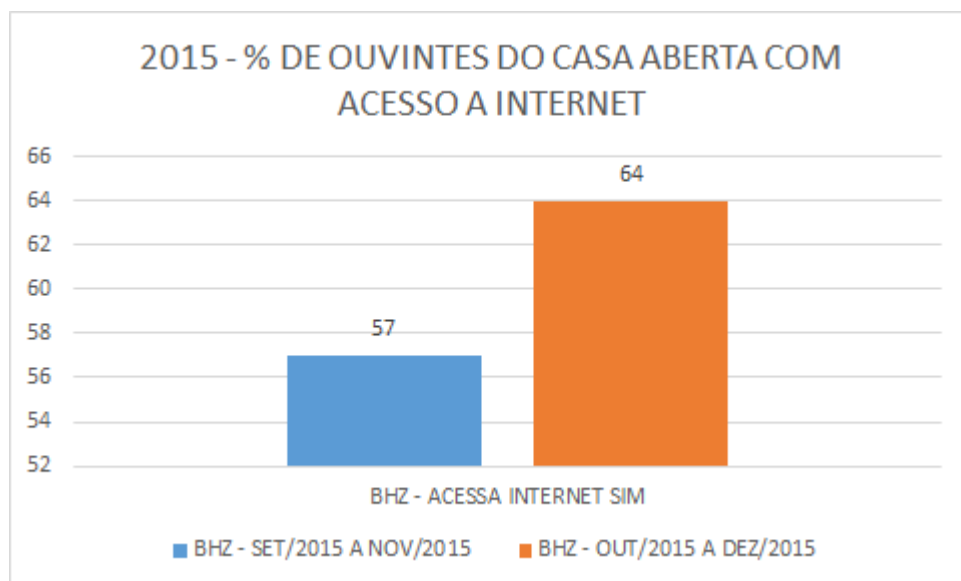
Fonte: Kantar IBOPE Media EasyMedia4 | BHZ | BHZ – FM INCONFIDENCIA / BRASILEIRISSIMA | BHZ -FEM | BHZ – MASC | 10-12 | 2a-6a

Apesar de a pesquisa não indicar índices de ouvintes que ouviam o programa pelo computador, quando perguntados pelo IBOPE em relação ao acesso à internet, percebemos que,

na grande maioria dos meses do ano, a grande maioria dos ouvintes respondeu ter acesso à internet (Gráficos 95 a 99).

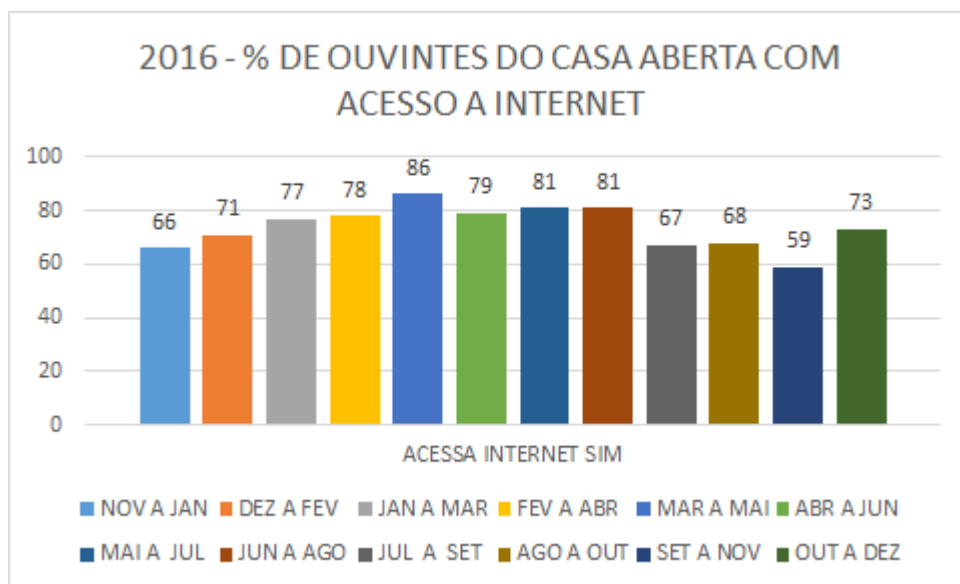
Em 2015, mais da metade dos ouvintes já possuíam acesso à internet e este número cresceu consideravelmente até 2019 (Gráfico 95).

Gráfico 95 – Percentual de ouvintes do Programa Casa Aberta com acesso à internet em 2015



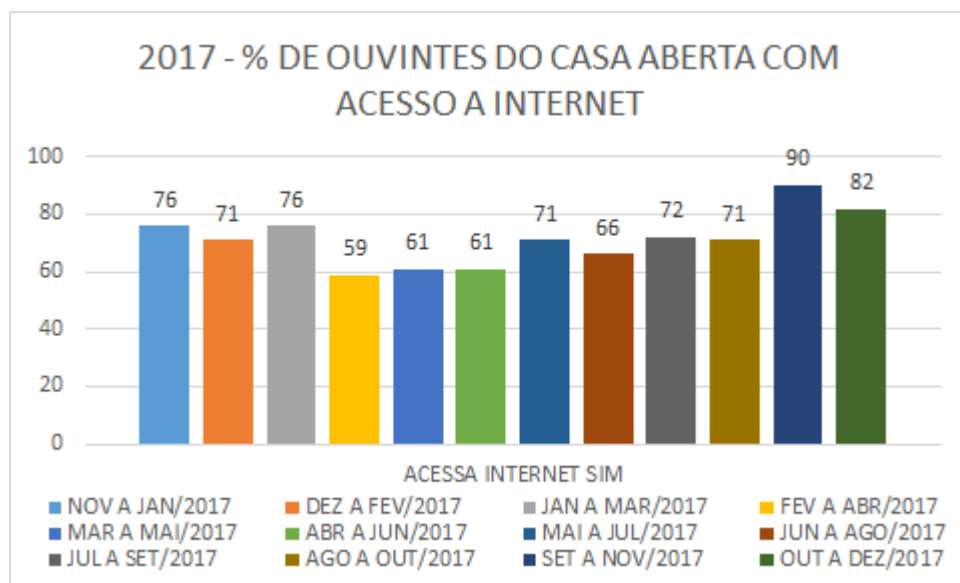
Fonte: Kantar IBOPE Media EasyMedia4 | BHZ | BHZ – FM INCONFIDENCIA / BRASILEIRISSIMA | BHZ -FEM | BHZ – MASC | 10-12 | 2a-6a

Gráfico 96 – Percentual de ouvintes do Programa Casa Aberta com acesso à internet em 2016



Fonte: Kantar IBOPE Media EasyMedia4 | BHZ | BHZ – FM INCONFIDENCIA / BRASILEIRISSIMA | BHZ -FEM | BHZ – MASC | 10-12 | 2a-6a

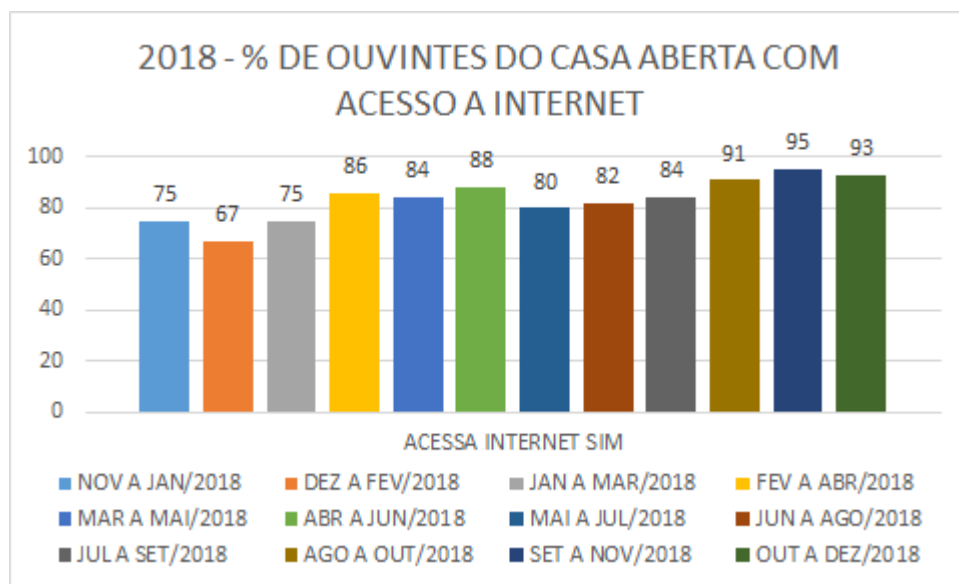
Gráfico 97 – Percentual de ouvintes do Programa Casa Aberta com acesso à internet em 2017



Fonte: Kantar IBOPE Media EasyMedia4 | BHZ | BHZ – FM INCONFIDENCIA / BRASILEIRISSIMA | BHZ -FEM | BHZ – MASC | 10-12 | 2a-6a



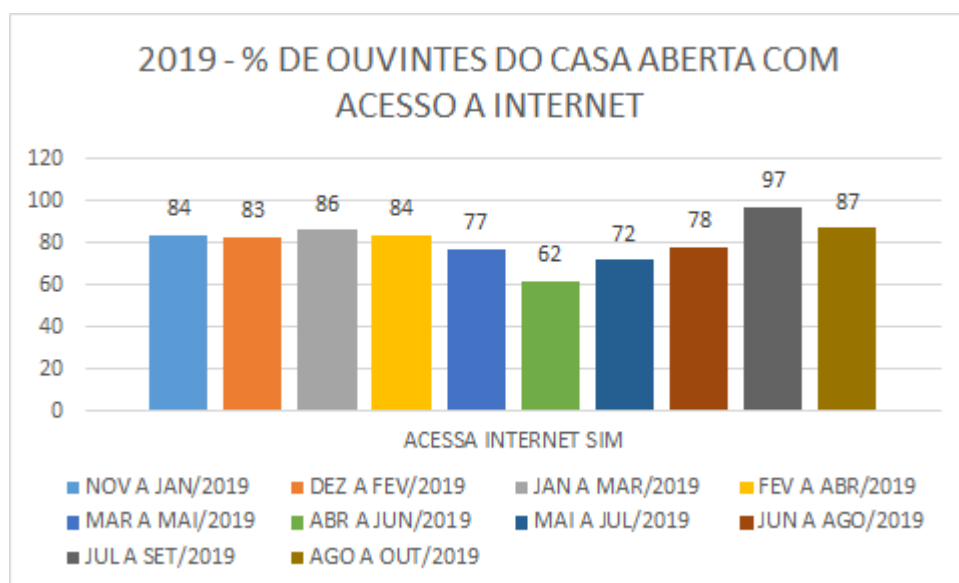
Gráfico 98 – Percentual de ouvintes do Programa Casa Aberta com acesso à internet em 2018



Fonte: Kantar IBOPE Media EasyMedia4 | BHZ | BHZ – FM INCONFIDENCIA / BRASILEIRISSIMA | BHZ -FEM | BHZ – MASC | 10-12 | 2a-6a

Em 2019, ano que o programa terminou, a porcentagem de ouvintes com acesso à internet variou de 62% a 97%, sendo que em pelo menos metade dos meses avaliados esse percentual era superior a 80% (Gráfico 99).

Gráfico 99 – Percentual de ouvintes do Programa Casa Aberta com acesso à internet em 2019



## **2 REDES SOCIAIS DA RÁDIO INCONFIDÊNCIA E PROGRAMA CASA ABERTA**

### **2.1 O FACEBOOK DA RÁDIO INCONFIDÊNCIA**

A primeira postagem do Facebook.com/radioinconfidencia é do dia 3 de julho de 2011, uma foto com o cartaz do projeto “O Samba Bate Outra Vez”, com Vander Lee e Zé da Guiomar, que aconteceria no dia 09 de julho. Na legenda: “O Samba Bate Outra Vez traz ao palco do Lapa Multshow o músico mineiro Vander Lee, com seu novo show 'Lado Bamba', e o grupo Zé da Guiomar. Dia 9 de julho, sábado, a partir das 22h. Imperdível!”. A postagem tem três curtidas e quatro comentários: J. M. “podia ter uma promoção para ganhar ingressos aqui no face”; G. V. “Já comprei o meu!”, P. D. “QUERO IR... ADORO VANDER LEE...”, J. S. “Gente, tô louca pra ouvir o novo CD de Vander Lee”.

Nos primeiros anos do Facebook da Inconfidência, a maioria das postagens é de cartazes de shows apoiados pela rádio. A maioria das fotos não tem legenda. A grande maioria das postagens não possui curtidas, mas percebemos que quando foi mencionado um texto de legenda ou de uma homenagem ou de um anúncio de pauta, as postagens tiveram maior repercussão.

A primeira postagem com foto editada, com a logomarca da Rádio Inconfidência é de 07 de novembro de 2014. A foto é de uma mulher com óculos escuro. Não tem legenda. No mesmo dia, também aparece a postagem de uma foto de um homem com a logomarca. Também não tem legenda. Mas, ao verificar as postagens anteriores do Facebook, encontramos as duas mesmas fotos, lado a lado, no dia 05 de novembro, com a legenda: #EsquinasDeMinas deste sábado apresenta os trabalhos de Sandra Brown e de Bruno Grossi: <http://ht.ly/DOWKe>.




Também chama a atenção a postagem de 14 de novembro de 2014, divulgando o Instagram da rádio. Dizia a postagem: “Estamos no Instagram. Siga-nos: @radioinconfidencia! ;)”. Mas é interessante notar que a conta do Instagram da rádio é de maio de 2012, menos de um ano após a do Facebook, mas, provavelmente, em 2014, o Facebook da rádio possuía mais seguidores que o Instagram, por isso a postagem. No dia 09 de março de 2015, mais uma postagem divulgando o Instagram da rádio: “Siga-nos no #Instagram > Instagram.com/radioinconfidencia”.

Ainda sobre postagens que mencionam outros canais de comunicação da rádio, no dia 26 de maio de 2015 e, posteriormente, no dia 17 de julho de 2015, aparece um convite para o “Sequência do Ouvinte”, onde era possível escolher três músicas para tocar na programação, enviando o pedido por email ou preenchendo um formulário no site da rádio. O “Sequência do Ouvinte”, ainda em 2015, se transformou em um quadro dentro do Programa Casa Aberta, onde o ouvinte enviava por WhatsApp uma mensagem de áudio se apresentando e pedindo duas músicas.

O primeiro vídeo do Facebook da rádio é, na verdade, um link do canal do YouTube da Rádio Inconfidência. Tem edição e contém somente um trecho da entrevista com Heleno Augusto, tocando na estreia do Baianas Ozadas. O vídeo é de 10 de junho de 2015 e possui 313 visualizações. Pouco tempo depois, no dia 16 de setembro de 2015, aparece novamente um vídeo de um trecho de entrevista editada e postado no YouTube, com a participação de Elke Maravilha no programa Bazar Maravilha. O vídeo tem mil visualizações.

## 2.2 O PROGRAMA CASA ABERTA NO FACEBOOK DA RÁDIO INCONFIDÊNCIA

2015

A primeira menção ao nome do programa acontece no dia 11 de setembro de 2015 e já apresentava o *hiperlink* que direcionava para o Facebook do Casa Aberta. É bom frisar que o Programa Casa Aberta, antes mesmo de ir para o ar, já tinha sua própria página no Facebook, independente da rádio. A postagem trazia a seguinte legenda: “Tem novidade na #Brasileiríssima! A partir desta segunda, 14 de setembro, nasce o Programa Casa Aberta, que traz temas voltados à responsabilidade social nas áreas de cidadania, cultura e educação para as ondas da FM 100,9!    Conheça a iniciativa aqui: [goo.gl/hjNoYO](http://goo.gl/hjNoYO)”

No dia 14 de setembro de 2015, a foto com a logomarca do Programa Casa Aberta, criada pelo artista plástico Gedeon Messias, que lembra uma lona de circo aberta e o nome Casa Aberta no centro, apresentava a legenda: “Hoje é dia de estreia aqui na #Brasileiríssima! O Programa Casa Aberta começa daqui a pouco, trazendo cultura, cidadania e educação para as ondas do rádio! Começa daqui a pouco, às 10h! Não perca: [goo.gl/XPIBvB](http://goo.gl/XPIBvB)”. A foto teve os comentários dos ouvintes F. C. “Muito bom! Começou bem!”, E. R. “Ligado!” e S. A. M. L. “Sucesso Grande Elias!!!!”.

No dia 15 de setembro de 2015, figura uma foto do Elias Santos com a legenda: “Olha só quem esteve no programa Agenda, da Rede Minas! Elias Santos, apresentador do Programa Casa Aberta, fala sobre essa novidade da Rádio Inconfidência que veio trazer cidadania, cultura e educação para as manhãs da #Brasileiríssima! Dá o play: [goo.gl/yzI1RC](https://goo.gl/yzI1RC)”. A postagem teve o comentário da ouvinte M.V.: “Parabéns Elias Santos! Saudades!!!!”. Esta postagem, com 44 curtidas foi a que obteve mais *likes* no Facebook da Rádio Inconfidência envolvendo o Programa Casa Aberta em 2015.

Um único vídeo aparece no [Facebook.com/radioinconfidencia](https://www.facebook.com/radioinconfidencia) sobre o Programa Casa Aberta em 2015. Novamente, é um trecho editado, postado no YouTube da Rádio Inconfidência. O vídeo é de 07 de dezembro de 2015 e traz a participação do locutor da rádio e também violonista Márcio Ronei e da produtora do Programa Casa Aberta e também atriz e cantora, Brisa Marques, no dia 04 de dezembro de 2015. Eles interpretaram poesias de vários autores africanos, apresentando um pouquinho do que desenvolveram no sarau literário Poesia em Língua Portuguesa: Conexão Brasil África, projeto que a integrou a Mostra Semana UEMG.

Ao todo, em 2015, foram nove postagens sobre o Programa Casa Aberta no Facebook da rádio: quatro em setembro, um em outubro, dois em novembro e dois em dezembro.

## 2016

Em 2016, foram 147 postagens de fotos mencionando o Programa Casa Aberta no Facebook da Rádio Inconfidência. Foram: dois em janeiro, três em fevereiro, um em março, três em abril, quatro em maio, 13 em junho, 13 em julho, 22 em agosto, 20 em setembro, 22 em outubro, 22 em novembro e 22 em dezembro.

Logo no início do ano, uma postagem do Facebook da Rádio Inconfidência chama a atenção. No dia 05 de fevereiro de 2016, uma foto de um microfone de rádio e a seguinte legenda: “A Rádio Inconfidência completa 80 anos em setembro de 2016. As comemorações já começam agora em fevereiro! 🎉. A partir do dia 15 entram no ar 15 programas que vão deixar a programação da #Brasileiríssima mais diversificada sem perder a característica de ser uma rádio dedicada à música brasileira. Saiba mais: [goo.gl/11U3UY](https://goo.gl/11U3UY) 😊”

É importante destacar que o Programa Casa Aberta, por ser apresentado pelo diretor artístico, foi utilizado por ele a partir desse momento para apresentar as novidades da

programação. Elias entrou na rádio em 2015, lançou o Programa Casa Aberta em setembro, mas só fez mudanças na grade um ano depois, com a nomeação do músico Flávio Henrique para presidente da rádio. No dia 11 de fevereiro de 2016, também no Facebook da rádio, uma nova postagem, trazendo a pauta do Programa Casa Aberta do dia, justamente o anúncio da nova programação da FM 100,9.

No dia 09 de maio de 2016, outra postagem no Facebook se destaca. Ela não tem a ver diretamente com o Programa Casa Aberta, mas com o rádio expandido. É a criação de um novo canal do YouTube da rádio. Na legenda, consta o seguinte: “Você já deve ter percebido que a Rádio Inconfidência está com uma novidade super bacana, né? 😊 Nós temos agora a #InconfidênciaWebTV, com pequenos vídeos do que está acontecendo nas ondas da nossa rádio! Agora nossos ouvintes também podem ver a gente! Fique ligad@ nas nossas novidades 😊”.

No dia 10 de agosto de 2016, foi apresentada a logomarca de um ano do programa, com a seguinte legenda: “🎉 Prestes a completar um ano no ar, ouvintes escutantes participam do programa de hoje, no estúdio da #Brasileiríssima. Sintonize na FM 100,9 ou pela rádio online!”

Nos comentários, a ouvinte D.M., que estava presente no estúdio, assim se manifestou: “Adoreiiiiii participar do aniversário de 1 ano do Casa Aberta ... interagir com outros ouvintes e principalmente conhecer Elias Santos e Velise Maciel! Que venham outros aniversários... Parabéns!”. Já o ouvinte D.A.Jr., que ouviu o programa, comentou: “Que maravilha de programa! Clima festivo, muito diferente das rádios comerciais”.

Ainda sobre as postagens de 2016 no Facebook da rádio, as de maior número de curtidas foram relativas à morte do cantor Vander Lee. O anúncio do falecimento, no dia 05 de agosto, gerou mais de 1.400 curtidas, 188 comentários e 449 compartilhamentos. Nesta postagem, aparece um *link* para o áudio do Programa Casa Aberta todo dedicado ao artista. Ainda no dia 05 de agosto, foi feito um outro post das informações sobre o velório, que teve 886 curtidas, 74 comentários e 171 compartilhamentos. Dois dias depois em 07 de agosto de 2016, foi publicado um post informando que o programa Esquinas de Minas daquele dia seria todo dedicado a Vander Lee. Esse post teve 635 curtidas, 36 comentários e 58 compartilhamentos.

No entanto, apesar do alto número de curtidas geradas por ocasião da morte de Vander Lee, em sua grande maioria, as postagens da rádio com anúncio de pautas dos programas

possuíam uma média de dez curtidas. Artistas mais conhecidos geravam um pouco mais, mas não mais que 20 curtidas.

As postagens de maior engajamento do Programa Casa Aberta no Facebook.com/radioinconfidencia foram as do dia 28 de fevereiro de 2016, com a estreia da coluna Todas as Cores, com o jornalista Paulo Proença, que debatia assuntos LGBT, com 53 curtidas, oito comentários e 17 compartilhamentos, e a do dia 13 de setembro, com 34 curtidas e seis compartilhamentos, um convite aos ouvintes para participar de um piquenique para comemorar o primeiro aniversário do Casa Aberta, programa ao vivo transmitido da Casa Ateliê.

Além das postagens de fotos no Facebook.com/radioinconfidência, em 2016, foram postados nove vídeos do Programa Casa Aberta do YouTube.com/radioinconfidenciawebtv no Facebook da rádio. É importante dizer que esses vídeos eram gravados e passavam por uma pequena edição e muitas vezes postados dias depois da entrevista em estúdio ou do evento.

O primeiro vídeo do Casa Aberta é de 15 de Abril de 2016, um programa especial, o primeiro programa fora do estúdio do Casa Aberta, no Cine Theatro Brasil Vallourec. É o vídeo de maior visualização de 2016 sobre o Casa Aberta, são 4.100 pessoas. O vídeo também recebeu no Facebook 84 curtidas e 14 comentários. Entre eles, destacamos: “Ah gente, sensacional! E Tizumba na varanda da Casa, que presente!” (J.C.A); “Sensacional casaberta na ruaaaaa” (F.M.); “Que delícia! Adoro o programa (M.A.M); Escutei ao vivo ... muito bom, sou fã do programa de vocês” (F.M.).

Também foram postados no Facebook os seguintes vídeos do canal do YouTube da rádio com o Programa Casa Aberta: Alaíde Costa e Toninho Horta no Casa Aberta (05 de maio de 2016, com 3,1 mil visualizações, 70 curtidas e 4 comentários); Roberto Fuccelli no Programa Casa Aberta (16 de maio de 2016, com 113 visualizações e 10 curtidas); João Frade e Munir Hossn no Casa Aberta (17 de maio de 2016, com 657 visualizações, 27 curtidas e três comentários); Casa Aberta fala sobre a população em situação de rua (05 de julho de 2016, 278 visualizações, nove curtidas e seis compartilhamentos); Ouvintes comemoram aniversário do Casa Aberta (09 de setembro de 2016, com 516 visualizações, 18 curtidas, dois comentários, 12 compartilhamentos); Casa Aberta comemora 1 ano! (14 de setembro de 2016, com 1,7 mil visualizações, 84 curtidas, 19 comentários e 27 compartilhamentos); Casa Aberta comemora 1 ano com convidados especiais (22 de setembro de 2016, com 1,2 mil visualizações, 44 curtidas,

seis comentários e 19 compartilhamentos); Casa Aberta no CCBB BH (11 de outubro de 2016, 375 visualizações, 11 curtidas, dois comentários e 10 compartilhamentos).

Em 2016, o Programa Casa Aberta também realizou sua primeira transmissão ao vivo no Facebook da Rádio Inconfidência, no dia 20 de Maio de 2016. É importante falar que o Facebook *live*, um recurso da rede social que permite a transmissão de vídeos em tempo real no Facebook, foi disponibilizado para usuários comuns em fevereiro de 2016 e demorou um tempo para que fosse inserido e atualizado nos celulares. A transmissão do Programa Casa Aberta foi a pioneira na Rádio Inconfidência. Com a legenda *Programa Casa Aberta: Cauby Peixoto, artes plásticas e fim do MinC com Gedeon Messias #Brasileiríssima*, a postagem teve 756 visualizações, 42 curtidas, oito comentários e sete compartilhamentos. O vídeo tem 13 minutos e dez segundos. Destacamos o comentário no momento da *live* do ouvinte D.S.C.: Tô aqui prestigiando. Já é o início de um momento histórico no rádio em que os ouvintes marcariam presença online no momento exato da entrevista.

No primeiro semestre de 2016, foram realizadas 13 transmissões ao vivo do Casa Aberta no Facebook da Rádio Inconfidência: Todas as Cores: Campanha #SemMoldura (23 de maio de 2016, 816 visualizações, 31 curtidas, 3 comentários e 13 compartilhamentos); Flávio Venturini e maestro Leonardo Cunha, da Orquestra Opus, no Programa Casa Aberta (24 de maio de 2016, 298 visualizações, 28 curtidas, 9 comentários, 12 compartilhamentos); Colunista João Paulo Cunha ajuda a entender o Brasil, no Programa Casa Aberta (24 de maio de 2016, 138 visualizações, 7 curtidas e 1 compartilhamento); Cantora Luiza Brina lança o disco Boreal, no Programa Casa Aberta (1 de junho de 2016, 288 visualizações, 17 curtidas); Luiza Brina no Casa Aberta (1 de junho de 2016, 129 visualizações, 16 curtidas, 2 comentários); Wilson Dias no Programa Casa Aberta (2 de junho de 2016, 242 visualizações, 12 curtidas, 1 comentário, 5 compartilhamentos); O músico Wilson Dias fala do show "Eco Lógico" que apresenta com Carlos Farias em 4 e 5 de junho, no Cine Theatro Brasil Vallourec (2 de junho de 2016, 207 visualizações, 10 curtidas e 6 compartilhamentos); Sambeiro no Casa Aberta (7 de junho de 2016, 325 visualizações, 24 curtidas, 2 comentários, 11 compartilhamentos); João Paulo Cunha fala sobre a morte de um dos maiores artistas plásticos brasileiros, Tunga (7 de junho de 2016, 275 visualizações, 14 curtidas, 1 comentário, 5 compartilhamentos); Coco da Gente no Casa Aberta (10 de junho de 2016, 1,7 mil visualizações, 76 curtidas, 14 comentários, 17 compartilhamentos); Yara Tupynambá participa da coluna do Gedeon Messias (10 de junho de 2016, 47 visualizações, 8 curtidas); Yara Tupynambá participa da coluna do Gedeon Messias

falando da exposição que comemora 60 anos de carreira no Programa Casa Aberta (10 de junho de 2016, 521 visualizações, 26 curtidas, 2 comentários, 14 compartilhamentos);

Já no segundo semestre de 2016 foram realizadas cinco transmissões ao vivo no Facebook da rádio: Todas as Cores: BR Trans (29 de agosto de 2016, 342 visualizações, 22 curtidas, 4 compartilhamentos); Outubro Rosa é tema no Casa Aberta (19 de outubro de 2016, 76 visualizações, 13 curtidas); Dia Mundial de Combate ao Câncer de Mama é tema no Casa Aberta. #OutubroRosa (19 de outubro de 2016, 276 visualizações, 23 curtidas, 4 compartilhamentos); Projeto Retrato Sonoro no Casa Aberta (3 de novembro de 2016, 550 visualizações, 22 curtidas, 4 compartilhamentos); Alunxs de comunicação social da UFMG no Casa Aberta (3 de novembro de 2016, 1,2 mil visualizações, 50 curtidas, 3 comentários e 15 compartilhamentos).

Ao todo, foram 18 transmissões ao vivo em 2016. Foram 118 compartilhamentos e 45 comentários. Sobre esses primeiros vídeos, destacaria o comentário de 17 de maio de 2016: Muito legal, Elias!!!! Ver o que se ouve na Brasileiríssima!!! Me emocionei. Só hoje consegui visualizar. Você é uma simpatia, Elias!!! Beijo Casa Aberta!!! (R.R). Também destacaria a *live* de 24 de maio de 2016, a terceira *live* do Casa Aberta, com Flávio Venturini e Leonardo Cunha. Neste dia já é registrado uma pergunta na própria transmissão, do ouvinte R.C que perguntou como surgiu o clássico Noites do Sol e qual era a história da composição.

O vídeo da *live* de maior engajamento é do dia 10 de junho de 2016, com o grupo Coco da Gente. Ele teve 1,7 mil visualizações, 76 curtidas, 14 comentários e 17 compartilhamentos.

## **2017**

Em 2017 foram 36 *lives* no Facebook da Rádio Inconfidência sendo que quatro foram realizadas no primeiro semestre e 32 no segundo semestre. É interessante notar a popularidade das *lives* a partir de 2017. Das 36, 20 transmissões ao vivo tiveram mais de mil visualizações. A etiquetagem do conteúdo pelo ouvinte também aconteceu de maneira intensa, foram 440 compartilhamentos. No total, em 2017, foram 518 comentários em *live*.

No primeiro semestre de 2017, a transmissão ao vivo de maior engajamento foi a primeira do ano: Ouvintes comemoram o aniversário da Velise Maciel, no Programa Casa Aberta (22 de fevereiro de 2017, 3 mil visualizações, 75 curtidas, 20 comentários, 4 compartilhamentos). Também são *lives* do primeiro semestre: A paraense Dona Onete, cantora,



compositora e poetisa, participa do Programa Casa Aberta (23 de março de 2017, 510 visualizações, 49 curtidas, 4 comentários e 7 compartilhamentos); Secretário de Cultura de Minas Gerais, Angelo Oswaldo participa do Programa Casa Aberta (20 de abril de 2017, 988 visualizações, 52 curtidas, 14 comentários e 10 compartilhamentos); Ana Cristina participa do Programa Casa Aberta (28 de junho de 2017, 1,5 mil visualizações, 69 curtidas, 17 comentários, 9 compartilhamentos).

No segundo semestre de 2017 a transmissão ao vivo de maior engajamento foi uma atração musical e de um jovem artista de música instrumental, seguida da participação de alunos de uma escola no Casa Aberta: Programa Casa Aberta: CasAzul apresenta Deangelo Silva (19 de julho de 2017, 4,9 mil visualizações, 124 curtidas, 61 comentários, 32 compartilhamentos) e Programa Casa Aberta recebe a Miguel Arcanjo Escola Waldorf (13 de novembro de 2017, 3,5 mil visualizações, 117 curtidas, 51 comentários, 66 compartilhamentos).

Na sequência, as *lives* do segundo semestre de 2017 foram: Dia da Gastronomia Mineira e o Programa Casa Aberta está no Mercado Central (5 de julho de 2017, 1,3 mil visualizações, 64 curtidas, 4 comentários, 9 compartilhamentos); Governador Fernando Pimentel inaugura o Espaço Cozinha Mineiraria no Mercado Central de Belo Horizonte (5 de julho de 2017, 1,1 mil visualizações, 25 curtidas, 12 comentários, 16 compartilhamentos); O choro dos músicos Ausier Vinícius e Alexandre Bacalhau no lançamento da Cozinha Escola Mineiro Ana, no Mercado Central de Belo Horizonte (5 de julho de 2017, 589 visualizações, 45 curtidas, 6 comentários, 7 compartilhamentos); Chama Chuva no Casa Aberta (12 de julho de 2017, 813 visualizações, 33 curtidas, 5 comentários, 16 compartilhamentos); Programa Casa Aberta: CasAzul apresenta Rafael Macedo (19 de julho de 2017, 1 mil visualizações, 22 curtidas, 6 compartilhamentos); Programa Casa Aberta: CasAzul apresenta Claudia Manzo (19 de julho de 2017, 2,5 mil visualizações, 80 curtidas, 22 comentários, 15 compartilhamentos); Programa Casa Aberta: CasAzul apresenta Raphael Sales (19 de julho de 2017, 2,3 mil visualizações, 117 curtidas, 42 comentários, 28 compartilhamentos); Programa Casa Aberta: CasAzul apresenta Deangelo Silva (19 de julho de 2017, 4,9 mil visualizações, 124 curtidas, 61 comentários, 32 compartilhamentos); Programa Casa Aberta destaca a mostra O Desafio Cartográfico do Novo, em cartaz em três museus de BH (21 de julho de 2017, 1,3 mil visualizações, 62 curtidas, 22 comentários, 37 compartilhamentos); Programa Casa Aberta no Salão do Livro Infantil e Juvenil (16 de agosto de 2017, 735 visualizações, 48 curtidas, 7 comentários, 5 compartilhamentos); Programa Casa Aberta no Salão do Livro Infantil e Juvenil (16 de agosto de 2017, 518 visualizações, 42 curtidas, 13 comentários, 2 compartilhamentos);

Casa Aberta no Salão do Livro Infantil e Juvenil (16 de agosto de 2017, 539 visualizações, 30 curtidas, 4 comentários, 3 compartilhamentos); Programa Casa Aberta no Salão do Livro Infantil e Juvenil (16 de agosto de 2017, 476 visualizações, 9 curtidas, 2 comentários, 5 compartilhamentos); Programa Casa Aberta no Salão do Livro Infantil e Juvenil (16 de agosto de 2017, 1,2 mil visualizações, 39 curtidas, 4 comentários, 7 compartilhamentos); Casa Aberta no Salão do Livro Infantil e Juvenil de MG (16 de agosto de 2017, 483 visualizações, 13 curtidas, 7 compartilhamentos); 2 anos de Programa Casa Aberta 📺📍 (14 de setembro de 2017, 2,3 mil visualizações, 136 curtidas, 44 comentários, 12 compartilhamentos); 2 anos de Casa Aberta! 📺📍 (14 de setembro de 2017, 561 visualizações, 29 curtidas, 8 comentários, 2 compartilhamentos); 2 anos de Casa Aberta 📺📍 (14 de setembro de 2017, 433 visualizações, 38 curtidas, 3 comentários, 2 compartilhamentos); 2 anos de Casa Aberta 📺📍 (14 de setembro de 2017, 570 visualizações, 32 curtidas, 6 comentários, 4 compartilhamentos); 2 anos de Casa Aberta! 📺📍 (14 de setembro de 2017, 1,3 mil visualizações, 95 curtidas, 18 comentários, 21 compartilhamentos); Casa Aberta recebe Lô Borges (22 de setembro de 2017, 832 visualizações, 50 curtidas, 15 comentários, 20 compartilhamentos); Programa Casa Aberta: Pedro Morais, Barulhista e a obra de Drummond (30 de outubro de 2017, 312 visualizações, 13 curtidas, 2 Comentários, 1 compartilhamento); Casa Aberta: Pedro Morais e Barulhista (30 de outubro de 2017, 340 visualizações, 32 curtidas, 2 comentários, 1 compartilhamento); Programa Casa Aberta: Mês da Consciência Negra (1 de novembro de 2017, 1,7 mil visualizações, 57 curtidas, 22 comentários, 31 compartilhamentos); Alunxs de comunicação da UFMG no Casa Aberta (9 de novembro de 2017, 1,1 mil visualizações, 47 curtidas, 15 comentários, 8 compartilhamentos); Programa Casa Aberta recebe a Miguel Arcanjo Escola Waldorf (13 de novembro de 2017, 3,5 mil visualizações, 117 curtidas, 51 comentários, 66 compartilhamentos); Azizi MC na coluna Todas as Cores (20 de novembro de 2017, 1 mil visualizações, 28 curtidas, 3 comentários, 10 compartilhamentos); Aline Calixto no Casa Aberta (20 de novembro de 2017, 1 mil visualizações); Programa Casa Aberta: juventude negra em Minas Gerais (29 de novembro de 2017, 2,8 mil visualizações); Secretária de Educação Macaé Evaristo no Casa Aberta (12 de dezembro de 2017, 2 mil visualizações, 40 curtidas, 10 comentários, 15 compartilhamentos); Especial de fim de ano do Programa Casa Aberta no Conservatório UFMG (21 de dezembro de 2017, 1,3 mil visualizações, 48 curtidas, 18 comentários, 13 compartilhamentos); Especial de fim de ano do Casa Aberta (21 de dezembro de 2017, 1,1 mil visualizações, 53 curtidas, 14 comentários, 9 compartilhamentos).

Em 2017 o grande destaque vai para o modo como as transmissões ao vivo foram feitas. A partir da metade do ano, quando a Inconfidência muda de sede, ela passa a contar com câmeras de segurança em seus estúdios e elas passam a ser usadas também para as *lives*. Antes, as transmissões ao vivo eram todas feitas com o celular na mão. Em eventos e transmissões externas continuou a ser o recurso, mas, dentro do estúdio, a partir de metade de 2017, o mais comum foi o uso das câmeras, pelo menos no Facebook da Inconfidência.

Os vídeos editados e postados no YouTube passam em 2017 a serem em menor número frente as *lives*. Em 2017 foram somente dois os vídeos do Casa Aberta no YouTube da rádio. E esses vídeos foram postados no Facebook, recebendo mais visualizações do que no próprio canal YouTube. É interessante notar que mesmo contando com uma profissional especialista em filmagem e edição, os vídeos que foram editados tiveram um número bem menor de visualizações do que os que foram realizados no momento do evento, com o celular na mão e a imagem muitas vezes comprometidas pela variação da qualidade da internet.

As duas postagens com os vídeos do [YouTube.com/radioinconfidenciawebtv](https://www.youtube.com/radioinconfidenciawebtv) foram: Casa Aberta especial no Mercado Central (22 de agosto de 2017, 457 visualizações, 12 curtidas, 1 comentário) e Casa Aberta Especial 2 anos (26 de setembro de 2017, 990 visualizações, 39 curtidas, 4 comentários). Só para efeito de comparação, ainda que a informação já tenha sido mencionada, as *lives* dos dois eventos mencionados chegaram a ter mais de 1300 visualizações.

Ainda sobre o Facebook da Rádio Inconfidência em 2017, apesar da novidade das *lives*, a grande maioria das postagens continuaram a ser as fotos editadas com anúncios da pauta do dia dos programas, tanto do AM como do FM. Em 2017, foram 238 postagens que falavam sobre o Casa Aberta.

Destacaria algumas dessas postagens. A primeira não tem associação com o Casa Aberta e sim com o rádio expandido. É uma postagem do início do ano, de 25 de janeiro de 2017, que convida o ouvinte a conhecer os bastidores da rádio através do perfil do Instagram. É interessante notar que a própria legenda traduz a escolha institucional do momento. Enquanto o Facebook seria usado para anúncio da programação, as fotos do ambiente da rádio e os convidados seriam postados no Instagram.

Outra postagem que chama a atenção é a do dia 24 de março, que registra a participação da jornalista Lenora Rohlfis falando sobre a estreia do quadro Tendências, que trazia curiosidades do universo da moda. A coluna era veiculada duas vezes por dia, sendo uma

delas, dentro do espaço do Casa Aberta. O Tendências durou pouco mais de um ano, era gravado e rodava no intervalo comercial do Casa Aberta, mas é curioso observar o registro histórico feito por esse anúncio de pauta do Facebook.

Outras duas postagens são históricas em 2017 e não tem a ver só com o Casa Aberta, e sim, com a história da rádio. Uma do dia 7 de junho de 2017, anunciando a inauguração da nova sede da Inconfidência, no Centro Cultural Itamar Franco e a outra do dia 12 de junho, convocando os ouvintes para acompanharem a transmissão inaugural com o então governador de Minas Gerais, Fernando Pimentel, as dez horas, no Programa Casa Aberta que excepcionalmente foi transmitido em rede para o AM também.

Também destacaria a postagem do dia 16 de agosto, com um programa externo do Casa Aberta direto da abertura da terceira edição do Salão do Livro Infantil e Juvenil dentro do Parque Municipal de Belo Horizonte, com atrações musicais, como o cantor Affonsinho.

Outro programa externo que mereceu destaque no Facebook da rádio foi o que comemorou os 2 anos do programa, na Idea Casa de Cultura, com mais um piquenique comemorativo com os ouvintes escutantes além das atrações musicais de Maurício Tizumba e o tambor mineiro, Pé de Sonho, Lucas Avelar, Alexandre Andrés e Nobat. Destacaria alguns comentários nessa postagem: Parabéns! programa fundamental para a liberdade de expressão no rádio mineiro. Vida longa ao projeto. (F.A.); Um dos melhores programas da rádio mineira. E o de ontem foi mesmo especial. Bom demais ouvir o Lucas Avelar mandando aquele som (F.R); Foi emocionante! Um programa para guardar no coração. Parabéns! (L.S.)

Em novembro de 2017, no dia 23, outro registro histórico do programa. A estreia da coluna Fundação Clóvis Salgado para Todos dentro do Casa Aberta que trazia editais, cursos e atrações através de entrevistas semanais no programa.

Duas postagens se destacam em dezembro de 2017 e tem relação com o rádio expandido, nos dias 14 e 17 de dezembro. Elas falam sobre mais uma novidade, a criação de um perfil da rádio no *Spotify* com *playlist* de músicas de artistas de Minas Gerais.

Também em dezembro, no dia 21, o registro de mais um programa externo do Casa Aberta, uma edição especial de fim de ano com a presença dos ouvintes no Conservatório UFMG.

Em relação ao engajamento, as postagens de maior número de curtidas do Facebook da Rádio Inconfidência em 2017 foram as de 8 de novembro de 2017, uma foto das

mulheres da equipe de esportes da rádio, das estagiárias Isabelly Moraes e Karina Amélia repercutindo o feito do dia 7 de novembro de 2017, onde aconteceu primeira narração feminina de uma partida de futebol em Minas Gerais (com 256 curtidas, 43 comentários e 36 compartilhamentos) e a do dia 3 de março de 2017, uma foto de Vander Lee e o anúncio de que o programa Bazar Maravilha faria uma homenagem ao cantor que completaria 51 anos naquele 3 de março ( com 171 curtidas, 5 comentários e 30 compartilhamentos).

As postagens que falavam do Casa Aberta mais curtidas foram as do dia 14 de setembro de 2017, sobre os dois anos do programa e a transmissão ao vivo na Idea Casa de Cultura (com 35 curtidas, 5 comentários e 4 compartilhamentos) e a do dia 3 de novembro de 2017, uma foto da jornalista Roberta Zampetti que iria no programa naquele dia falar do lançamento do livro Sou60 (com 32 curtidas, 2 comentários e 2 compartilhamentos).

## 2018

Em 2018 o Facebook da Rádio Inconfidência permanece em sua função de anunciar as pautas do dia e as atrações de cada programa, mas podemos notar que envolveu um número maior de programas das grades AM e FM. Em relação ao rádio expandido, duas postagens chamam atenção. A primeira é do dia 29 de maio de 2018 e faz o anúncio da *Playlist* número 4 do *Spotify* do perfil da rádio, uma seleção do programador musical dos programas Almanaque Brasil, Casa Aberta e Estúdio 100,9, Léo Albertini. A segunda postagem é de 6 de agosto de 2018 e anuncia uma mudança importante em relação as imagens da programação ao vivo da rádio, a repaginação do canal do YouTube. O [YouTube.com/radioinconfidenciawebtv](https://www.youtube.com/radioinconfidenciawebtv) passa a ser o canal oficial da rádio para *lives* nos estúdios AM e FM.

Para se ter uma ideia, em 2018 foram 16 transmissões ao vivo no Facebook da Rádio Inconfidência do Casa Aberta, 15 no primeiro semestre e uma única no final do ano, e 28 transmissões no canal, um número bem maior, que reforça o esforço do momento para dar visibilidade ao YouTube. A partir da metade do ano, como já foi informado, as transmissões ao vivo passaram a ser realizadas diretamente do canal do YouTube da rádio, o [YouTube.com/radioinconfidenciawebtv](https://www.youtube.com/radioinconfidenciawebtv) e é interessante notar que o número de visualizações no canal do YouTube foi bem inferior ao do Facebook. Mas, naquele momento houve uma decisão institucional em acreditar que o canal do YouTube seria mais permanente do que o

Facebook. Ainda hoje, em 2020, o YouTube.com/radioinconfidenciawebtv possui um número de inscritos bem inferior ao número de fãs do Facebook da rádio. Enquanto o YouTube possui 2.800 inscritos o Facebook possui mais de 28 mil seguidores, dez vezes mais.

No Facebook, em 2018, mesmo com número menor de *lives*, só em relação ao Casa Aberta, foram 614 comentários e 368 compartilhamentos. Das 16 transmissões, somente 4 não alcançaram mais de mil visualizações. A *live* de maior engajamento foi um especial sobre o Dia do Choro, no dia 23 de Abril: Dia do Choro no Casa Aberta (23 de abril de 2018, 3,5 mil visualizações, 145 curtidas, 108 comentários, 46 compartilhamentos).

As transmissões ao vivo no Facebook da Inconfidência do Casa Aberta em 2018 foram: Programa Casa Aberta: Tudo sobre a estreia do Voz Ativa (5 de janeiro de 2018, 2,8 mil visualizações, 89 curtidas, 40 comentários, 38 compartilhamentos); Casa Aberta recebe Pé de Sonho e ouvintes no estúdio (1 de fevereiro de 2018, 1,7 mil visualizações, 73 curtidas, 44 comentários, 29 compartilhamentos); Casa Aberta recebe o jornalista Léo Gomide (9 de fevereiro de 2018, 698 visualizações, 43 curtidas, 11 comentários, 3 compartilhamentos); Casa Aberta recebe o Bloco Pacato Cidadão (9 de fevereiro de 2018, 915 visualizações, 48 curtidas, 12 comentários, 8 compartilhamentos); Casa Aberta recebe o grupo Candonguêro (16 de fevereiro de 2018, 909 visualizações, 43 curtidas, 12 comentários, 12 compartilhamentos); Casa Aberta: Mulheres na política (6 de março de 2018, 1,6 mil visualizações, 73 curtidas, 38 comentários, 42 compartilhamentos); Casa Aberta recebe Maíra Baldaia (1,4 mil visualizações, 12 de março de 2018, 88 curtidas, 67 comentários, 24 compartilhamentos); Pereira da Viola no Casa Aberta (20 de março de 2018, 1,7 mil visualizações, 99 curtidas, 44 comentários, 30 compartilhamentos); Casa Aberta recebe o músico Léo Brasil (2 de abril de 2018, 467 visualizações, 20 curtidas, 13 comentários, 4 compartilhamentos); Casa Aberta: Orquestra Opus e Derico (18 de abril de 2018, 840 visualizações, 41 curtidas, 24 comentários, 8 compartilhamentos); Dia do Choro no Casa Aberta (23 de abril de 2018, 3,5 mil visualizações, 145 curtidas, 108 comentários, 46 compartilhamentos); Coladera ocupa o estúdio musical (4 de maio de 2018, 1 mil visualizações, 56 curtidas, 30 comentários, 17 compartilhamentos); Elisa Paraíso e Thiago Nunnes no Casa Aberta (11 de maio de 2018, 732 visualizações, 49 curtidas, 31 comentários, 7 compartilhamentos); Dia da Luta Antimanicomial (18 de maio de 2018, 2,7 mil visualizações, 113 curtidas, 66 comentários, 64 compartilhamentos); Casa Aberta destaca o Mano Talks (21 de maio de 2018, 1,7 mil visualizações, 82 curtidas, 52 comentários, 26 compartilhamentos); Programa Casa Aberta no Abraço de Boas Festas no Centro de Cultura Presidente Itamar Franco com apresentação do Coral da AABB-BH e regência do maestro

Leonardo Cunha. 🎄🎵 (18 de dezembro de 2018, 1,2 mil visualizações, 68 curtidas, 22 comentários, 10 compartilhamentos).

Ainda sobre o Facebook da Inconfidência em 2018 a postagem com maior número de curtidas foi a de 19 de janeiro de 2018, um programa Feito Em Casa especial em homenagem a um ano da morte do músico Flávio Henrique, gravado por ele próprio em vida, com 113 curtidas, 2 comentários e 4 compartilhamentos. E também o anúncio de pauta do dia 26 de outubro de 2018, um especial do Radiografia Eleições 2018 que trazia uma entrevista com o candidato do PT, Fernando Haddad. A publicação teve 64 curtidas, 11 comentários e 39 compartilhamentos.

Entre as postagens que envolveram as pautas do Casa Aberta, o destaque foi a do dia 17 de abril de 2018, em que o programa fez uma homenagem para Dona Ivone Lara, que havia falecido, com 27 curtidas, 1 comentário e 7 compartilhamentos e também a do dia 24 de janeiro de 2018, um Casa Aberta especial sobre o julgamento do ex-presidente Lula, e que teve 21 curtidas, 1 comentário e 5 compartilhamentos.

Em 2018 foram 172 postagens no Facebook da rádio relativas as pautas do Programa Casa Aberta: 15 em janeiro, 17 em fevereiro, 18 em março, 23 em abril, 22 em maio, 20 em junho, 5 em julho, 13 em agosto, 9 em setembro, 14 em outubro, 10 em novembro e 6 em dezembro.

### ***RádioInconfidênciaWebTV - 2018***

A primeira transmissão ao vivo do Casa Aberta no YouTube.com/radioinconfidenciawebtv foi do dia seis de julho de 2018. O assunto era o Julho das Pretas, uma agenda conjunta e propositiva com organizações e movimento de mulheres negras, voltada para o fortalecimento das organizações de mulheres negras.

A transmissão ao vivo com o maior número de visualizações foi a entrevista do lançamento da série ficcional ***Sou Amor***, exibida pela a **Rede Minas**, e que tinha como personagens centrais **adolescentes** que viviam questões relacionadas a identidade de gênero e orientação sexual. A entrevista teve 424 visualizações e 2 comentários na *live*.

Neste segundo semestre de 2018, o canal do YouTube da rádio realizou 28 transmissões ao vivo do Programa Casa Aberta. São elas: Julho das Pretas (6 de jul. de 2018, 38', 126

visualizações, 4 curtidas); Bia Nogueira (14 de ago. de 2018, 23'12", 110 visualizações, 9 curtidas, 1 comentário); Pé de Sonho (16 de ago. de 2018, 21'11", 47 visualizações, 2 curtidas); Aline Calixto (17 de ago. de 2018, 26'16", 130 visualizações, 4 curtidas); Luísa Lacerda e Giovanni Iasi (24 de agosto de 2018 - 19'59", 142 visualizações, 7 curtidas); Leo Piló (14 de nov. de 2018, 16', 92 visualizações, 3 curtidas); Periferias em Rede (13 de nov. de 2018, 14'31", 54 visualizações, 3 curtidas; 1 comentário na *live*); Arte ao Cubo (09 de Novembro de 2018, 14'24", 222 visualizações, 11 curtidas; 5 comentários na *live*); Júlia Ribas (09 de novembro de 2018, 24'34", 225 visualizações, 20 curtidas; 4 comentários na *live*); Chico Saraiva (8 de nov. de 2018, 13'53", 30 visualizações, 1 curta; 3 comentários na *live*); Chico Saraiva (8 de nov. de 2018, 4', 27 visualizações, 4 curtidas); Ana Martins e Marcus Carvalho (6 de nov. de 2018, 23'49", 65 visualizações, 4 curtidas ); Sergio Pererê (01 de Novembro de 2018, 27'54", 131 visualizações, 10 curtidas; 8 comentários na *live*); programação Cultural do Circuito Liberdade (12 de dez. de 2018, 22'13", 46 visualizações, 3 curtidas); Juca Ferreira (4 de dez. de 2018, 29'21", 29 visualizações, 2 curtidas; 1 comentário na *live*); Angelo Oswaldo (30 de nov. de 2018, 31'39", 66 visualizações, 5 curtidas; 1 comentário na *live*); Estreia do programa Territórios de Invenção (28 de nov. de 2018, 7'55", 38 visualizações, 2 curtidas); 30 anos de BDMG Cultural (28 de nov. de 2018, 12'21", 57 visualizações, 2 curtidas); Jorge Melguizo (26 de nov. de 2018, 35'11", 93 visualizações, 4 curtidas, 2 comentários; 1 comentário na *live*); Paulino Carrasco (23 de nov. de 2018, 29'14", 185 visualizações, 18 curtidas, 1 comentário); Série Sou Amor (21 de novembro de 2018, 20'39", 424 visualizações, 11 curtidas, 2 comentários; 2 comentários na *live*); Péricles Garcia (17 de out. de 2018, 15'38", 45 visualizações, 2 curtidas); Pé de Sonho | Dia das Crianças (11 de out. de 2018, 16'58", 71 visualizações, 2 curtidas; 1 comentário na *live*); Pé de Sonho | Dia das Crianças (11 de out. de 2018, 13'15", 189 visualizações, 4 curtidas); Estúdio Musical Flávio Henrique | Inauguração (17 de set. de 2018, 49'32", 329 visualizações, 15 curtidas); Casa Aberta Especial (20 de dez. de 2018, 1'48"20, 100 visualizações, 10 curtidas; 9 comentários na *live*); Justiça em Questão (27 de dez. de 2018, 31'13", 222 visualizações, 12 curtidas); Augusto Nunes-Filho (27 de dez. de 2018, 36'58", 45 visualizações, 1 curta).

## 2019

Em 2019 o Programa Casa Aberta teve 111 postagens dedicados a ele no Facebook da Rádio Inconfidência: 15 em janeiro, 9 em fevereiro, 16 em março, 11 em abril, 11 em maio, 10



em junho, 6 em julho, 5 em agosto, 8 em setembro, 19 em outubro e 1 em novembro, no último dia do programa no ar.

Entre essas postagens, a que possui maior número de curtidas foi a do dia 18 de maio de 2019, que anunciava o novo horário do Casa Aberta a partir de 20 de maio, de 11h às 12h, com 58 curtidas, 16 comentários e 20 compartilhamentos. Na foto, aparece na bancada do estúdio da FM o apresentador Elias Santos. Apesar disso, a legenda não fala da sua volta ao comando do programa. A postagem foi feita num sábado e chama o número de reclamações por parte dos ouvintes em relação ao horário e a menção ao retorno do Elias: Se eu já achava duas horas pouco, uma hora então, nem se fala! Pelo menos teremos Elias de volta com Velise, que formam um time nota 10! (R.R); Deveria começar antes. Das 9:00 às 12:00 (A.T.); Amei a volta do Elias mas a redução do horário não. (R. M.); Que pena uma hora a menos, mas que bom que o Elias de volta! (I.B.); Não, muito pouco. Gosto das duas horas de programa. (C.V.).

Outra postagem com grande número de curtidas é a seguinte, do dia 20 de maio de 2019, com 33 curtidas, 7 comentários e 9 compartilhamentos. Apesar de marcar o retorno do Elias a postagem novamente não fala do seu retorno, somente do tema do dia, uma entrevista exclusiva sobre educação e universidades públicas com a professora e reitora da UFMG, Sandra Goulart. Novamente os comentários chamam atenção: Feliz pela volta do Elias, mas muito revoltado com a redução do horário do programa, o Casa Aberta agregou ao nosso cotidiano comportamentos importantes como a cidadania, o programa catalisou mais ações pela cidade na busca do bem-estar das pessoas inviabilizadas pela sociedade, muito triste essa atitude. (M.S.); Pena que encurtou o programa, mas antes disso do que nada (V.S.); Muito feliz pela volta do Elias. Mas triste por encurtarem o tempo do programa. Poxa, já achava pouco duas horas! (E.N.).

Em 2019, com a mudança de diretoria pelo novo governador, pela primeira vez em doze anos também há uma modificação no gestor das redes sociais da rádio. A partir de agosto de 2019 algumas fotos do Instagram com os convidados e os bastidores da entrevista também passaram a ser publicadas no Facebook, além dos anúncios de pauta. A primeira delas é justo uma do Casa Aberta e também possui destaque em relação ao número de curtidas. A postagem é do dia 26 de agosto de 2019 e é uma foto do Elias com o jornalista Américo Antunes, que esteve no programa falando sobre o festival de história em Diamantina. A postagem tem 41 curtidas e 2 comentários.

Em 2019, o Facebook da rádio não trouxe vídeos nem *lives*. As transmissões ao vivo continuaram de maneira intensa, principalmente no primeiro semestre, mas sempre através do canal do YouTube. As postagens com maior número de curtidas de maneira geral no Facebook da Rádio Inconfidência foram a do dia 4 de dezembro de 2019, que falava sobre o prêmio de segundo lugar na oitava edição do Prêmio CDL de jornalismo, pela equipe de reportagem da rádio que fez a série sobre barragens em risco (com 81 curtidas, 19 comentários e 4 compartilhamentos) e a de 26 de fevereiro de 2019, que trazia o anúncio da morte do cantor e compositor mineiro Tavito (com 78 curtidas, 7 comentários e 18 compartilhamentos).

Entre as postagens que focam o rádio expandido em 2019 destacaria a de 2 de fevereiro de 2019, que fala do perfil do *spotify* e do canal do YouTube e trazia a seguinte legenda: Para celebrar os 40 anos da #Brasileiríssima, a gente preparou uma *playlist* no *Spotify* com 40 músicas que fizeram sucesso em 1979, ano de inauguração da emissora! Dá o play e relembre vários clássicos: [goo.gl/H26tSZ](https://goo.gl/H26tSZ). E nesta segunda, dia 4 de fevereiro, tem programação especial durante todo o dia nas ondas da FM 100,9 e das nossas redes, com várias transmissões ao vivo, direto do estúdio musical! Confira: [goo.gl/z22BaJ](https://goo.gl/z22BaJ)

Também destacaria a postagem do dia 29 de julho de 2019, uma foto com toda a programação da FM brasileira, os programas e os horários, anunciando as mudanças na grade pela nova direção artística e que possui os seguintes comentários dos ouvintes: Muito triste ver como a direção da rádio desidratou o Programa Casa Aberta, uma terrível falta de sensibilidade, pois quem perdeu não foi só os ouvintes, são várias situações do nosso cotidiano que tinha visibilidade e agora com essa redução diminui mais ainda! É triste, única palavra que me vem à mente! Triste... (M.S.); Concordo. Fora a transformação do programa Almanaque Brasil, que também tinha quadros e entrevistas excelentes. Além da extinção de programas como "A Hora do Improviso" e "A Noite Vai Ser Boa". Parece que, pela nova direção, a rádio vai ser apenas um grande player de músicas, o que é muito pobre perante a grande capacidade criativa da sua equipe. Pelo menos o bom gosto musical tem permanecido mas realmente, muito, muito triste este cenário (R.A.); Exato, essa nova direção não entende e muito menos quer entender isso! A ideia parece tornar a rádio obsoleta para poder ser objeto de venda!!! (R.A).

### ***RádioInconfidênciaWebTV - 2019***

Em 2019 foram 52 transmissões ao vivo no [radioinconfidenciawebtv](https://radioinconfidenciawebtv.com.br). Foram 33 *lives* no primeiro semestre e 19 no segundo semestre. A transmissão ao vivo no primeiro semestre de

2019 com o maior número de visualizações foi a dos 40 anos da Brasileiríssima, especial no Casa Aberta, com 726 visualizações e 51 comentários na *live*. Foi a de maior número de visualizações do ano. No segundo semestre a entrevista com a cantora Bárbara Barcelos, no dia 19 de setembro de 2019, foi a que teve maior número de visualizações, 237 e 15 comentários na *live*.

Na sequência, as transmissões ao vivo realizadas pelo Casa Aberta através do canal do YouTube foram, no primeiro semestre: Teatro Lambe Lambe (11 de jan. de 2019, 12'46", 78 visualizações, 2 curtidas; 4 comentários na *live*); Festival TransViva | Todas as Cores (14 de jan. de 2019, 37'02", 85 visualizações, 8 curtidas; 1 comentário na *live*); Simpósio Subjetividade e Cultura Digital (15 de jan. de 2019, 12'57", 88 visualizações, 5 curtidas); Filarmônica de Minas Gerais - Temporada 2019 (21 de jan. de 2019, 15'10", 65 visualizações, 2 curtidas); Juventude Bronzeada e Roda de Timbau (29 de jan. de 2019, 22'34", 211 visualizações, 17 curtidas; 15 comentários na *live*); Concurso de Marchinhas (28 de jan. de 2019, 11'04", 125 visualizações, 4 curtidas); Bota o Corpo na Rua | Todas as Cores (28 de jan. de 2019, 22'38", 51 visualizações); Pisa na Fulô (23 de jan. de 2019, 19'14", 431 visualizações, 19 curtidas, 1 comentário; 2 comentários durante a *live*); Brasileiríssima 40 Anos | Casa Aberta (4 de fev. de 2019, 1'58"51, 726 visualizações, 33 curtidas, 2 comentários; 51 comentários durante a *live*); Celso Adolfo (6 de fev. de 2019, 26'39", 99 visualizações, 11 curtidas, 3 comentários na *live*); Milena Torres (11 de fev. de 2019, 16'35", 90 visualizações, 10 curtidas, 5 comentários); Boi Luzeiro (8 de fev. de 2019, 24'58", 168 visualizações, 13 curtidas, 2 comentários; 10 comentários na *live*); TV Itacolomi (19 de fev. de 2019, 24'03", 166 visualizações, 4 curtidas, 3 comentários; 7 comentários na *live*); Pé de Sonho no Carnaval (21 de fev. de 2019, 30'35", 54 visualizações, 9 curtidas; 15 comentários na *live*); Pé de Sonho no Carnaval (28 de fev. de 2019, 27'29", 191 visualizações, 12 curtidas, 1 comentário, 11 comentários na *live*); #8M - Elisa de Sena e Júlia Tizumba ( 8 de mar. de 2019, 23'58", 137 visualizações, 7 curtidas, 7 comentários na *live*); #8M - Arte ao Cubo (8 de mar. de 2019, 23'23", 121 visualizações, 8 curtidas 10 comentários na *live*); Colabhorasom com Dona Jandira (11 de mar. de 2019, 20'29", 76 visualizações, 12 curtidas, 2 comentários, 7 comentários na *live*); Mostra De Mujeres (14 de mar. de 2019, 15'20", 98 visualizações, 3 curtidas); Espaço Cultural Filme de Rua (12 de mar. de 2019, 16'19", 48 visualizações, 1 curta); A Outra Banda da Lua e Nobat (15 de mar. de 2019, 22'43", 151 visualizações, 6 curtidas, 2 comentários, 2 comentários na *live*); 75 anos de José Lucena Vaz (18 de mar. de 2019, 21'48", 280 visualizações, 17 curtidas, 2 comentários, 2 comentários na *live*); Orquestra Filarmônica de

Minas Gerais (26 de mar. de 2019, 20'42", 103 visualizações, 7 curtidas, 1 comentário na *live*); 3º Encontro Fraternidade Sem Fonteiras (8 de abr. de 2019, 14'07", 178 visualizações, 13 curtidas, 1 comentário na *live*); Todas as Cores (8 de abr. de 2019, 20'54", 51 visualizações, 6 curtidas); Murilo Antunes, Bárbara Barcellos e Telo Borges (10 de abr. de 2019, 10'45", 133 visualizações, 9 curtidas, 1 comentário *live*); Pé de Sonho (11 de abr. de 2019, 21'16", 86 visualizações, 7 curtidas; 4 comentários na *live*); Fundação Clóvis Salgado (11 de abr. de 2019, 18'46", 49 visualizações, 4 curtidas, 3 comentários na *live*); Pé de Sonho (9 de mai. de 2019, 21'38", 126 visualizações, 4 curtidas); Mateus Aleluia (6 de mai. de 2019, 27'45", 285 visualizações, 14 curtidas, 4 comentários na *live*); MABAM (10 de mai. de 2019, 12'49", 97 visualizações, 8 curtidas); Casa Aberta | Novo Horário - O Programa Casa Aberta está em novo horário e recebe Elias Santos como apresentador. Veiculado na FM 100,9 - Brasileiríssima. (20 de mai. de 2019, 3'29", 85 visualizações, 14 curtidas); Grupo Aruanda (28 de mai. de 2019, 21'14", 226 visualizações, 26 curtidas; 24 comentários na *live*).

No segundo semestre, na sequência, a ordem de transmissões ao vivo foram: Banda de Pau e Corda (2 de jul. de 2019, 22'29", 188 visualizações, 19 curtidas, 12 comentários na *live*); Pereira da Viola e Wilson Dias (4 de jul. de 2019, 17'39", 178 visualizações, 17 curtidas, 18 comentários na *live*); Rede Minas Memória (19 de jul. de 2019, 24'55", 162 visualizações, 10 curtidas; 1 comentário na *live*); PRIMEIRO FESTIVAL EMPATIA (24 de jul. de 2019, 17'32", 102 visualizações, 12 curtidas, 8 comentários na *live*); PODÉ NASTÁCIA (30 de jul. de 2019, 30'08", 143 visualizações, 16 curtidas; 14 comentários na *live*); CEROL MATA (2 de ago. de 2019, 30'01", 130 visualizações, 11 curtidas; 5 comentários na *live*); LIVRO "PATRIMONIALISMO NO BRASIL" (5 de ago. de 2019, 21'21", 192 visualizações, 18 curtidas; 2 comentários na *live*); GRUPO PARANGOLÉ E PROJETO CORDELIZANDO (6 de ago. de 2019, 18'56", 61 visualizações, 9 curtidas; 11 comentários na *live*); LIVRO "HISTÓRIAS DO LAZER NAS GERAIS" (7 de ago. de 2019, 100 visualizações, 16'22", 3 curtidas; 2 comentários na *live*); FERNANDO DIAS E GEDEON MESSIAS (9 de ago. de 2019, 117 visualizações, 13'59", 7 curtidas; 4 comentários na *live*); GEDEON MESSIAS (9 de ago. de 2019, 114 visualizações, 12'36", 14 curtidas; 8 comentários na *live*); MICHELE ARROYO (IEPHA) (12 de ago. de 2019, 51 visualizações, 14'32", 2 curtidas; 2 comentários na *live*); CAROLINA ANTUNES - ONG NaAÇÃO (13 de ago. de 2019, 102 visualizações, 12'49", 17 curtidas, 6 comentários na *live*); LENA CUNHA (ENCONTRO INTERNACIONAL DE ARTE) (16 de ago. de 2019, 66 visualizações, 10'24", 4 curtidas; 2 comentários na *live*); AMÉRICO ANTUNES - FESTIVAL DE HISTÓRIA DIAMANTINA

(26 de ago. de 2019, 183 visualizações, 19', 20 curtidas; 4 comentários na *live*); MARCELO MATTE (SECRETÁRIO DE ESTADO DE CULTURA E TURISMO) (6 de set. de 2019, 119 visualizações, 34'22", 4 curtidas); ALESSANDRA PEIXOTO (INSTITUTO UNIMED BH) (16 de set. de 2019, 127 visualizações, 16'47", 13 curtidas, 3 comentários na *live*); BÁRBARA BARCELLOS (19 de set. de 2019, 20'43", 237 visualizações, 23 curtidas; 15 comentários na *live*); BRISA ALKIMIN (30 de set. de 2019, 15'34", 148 visualizações, 16 curtidas; 8 comentários na *live*).

Chama a atenção em 2019 o aumento de comentários nas *lives* do YouTube.com/radioinconfidenciawebtv em relação a 2018.

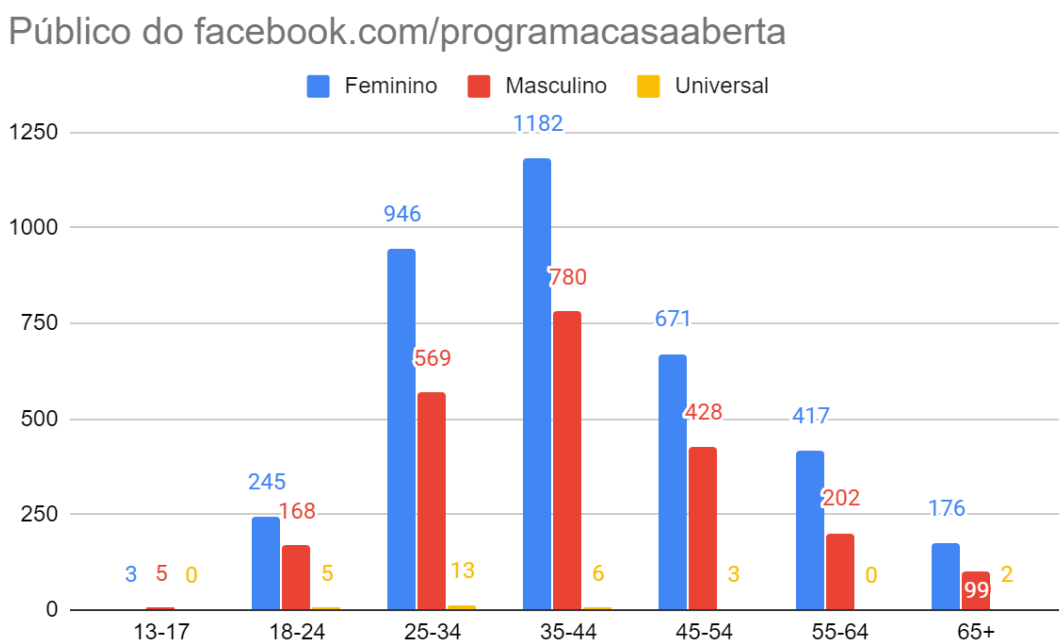
### 2.3 O FACEBOOK DO PROGRAMA CASA ABERTA

A primeira postagem do *facebok* do Programa Casa Aberta é do dia 03 de setembro de 2015, aniversário da rádio, foto do Elias anunciando o novo programa. No dia 07 de setembro de 2015, uma foto com todos os convidados a serem colunistas do programa. Na legenda, consta o seguinte: “Na última semana, nós da Rádio Inconfidência, na foto representados pelo presidente Tancredo Naves, o diretor artístico Elias Santos e a produtora Brisa Marques, tivemos uma reunião com alguns parceiros do Programa Casa Aberta, que estreia na próxima segunda, dia 14 de setembro! Da esquerda para a direita, Luiz Guilherme Gomes, Flávio Henrique, Weber Lopes e João Paulo Cunha. Gedeon Messias, um dos colaboradores, não apareceu na foto, mas também fará parte do programa! Pra começar, quadros sobre cidadania, sustentabilidade, música, crianças, cultura, educação, artes plásticas. Além, é claro, da participação dos ouvintes e de entrevistas diárias! De segunda a sexta, de 10h ao meio dia! Sugestões de pauta??? Poste aqui pra gente!”. No dia 14 de setembro, a postagem com os dizeres: “Finalmente! É hoje!”

É interessante observar que o Facebook do Programa Casa Aberta foi criado antes do início do programa e desde então teve essa importante tarefa de aproximação com o ouvinte.

Em 2020, eram 5.920 pessoas que curtiram o Facebook do Casa Aberta e 6.211 pessoas que seguiam a página. Recentemente, o Facebook trouxe a possibilidade do usuário se identificar com o gênero universal, além do feminino e masculino. O público do Programa Casa Aberta em sua página estava assim dividido pelo gênero e idade (Gráfico 100):

Gráfico 100 – O público do Programa Casa Aberta, por critério de gênero



Fonte: Velise Maciel

Podemos perceber um predomínio do sexo masculino em todas as faixas etárias, com exceção da que vai de 13 a 17 anos. O Facebook também informa as principais localidades dos fãs da página. As principais cidades que aparecem são Belo Horizonte, Contagem e São Paulo.

Tabela 3 - Principais localidades dos fãs da página.

MG	Belo Horizonte,	4.115
	Contagem, MG	262
	São Paulo, SP	115
	Betim, MG	104
	Santa Luzia, MG	69
RJ	Rio de Janeiro,	62
	Nova Lima, MG	46
	Sabará, MG	31
SP	Itaquaquecetuba,	31
	Sete Lagoas, MG	28

Fonte: Velise Maciel

Ainda sobre a localidade dos fãs da página do Facebook, a maioria era do Brasil, mas o programa possuía ouvintes de Portugal, EUA, Espanha, França, Irlanda, Itália, Alemanha, Reino Unido e Canadá.

Tabela 4 - Principais localidades dos fãs da página ao redor do mundo.

<b>País</b>	<b>Seus fãs</b>
Brasil	5.747
Portugal	37
EUA	24
Espanha	11
França	9
Irlanda	9
Itália	9
Alemanha	8
Reino Unido	7
Canadá	6

### **2.3.1 As classificações por estrela e recomendações do Facebook.com/programacasaaberta**

O Programa Casa Aberta surge em 2015 e, ao longo dos anos, na seção “avaliações” do Facebook, a classificação por estrelas foi substituída por “recomendações”. Antes, o ouvinte tinha a opção de classificar o programa escolhendo um número entre uma e cinco estrelas. A partir de 2018 os usuários deixaram de avaliar a página pelo sistema de estrelas e passaram a responder a seguinte pergunta do Facebook: você recomenda ‘tal negócio’?

Segundo o Facebook, o novo formato garantia mais transparência na plataforma, menos *spam* e *feedbacks* mais ricos. O objetivo do Facebook era promover maior transparência na sua plataforma, facilitando avaliações mais autênticas e reduzir a probabilidade de *reviews* fraudulentos e *spam*. Em vez de escolher um número “cegamente” em uma escala de uma a cinco estrelas, as avaliações, substituídas por recomendações, permitem que ele diga por que recomendaria a página a um amigo.

Quando o ouvinte entrava no Facebook do programa, ao responder “sim” em recomendação, uma caixa de diálogo se abria com a seguinte pergunta dentro do box “o que você recomenda sobre ‘tal negócio?’”. O Facebook também o “incentivava” (obrigava) a escrever no mínimo 25 caracteres para poder publicar sua avaliação.

Se o ouvinte ou cliente responde “não”, ele tem a mesma oportunidade de compartilhar seu *feedback* sobre sua insatisfação seguindo os mesmos meios. E, mais uma vez, uma caixa de diálogo é aberta, porém, com a seguinte pergunta: “Como ‘tal negócio’ poderia melhorar?”

A primeira recomendação do Programa Casa Aberta é do dia 30 de agosto de 2018. A partir dessa data, até o dia primeiro de novembro, o Casa Aberta teve 40 recomendações, todas positivas. Selecionamos algumas dessas mensagens: “Amo este raro momento de divulgação, da arte, cultura, cidadania. Simplesmente me aprimora nas minhas manhãs, principalmente como ser melhor como pessoa. Parabéns pelo aniversário. (04 de setembro de 2018 – M.J.A.)”; “programa sensível, delicado e respeitoso com todos os seus ouvintes! (18 de outubro de 2019 – M.P.)”; “Se trata de assuntos que me interessam, entrevistando pessoas comprometidos com causas que apoio. (17 de dezembro de 2018 – I.K.A.)”; “Nesta casa a gente se sente apoiado, seguro, confiante, compreendido, esperançoso ... parabéns Casa Aberta! (17 de dezembro de



2018 – J.C.O.A)”; “Quer ficar por dentro de tudo que acontece, ser ouvido, interagir de verdade e ainda ouvir boa música? (2 de janeiro de 2019 – M.C.C)”; “Um dos melhores programas do rádio mineiro! Diversificado, democrático, boas informações e debates, tratamento carinhoso aos ouvintes, educativo, além da simpatia e competência da equipe! Um alento à nossa inteligência e bom gosto! Vida longa ao programa e à Rádio Inconfidência! Comunicação pública que presta serviço de extrema qualidade precisa ser preservada. (3 de janeiro de 2019 – M.F)”; “programa de grande relevância para a cultura de Minas! Super indico! Cultura, educação, prestação de serviços; abro parênteses para a hora do estagiário. Vida longa ao Programa Casa Aberta! (9 de janeiro de 2019 – R.M.D.L.S)”; “Minha companhia de 10h às 12h! O programa é tão gostoso que nem vejo a hora passar. Cultura, arte, diversão e interação com os ouvintes. Muito bom! (20 de fevereiro de 2019 – R.L)”; “programa com ótimas entrevistas, dicas culturais, boa música, boa prosa, receitas culinárias, recadinho carinhoso para o "mestre com carinho", dicas de livros, comentários políticos da melhor qualidade com a alegria e o bom humor dos apresentadores. Adoro. (27 de fevereiro de 2019 – F.O)”; “Este é o espaço de cultura arte e diversão é a forma de encontrar gente do "bem" e sem procurar! Vida longa aos idealizadores deste lugar na 100,9.... Gratidão, Luz e Paz .... (13 de março de 2019 – W.S)”; “As entrevistas, sempre com conteúdos relevantes e inteligentes. (29 de julho de 2019 – P.M.S)”; “Acompanho diariamente desde sua estreia enquanto estou no trânsito entre minhas aulas. Sou fascinada pela diversidade cultural, social e o forte caráter político de seus quadros! Além de ser uma grande fã de Elias Santos!!!! O programa é sensacional!!! A gente realmente se sente em casa ao ouvi-lo! Vida longa Casa Aberta!!! (30 de agosto de 2018 – E.F.F.C)”

É interessante notar que os comentários não são muito diferentes ou mais bem elaborados que na época das avaliações por estrelas. A primeira avaliação de estrelas do Programa Casa Aberta é de 14 de setembro de 2017. De setembro de 2017 a agosto de 2018 foram 86 avaliações, mas chama a atenção que 47 ouvintes só classificaram, sem nenhum comentário, enquanto outros 39 deixaram uma mensagem. Também destacamos o fato de o Programa Casa Aberta ter sido avaliado por duas únicas vezes com quatro estrelas ao invés de cinco, e, nestas duas vezes, a pessoa ter elogiado bastante o programa, demonstrando que a classificação por estrelas nem sempre obedece a critérios objetivos.

São alguns dos comentários ainda no processo de avaliação com estrelas: “Excelente programa que incentiva o desenvolvimento pessoal, proporciona acesso à cultura e nos torna mais humanos...VIVA. (14 de setembro de 2017 – R.R)”; “Melhor programa de rádio de todos os tempos. A intenção dos produtores de inovar e envolver o público com a programação da

Inconfidência, superou todas as expectativas. (14 de setembro de 2017 – C.V)”; “A rádio volta a ser a maravilha e mágica nas ondas sonoras. Sucesso a este programa que abre a nossa mente e entendimento do nosso planeta. (10 de outubro de 2017 – R.A)”; “programa que me inspira de diversas formas, no trabalho para ser um ser humano mais tolerante, aberto e alegre... A Velise seria a queridinha. E O Elias um grande mestre da arte da comunicação. Colunistas adoráveis. programa SHOW. Faz parte da minha vida. (10 de outubro de 2017 – M.R.M)”; “Cultura, cidadania e informação! Mas é muito mais que isso! Casa Aberta é alegria e diversidade, é arte e amizade! Viva essa casa! (17 de outubro de 2017 – F.N.)”; “Muito bom o programa, trata de temas muito importantes para a formação dos cidadãos, temas esses muitas vezes negligenciados até mesmo pelo estado, programa muito importante para a sociedade, parabéns a todos envolvidos. (5 de dezembro de 2017 – W.L)”; “Um programa que todas as pessoas deveriam ouvir ao menos uma vez para entenderem que existem informações sobre outras perspectivas! Um programa que trata sobre cidadania, assunto que pouco se vê em outras mídias !!! Casa Aberta é Brasil real!!! (5 de dezembro de 2017 – M.S)”; “Amo a rádio Inconfidência e ouço, desde o início, o Programa Casa Aberta, com a apresentação do grande profissional e especialista em rádio Elias Santos e pela Velise Maciel, com sua voz delicada e macia. O conteúdo é fantástico, profundamente cultural. Adoro o "Arte ao Cubo", o quadro sobre a diversidade, agora também sobre a programação da Fundação Clóvis Salgado, o quadro infantil. Tudo fantástico, nos levando para várias partes da imaginação. Agradecido. (17 de janeiro de 2018 – M.O)”; “Além de trazerem Cultura, Cidadania e Educação para as minhas manhãs e para a minha vida, posso afirmar que tudo ficou melhor depois deste programa lindo e especial. Através da querida Velise entrei nesta Casa, fui e sou muito bem recebida e fiz amizades especiais para a minha vida. Gratidão a vocês por tudo!!! ♥ Tamujunto pra sempre. (10 de abril de 2018 – R.B)”; “Casa aberta além da produtora tão generosa e atenciosa, um apresentador transparente, corajoso que respeita todas as opiniões contrárias dando voz a elas no ar, conta com todos nós para participar, somar, interagir e olha que entre nós gente professores que dão aula de história, gente que entende de turismo, natureza, gastronomia, amor, vivência....viva com gratidão, emoção, conhecimento e verdade. Amamos-nos todos, todas e quem mais vier e quiser amar. (26 de abril de 2018 – C.M.M)”

### **2.3.2 As postagens dos ouvintes na linha do tempo do Facebook.com/programacasaaberta**

Ainda sobre a página do programa no Facebook, ela sempre foi aberta e além da possibilidade de enviar mensagens privadas, só lidas pelos administradores, o ouvinte podia também publicar na própria linha do tempo do Facebook. São várias as razões que levavam o ouvinte a optar pelo Facebook e não pelo WhatsApp. É interessante notar que em 2015 muitas pessoas ainda não possuíam um celular com o aplicativo. Além disso, o número do WhatsApp do programa, por mais que fosse repetido todo dia no ar, era difícil de gravar. É comum inclusive mensagens perguntando qual o número do WhatsApp do programa, ainda que ele estivesse no perfil da página.

Mas várias das fotos e vídeos enviados para o WhatsApp do programa também eram replicadas no Facebook, com a autorização de quem enviou, para que outros ouvintes também tivessem acesso. E ao longo dos anos várias fotos e vídeos foram postadas diretamente por eles.

Para se ter uma ideia, quando o programa começou, foram 120 postagens de terceiros, incluindo artistas, produtores e ouvintes na página do programa. Dessas, cinco foram fotos de ouvintes.

Em 2016, foram 360 postagens, sendo 63 fotos publicadas diretamente pelos ouvintes e 17 vídeos. Em 2017, foram 333 postagens, sendo 100 fotos publicadas diretamente pelos próprios ouvintes e 3 vídeos. Em 2018, foram 193 postagens, sendo 61 fotos e três vídeos. Em 2019, foram 147 publicações sendo 59 fotos publicadas diretamente pelos ouvintes.

Além de publicar fotos, os ouvintes aproveitavam a linha do tempo para falar sobre entrevistas, para mandar abraços, para elogiar o programa, mesmo tendo a opção avaliar/recomendar, muitos faziam pela linha do tempo. Também escreviam em datas como aniversário de alguém da equipe, do programa ou da rádio. Pessoas que ouviam de longe, mas não eram ouvintes fiéis, também preferiam mandar um alô pelo Facebook ao invés de enviar pelo WhatsApp.

Separamos alguns desses comentários. Em 2015, as primeiras postagens dos ouvintes na linha do tempo do Facebook.com/programacasaaberta são em relação a estreia do programa: “Mas tá uma belezura esse programa, viu!!! Parabéns aos envolvidos!! (14 de setembro de 2015

– A.P.S)”; “Parabéns, Elias Santos e equipe pelo novo programa. Que ele traga novos ares para a nossa música mineira. Viva! (14 de setembro de 2015 – T.L)”; “Delícia de programa! Estava aguardando por essa estreia! Elias e equipe, estamos aqui torcendo pelo sucesso do Casa Aberta com o coração aberto! Abraços (14 de setembro de 2015 - A.M.N )”; “Hoje completando 05 dias da estreia do Programa Casa Aberta. Não é que os caras passaram uma música com Barão Vermelho, que é composição do mestre Raul Seixas que EU NÃO CONHECIA??? Caçambas de bom sohhh. O programa com uma proposta super leve, com informações bem fundamentadas, entrevistas boas, página de música para quem curte boa e boa música brasileira. Valendo. (18 de setembro de 2015 – M.C)”; “A Rádio Inconfidência é minha companheira de todas as manhãs. Parabéns pelo Programa Casa Aberta. Os ouvintes estavam realmente precisando de algo de qualidade para alegrar o dia. Já fui repórter de polícia da Radio Inconfidência AM em 1995 e tenho a maior admiração por ela. Um grande abraço a todos. (21 de setembro de 2015 – P.F)”; “programa maravilhoso é o que estava faltando nas nossas manhãs!!! (22 de setembro de 2015 – S.M.S); Bom dia!!!!!!!!!!!!!!!!!!!! Lindo programa... Que as flores enfeitem esta casa de muita música, cidadania e educação!!!!!!!!!!!!!!!!!!!!Obrigado por esta possibilidade!!!!!!!!!!!!!! (23 de setembro de 2015 – P.G)”. Também é interessante notar que já em 2015 aparece na linha do tempo uma ouvinte que se identifica como ouvinte escutante, termo que o Elias trouxe ao programa desde o início: “Nossa, que saudade de ouvir o programa - estava ocupada esses dias, sem poder acessar nem no telefone! Ufa, ouvinte escutante em dia!!! Abraços e parabéns sempre, a todos... 😊 (14 de dezembro de 2015 – N.C)”. Também um comentário em relação a participação no programa de um ouvinte que não possuía o WhatsApp: “Bom dia !!! Como participar do programa sem o WhatsApp? (17 de dezembro de 2015 – H.O)”

Em 2016, já encontramos várias referências a entrevistas e quadros do programa que marcaram o ouvinte. São alguns desses comentários: “Brisa e Elias, hoje vocês veicularam, no quadro: "Ao mestre com carinho", minha homenagem aos meus pais. Fiquei muito emocionada e muito agradecida. Muito, muito, muito obrigada! (14 de março de 2016 – M.A.)”; “Sou ouvinte do Casa Aberta e foi aí que eu escutei a reportagem sobre o edital para a exposição no Museu Mineiro, William Shakespeare 400 anos depois e fui selecionado para expor minha obra. Detalhe, é a primeira vez que meu trabalho é exposto em uma galeria. Obrigado Programa Casa Aberta, obrigado! (3 de maio de 2016 – G.M)”; “Assisto diariamente o programa ótimo! E o quadro que mais gosto é o Ao Mestre com carinho, pois além da minha mãe ter sido professora, eu valorizo muito a educação e os seus profissionais. (31 de maio de 2016 – S.M)”; “Ficamos emocionadas com o programa de hoje, a Xica e sua vivência! O Casa Aberta sempre traz boas

discussões e acompanhamos sempre aqui no ateliê. A casa de mãe tem um ateliê social que tem como objetivo o empoderamento feminino através do design e artesanato. Adoramos a notícia da Feira Estadual de Economia Popular Solidária. Iremos conferir! (8 de junho de 2016 – C.M)”; “programa casa aberta, sinto-me casa, minha casa aberta, aberta ao sonho, aberta as boas lembranças, a boa música, ao bom bate papo. Sinto-me feliz e privilegiado, participei ou melhor o meu pedido de música do ouvinte foi selecionado, minha singela homenagem ao mestre com carinho também. O meu bom dia quase diário lido pela doce voz de Velise e o grande e super educado Elias que é um cara legal, obrigado programa casa aberta por deixar nossa voz invadir as ondas do rádio e ir direto às casas dos ouvintes escutantes, um abraço. (20 de setembro de 2016, M.D.M.S)”

Também em 2016, aparecem algumas referências a emoção causada pela programação musical: “Hoje, o Casa me tirou umas lágrimas dos olhos. Desculpem-me a ignorância, mas nunca havia ouvido a Vanessa da Mata cantando esta música. Caramba... Eu, ali, na banca, disfarçando, clientes passando, eu aumentando o som do radinho... Adoro esta (como tantas outras) preciosidade borgística, foi demais. Valeu! (6 de junho de 2016 – A.C.)”; “Se alguém me chamar de doido a culpa é da Ana Cristina! Tô fazendo caminhada e me pus a dançar e caminhar ao mesmo tempo ao som da música dela! Irresistível! (9 de junho de 2016 – D.A.J)”.

E por falar em música, em 2016, morre o cantor Vander Lee, e aparecem algumas referências a ele na linha do tempo do Facebook: “Tristeza Profunda! (5 de agosto de 2016 – R.A)”; “Muito triste com a morte do nosso querido Vander Lee. Chorando muito. O céu está mais lindo agora. Que os bons espíritos possa guia-lo!! 😊😊😊😊 (5 de agosto de 2016 – L. A. F.)”; “Adoro a programação! Sou fã e essa é minha primeira publicação! Show da Fernanda Takai em Itabirito! Homenagem ao eterno Vander lee. (8 de agosto de 2016 – F.P)”; “Bom dia Elias! Parabéns pelo programa! Escuto todos os dias! Amo!! Adorei a sugestão da ouvinte: abrir o programa com Vander Lee! Por que não? Ele merece!! Deus não lhe deu tempo para ser conhecido no Brasil todo. Cabe a nós, mineiros, principalmente os radialistas a divulgar a sua obra maravilhosa!! Conto com vocês! Um grande abraço! Sônia Ferreira- Pedro Leopoldo (15 de agosto de 2016, S.F)”

A conjuntura política do país em 2016, já retratada nas entrevistas e conduzida pelo editorial do programa, também gera comentários dos ouvintes: “Parabéns, Elias! Sua fala a respeito da atual conjuntura política do Brasil foi simplesmente perfeita! 🙌🙌🙌 (4 de março

de 2016 – C.U)”; “Sou muito fã deste programa lindo. Parabéns! Quero me manifestar sobre o dia de hoje: parece que o golpe, infelizmente, está começando a se consumir. Um abraço para vocês. (4 de março de 2016 – R.B)”; “Parabéns ao programa por abrir espaço para análises sérias, nesse momento crítico do nosso Brasil. (4 de março de 2016 – D. A)”; “Discussão de alto nível a respeito do Estado de exceção que se instaura no país. Parabéns pela sobriedade e discernimento! (4 de março de 2016 – F.M.F)”; “Quero parabenizar ao Elias, Brisa e toda a equipe pelo belo do programa de hoje, com convidados excelentes, pela lisura dos seus depoimentos e que seja respeitada a democracia. Fiquemos alertas. Já passamos por isso. Força Brasil! (4 de março de 2016 – M.L.F)”; “Estou ouvindo o programa e temos que ocupar as ruas do Brasil. AS RUAS BRASIL! Somos 200 milhões e podemos barrar tudo isto que está acontecendo se quisermos um Brasil de Fato!! (7 de outubro de 2016 – R.O)”; “Caríssimos Velise e Elias: quero fazer uma sugestão de pauta: levar aí no programa essa moçada das ocupações, que estão fazendo história e dando um exemplo para os adultos. Vamos abrir a Casa para eles também, que estão enfrentando uma barra, que não é pouca coisa! Abraços. (2 de novembro de 2016 – R.F.)”.

Em 2016 o programa completou um ano e ganhou algumas homenagens na linha do tempo: “Adoro o casa aberta!!!! Sou ouvinte escutante e dançante do melhor programa das nossas manhãs!! (17 de junho de 2016 – C.S.)”; “Olá Casa Aberta...um carinho Prá VOCÊS...parece que foi ontem que o programa começou heim....abraços e Vida Longa !!!( 22 de julho de 2016 – C.M.)”; “Parabéns por um ano de Programa Casa Aberta e pela qualidade não só da programação musical como também da apresentação, as entrevistas e comentários.( 29 de julho de 2016 – A. V. F. A.)”; “Um ano de programa!!!Parabéns, pois que venham mais 100 anos, pq o que é bom, e para durar... E um programa desse nivel que nos traz cultura cidadania e educação, ainda por cima, a participação do ouvinte e de se elogiar todos os dias. A toda equipe, vida longa!!! Bjs (9 de agosto de 2016 – R.R)”; “Parabéns a esse programa genial, divertido, que tem papel social fundamental e tempera as nossas manhãs e nos deixa saciados de boas energias, boa música e boas informações. Salve,salve toda a equipe do programa, longa vida. (10 de agosto de 2016 – G.A.)”. “Até mesmo uma poesia foi publicada: Sintonia - A rádio, não o rádio / Irradia os ares da casa / A música se faz em festa / Das que afagam o coração / A rádio, não o rádio / Tem a fala honesta / Com seu ouvinte estudante / De compromisso e seriedade / A rádio, não o rádio / Sabe rir na hora certa / Sem ofender ética e moral / A rádio, não o rádio / Te dá direito de escolher:/ - Por que devo mudar de estação? (11 de agosto de 2016 – V.F.S)”

Também podemos acompanhar na linha do tempo as mensagens com o sentimento de quem participou ao vivo do programa de aniversário: “Obrigado por poder participar com vcs deste programa delicioso!! Ver de perto os ouvintes escutantes e todos que fazem a magia no ar! Foi um barato este pik nik!! foi massa demais!! (14 de setembro de 2016 – R.A)”;

“Fiquei muito feliz em participar na pintura dessa obra que será presenteada ao Elias. Vai ficar muito bacana assim que o Gedeon terminar. Estou muito feliz por ter participado da festa de um ano do Casa Aberta!!! (14 de setembro de 2016, W.C)”.

É interessante notar a função do Facebook como rádio expandido em algumas mensagens: “Ontem, 19 de outubro de 2016, procurando alguma coisa diferente encontrei o PROGRAMA CASA ABERTA; era uma voz que eu já conhecia da TV HORIZONTE... Continuei ouvindo e gostei! Hoje, de novo, ouvi, gostei... acho que vou virar ouvinte, escutante mesmo... mais tarde vim ao FB e estou curtindo tudo! (20 de outubro de 2016 – C.Q.D.S)”;

“Sou ouvinte e amo o programa de vcs estou feliz consegui contato obaaaaaaa q legal. (12 de outubro de 2016 – C.S.)”. Teve até uma ouvinte que afirma na linha do tempo que comprou um telefone que permitia o WhatsApp só para participar do programa: “Então, Casa Aberta... Tive que providenciar um telefone com wahtssap para poder comunicar mais com vcs.... Acreditam?? Mas me perdoem os erros. Ainda estou engatinhando ainda nessa nova tecnologia... Rs. Mande um áudio aí para o quadro Sequencia do Ouvinte. Amanhã (08.7) eh niver do meu filho Thiago Vidigal, se não der tempo de ouvirem o áudio, mande-lhe um bj ao vivo no programa. Já vai valer... Bjs (7 de julho de 2016 – R.R.)”;

“Novamente, podemos achar comentários de pessoas que buscaram o Facebook porque não conseguiram anotar o WhatsApp do programa: Qual o WhatsApp do programa? Parabéns pelo aniversário! 1 ano enfeitando nossas manhãs com otimas músicas e muito conhecimento! (10 de agosto de 2016 – L.T.O)”;

“Ainda que temporariamente sem comunicação interativa, recebam, todos os dias, o meu Bom Dia, Casaaaaa !! (13 de setembro de 2016 – A.C)”

Em 2017, logo no início do ano, houve uma polêmica na linha do tempo do Facebook do Programa Casa Aberta. Um ouvinte criticou a postura editorial do programa com uma longa mensagem e vários ouvintes responderam-lhe por lá, na mesma postagem. A mensagem era a seguinte: “Tenho uma imensa admiração pela Rádio Inconfidência e diversos de seus programas, que como poucas rádios do Brasil prezam pela excelência em seu repertório exclusivamente nacional. Além disso, a rádio sempre se pautou pela imparcialidade política e esportiva, sem deixar de expor a verdade aos seus ouvintes. Mas, infelizmente, o que se tem

observado no Programa Casa Aberta é um direcionamento incômodo, tendencioso às linhas de esquerda que atuam no país. E é inadmissível que um meio de comunicação, financiado por recurso público, ou seja, nosso recurso, se permita ao emparelhamento de quaisquer ideologias, sejam essas de esquerda, de direita, de centro ou até mesmo sem direção. Nessas instituições, a pluralidade de ideias deve sempre ser defendida, sem ataque à liberdade de opinião. Como ouvinte regular da Rádio, e da maioria de seus programas, considero desnecessárias e tendenciosas as críticas do apresentador Elias Santos e seus convidados ao trabalho árduo que vem sendo feito pelo atual governo, para tentar minimizar os sérios problemas que o país enfrenta, consequência da péssima administração pela qual o país passou nos últimos anos. Acertadamente ou não, a atual administração é fruto de um processo democrático, na qual uma presidente, legitimamente, e é bom destacar, pois o processo obedeceu todos os critérios constitucionais, foi afastada de seu cargo, tendo seu vice assumindo o mais alto posto da política brasileira. Incentivar termos como golpe, atacar manifestações como o panelaço, ou as passeatas, não contribui em nada para o desenvolvimento político e econômico do país e a liberdade de expressão. No último programa, veiculado no dia 03 de março, essa atitude tendenciosa chegou ao extremo, quando o apresentador, no momento de apresentar as notícias políticas do país, disse: “Muitas pessoas se mobilizaram a favor do Impeachment da Presidenta Dilma Roussef, queria Fora, fora, fora! E não pensaram no que viria depois. O Impeachment traria o quê? O vice presidente assumiria. Pessoas de forma até inconsequente, fala assim, tem que tirar, tira, não vai ficar pior. Aí, nós estamos vendo que ficou pior ainda. Então preciso pensar nesse momento a partir de agora (...) Me parece que boa parte das pessoas que pediram o Impeachment não esperavam isso que está acontecendo hoje, estão de certa forma, arrependidas (...)”. Com base em quais argumentos o apresentador pode afirmar que o Brasil está pior? Organismos internacionais e as instituições sérias de análise socioeconômica do país têm afirmado nos últimos dias, que o aumento das previsões positivas para o Brasil nos próximos dois anos reflete a maior estabilidade da economia e a melhora da confiança, que parece estar saindo do fundo do poço. Caminhamos lentamente e de forma árdua é verdade, com um forte ajuste fiscal e uma dura reforma da Previdência, dentre outros tantos nós que teremos que engolir, mas é importante não esconder a verdade: Tudo isso só acontece porque nos últimos anos, abusamos de políticas econômicas ancoradas nos gastos públicos! Perdemos a estabilidade econômica com a volta da inflação, do desemprego e de outros tantos fantasmas que assombraram esse país em décadas passadas e que desde o Plano Real, acreditávamos estavam extirpadas. Por isso, contrariando a afirmação do apresentador, é importante deixar



claro: a atual situação que enfrentamos não é consequência do processo legal de Impeachment da ex-presidente Dilma Roussef, mas o contrário é verdadeiro, ela e sua equipe saíram porque não tiveram competência para administrar o país, levando-o a bancarrota. Pra finalizar, quero deixar claro aqui que não defendo este ou aquele político, mas defendo um país melhor, mais justo, com melhores investimentos em educação, saúde e saneamento básico. Sou a favor de toda e qualquer investigação livre, para que todos aqueles que erraram sejam julgados e punidos dentro da lei, de forma a que este processo preserve os valores da democracia brasileira, que apesar de tantas dificuldades, tem-se mantido cada vez mais forte e estruturada (04 de março de 2017 – P.V)”.

Além de ouvintes que responderam diretamente na mensagem, outros ouvintes resolveram não responder, mas darem a sua opinião sobre o posicionamento político do programa em novas mensagens: “Gostaria de com todo respeito e democraticamente apoiar a posição política do apresentador Elias Santos! Pois vivemos em um país cuja mídia que atinge milhares de lares em todo o Brasil se mostra tendenciosa e não abre espaço para quem é contra o golpe que assola nossa nação! Vivemos em uma cultura em que as pessoas ainda se apoiam as raízes da ditadura e não aceitam quando as pessoas fogem do senso comum! A vingança não é somente contra o Partido dos Trabalhadores e sim contra o povo brasileiro que passou a ter acesso aos bens de consumo, educação e cultura é particularmente deixo aqui meu mais sincero FORA TEMER!!!! (6 de março de 2017 – M.S.)”; “9 em cada 10 mídias podemos perceber opiniões completamente reacionárias e de direita por parte dos comunicadores, que na maioria das vezes não representa os interesses da maioria da população. Será que dos mesmos produtores da "Escola Sem Partido", teremos também a "Rádio Sem Partido"? (6 de março de 2017 – C.V)”; “Gosto de todos os programas que acompanho na brasileiríssima e as vezes na gigante. E além de informação, cidadania, cultura o casa aberta tem me ajudado a entender melhor esta comunicação com o outro. Principalmente quando o outro tem opinião totalmente diferente da minha. Ao ler no ar a crítica de um ouvinte na íntegra respeitando totalmente o direito da opinião e de expressão do ouvinte que pensa completamente diferente de mim, o apresentador me fez ver o quanto eu preciso mudar e ser melhor. E hoje quando falou como funcionava os quilombos fiquei boquiaberta. Nunca tinha pensado nisto os quilombos não eram ilegais: funcionava negociando com os próprios senhores brancos. Nunca tinha pensado nisto. Olha que interessante perceber que a política é assim. Se elegemos uma Presidenta progressista ou Presidente progressista temos que nos esforçar para eleger um congresso progressista

também se queremos avanços....Obrigada casa aberta, Elias Santos, Velise e a toda equipe da casa aberta...( 7 de março de 2017 – C.M.M)”.

Outras mensagens relativas a temas políticos também foram escritas pelos ouvintes na linha do tempo do Facebook em 2017: “Parabéns Casa Aberta. Me orgulho de vcs. Que lindo ! Me emocionei com a adesão a Greve GERAL 28 de ABRIL 2017. Casa Aberta faz a diferença. #radioinconfidenciafm (27 de abril de 2017 – M.D.C.P)” ; “Quando o radialista se compromete com a verdade é bonito de se ouvir. Parabéns Elias Santos pela condução editorial do Casa Aberta de hoje, segunda, dia 23/05. "Não há como negar" a importância da grande mídia ser uma referência da verdade histórica no campo político atual. #STFanulaimpeachment #voltademocracia #nenhumdireitoamenos (22 de maio de 2017 – C.A)” ; “Sobre a entrevista agora com a Sra Deputada, tratando sobre políticas de inclusão social. O assunto, sem dúvida, é uma necessidade importante. Minha crítica é em cima dos termos utilizados. Penso ser equivocado a separação das pessoas por cor da pele. O termo "Cotas raciais" chega a ser separatista. E os brancos de baixa renda? (27 de junho de 2017 – N.U.A)” ; “Oi pessoal super bacana que eu adoro, sei que vocês sabem Paulo Freire é o patrono da educação brasileira. Existe no Senado uma proposta de revogação desse título. É preciso votar NÃO, pois Paulo Freire é modelo para os educadores mostrarem a realidade sem disfarces para que o nosso povo possa transformar a vida. Vote NÃO a essa revogação. Por isso peço ajuda na divulgação. Obrigada demais. (25 de outubro de 2017 – F.A.A)”

Algumas outras pautas do programa também foram comentadas ao longo do ano: “Bom dia! Eu já fui supersticiosa quanto à sexta-feira treze, gatos pretos e outros. Mas perdi o medo depois que conheci o meu marido que nasceu no dia 13 de agosto numa sexta-feira treze. Se Deus me abençoou com ele não posso acreditar no azar, concordam? Vamos completar 22 anos de casados e temos dois filhos muito gatos. Bjs. (13 de janeiro de 2017 – R.F)” ; “Parabéns Casa Aberta pela dica da mesa Controvérsias e o Indizível no Futebol: Machismo, Homofobia e Racismo! (19 de maio de 2017 – P.S.J)” ; “Ontem gostei muito da conversa sobre fotos do lambe lambe. Temos fotos tiradas no parque Municipal. Valorizar o artista e ao mesmo tempo contar histórias da vida! Muito bom! Parabéns pela entrevista (25 de maio de 2017 – S.M)” ; “Eu ouvi essa sua entrevista com o Lenine! Adoro seu programa. Um abraço! (7 de junho de 2017 – D.M)”.

Dúvidas sobre as entrevistas ou dicas também apareceram: “No programa de hoje, dia 29/09, foi citado um livro que será lançado, e falava sobre ensino/educação...qual o título? (29 de setembro de 2017 – F.A)”;

“Qual é o nome da pessoa que falou hoje no programa sobre a Judith Butler e a teoria Queer? (7 de novembro de 2017 – N.M)”.

Novamente, pessoas fora da grande BH se manifestaram pela página do Facebook em 2017: “Bom dia.....manda um abraço pra mantena-mg, leste de minas, estamos todos os dias ouvindo seu programa... (30 de janeiro de 2017 – M.N)”;

“Parabéns desde Chile por su programa na radio!! Gosto muito. (28 de setembro de 2017 – M.J.M)”;

“Curtindo o programa pela internet aqui em Lambari no Sul de Minas. (10 de abril de 2017 – R.D)”;

“Estou aqui em Sampa ouvindo o Casa Aberta enquanto me preparo pra ir pro trabalho e matando a saudade de Minas. Abração, meu querido Elias e toda equipe! (3 de maio de 2017 – M.A.P)”;

“Bom dia, Casa Aberta! Sou ouvinte escutante das bandas do Ceará. (8 de agosto de 2017 – L.S)”;

É interessante observar que muitos dos ouvintes que ouviam o programa fora de Minas Gerais, mais casualmente, preferiam o Facebook ao invés do WhatsApp para se manifestar. Um artista plástico chegou a enviar uma foto de uma pintura que fez durante o especial do Programa Casa Aberta aos 100 anos do Carlos Drummond de Andrade: “Olá! Ontem vcs pediram uma pintura do Drummond. Então como sou muito fã dele e da rádio, mesmo ouvindo aqui de SP pela internet, vai aqui minha homenagem. Essa rádio é um alívio em meio ao caos. Nunca percam essa qualidade!!! Obrigado!!! (31 de outubro de 2017 – M.C)”

Alguns outros comentários podem ser visualizados em relação ao rádio expandido, aos sentidos, a necessidade de se comunicar e não ter como acessar determinada rede social naquele momento: “Sou professora e muito bom assistir vocês, pq não é ouvir somente é assistir. É uma bela sala de aula. (20 de março de 2017 – S.R)”;

“Bom dia, Elias e Velise! Estou com problemas no telefone, mas queria registrar meu agradecimento ao kit que vcs me presentearam, contendo, para minha surpresa, um ingresso para o espetáculo maravilhoso "'Alice no País das Maravilhas', com Giramundo!!! Vlw dms!!! Amei. Dps envio fotos, como combinamos sempre! Bjao. Bom programa. Sempre ligada em vcs, claro. (25 de maio de 2017 · R.R)”;

“Bom dia Velise! Hoje estou sem celular, mas ouvi a sequência do ouvinte e adorei. muito obrigada! (27 de outubro de 2017 – C.V)”

Alguns outros comentários sobre o Facebook e o WhatsApp e a sensação de ser mencionado mesmo sem ter WhatsApp, só com a participação do Facebook: “Muito legal curtir

e acompanhar esta página e seu programa... (3 de novembro de 2017 – E.M.)”; “Ola queria o numero do zap da Radio. Obrigado. (21 de novembro de 2017 – D. M)””; “Muito obrigado pelas referências feitas por vocês à minha pessoa. Obrigado de verdade. (24 de agosto de 2017 – A.A.)”

A linha do tempo de 2017 também trouxe o relato de ouvintes que se encontraram em um programa externo e o sentimento de comemoração com as datas especiais do programa: “Dia lindo que nosso Programa Casa Aberta nos proporcionou. .. gente linda linda e agradável feliz demais de fazer parte da festa de dois anos... vida longa ao casa aberta... (14 de setembro de 2017 – C.S)””; “Parabéns ao programa matinal mais querido dessas nossas Minas Gerais! Comemorei o aniversário do programa com uma das minhas delícias prediletas. Arroz, carne moída, ora-pro-nóbis e angú. (14 de setembro de 2017 – P.F)””; “Ontem foi dia de confraternizar com os melhores amigos do mundo!!! Programa Casa Aberta gratidão eterna a vcs pelos maravilhosos amigos que conquistei nesses dois anos!!!#gratidao (4 de dezembro de 2017 – C.S)”.

Em 2018, as primeiras mensagens da linha do tempo do Facebook do Programa Casa Aberta falavam da morte do então presidente da rádio, o músico Flávio Henrique: “Estou muito triste com a perda do Flávio Henrique, meus sentimentos a todos da rádio. Que ele encontre muita luz e paz em sua nova morada. Abraços. Ana de Castro, ouvinte fiel da rádio. (18 de janeiro de 2018 – A.D.C)””; “Muito triste com a morte do Flávio Henrique. A Cultura mineira perde um homem espetacular. — 😞 sentindo-se triste. (18 de janeiro de 2018 – L.A.G.)””; “Família Casa Aberta, Família do Flávio Henrique, Família Rádio Inconfidência, Família Brasileira de ouvidos de Fino Trato; A todos o meu abraço e troca de energias positivas neste momento de consternação, pela transmutação do nosso querido Flávio, nestes momentos recorro à sábias palavras do nosso "Poeta Maior" que elas também confortem vocês: AUSÊNCIA / Por muito tempo achei que a ausência é falta./ E lastimava, ignorante, a falta. / Hoje não a lastimo. / Não há falta na ausência./ A ausência é um estar em mim./ E sinto-a, branca, tão pegada, aconchegada, nos meus braços, que rio e danço e invento exclamações alegres, porque a ausência, essa ausência assimilada, ninguém rouba de mim./ Carlos Drummond de Andrade, "O Corpo"/ Flávio, partiu para dentro do nosso ❤️<3 . Bjos! (19 de janeiro de 2018 – N.F)”

Também podemos ver que, logo depois, vários ouvintes escrevem mensagens de apoio a nomeação do Elias Santos para a presidência da EMC: “Parabéns, Elias Santos!! Vc fez por merecer esta conquista. Tenho certeza que a cultura continuará avançando. Boa sorte e muito sucesso nesta nova empreitada pessoal e profissional (26 de janeiro de 2018 – R.C.F)”;

“Parabéns, Elias! Como dizem em inglês, ' you have big shoes to fill.' Que bons ventos soprem continuamente a seu favor nessa nova etapa. (25 de janeiro de 2018 – D.D)”;

“Parabéns Elias Santos. Acabei de ouvir a notícia de sua indicação para a coordenação. Sou ouvinte da inconfidência de 30 anos e você é um grande cara. Sucesso e que Deus te abençoe.( 25 de janeiro de 2018 – F.L.B)”;

“Repito o que já falei pelo whatzap: no meio de um turbilhão de notícias ruins, Elias na presidência da EMC é uma luz no fim do túnel... Um abraço e os melhores votos da amiga ouvinte-escutante e fã! (26 de janeiro de 2018 – G.M.A.M)”

Novamente, é possível ver vários comentários ao longo do ano sobre os temas das entrevistas ou do dia: “Gratidão é a palavra que resume o carinho que a atriz e escritora Ana Regis teve para com a Escola Estadual Mário Elias de Carvalho. Nesta noite (5/4/2018), de forma gratuita, ela apresentou sua peça teatral "Peixes" para os alunos da EJA (primeiros anos) e para o primeiro e segundo anos regulares. Quero agradecer imensamente essa oportunidade que tivemos, pois o tema abordado na peça, embora profundo e chocante, tornou-se mais leve por conta da arte, da dramaturgia e isso é mérito da excelente atriz que escreveu, interpretou e dirigiu a peça de maneira extremamente profissional, o nível da peça é altíssimo, super indico. Quero agradecer também ao Elias e a Velise, do Programa Casa Aberta, pois foi ouvindo a entrevista e divulgação da Ana pela rádio é que pude assistir ao espetáculo e conseguir ter a honra da apresentação na escola em que leciono. Meu nome é M. S., professora de escolas públicas (municipal e estadual), amante das artes, em especial do teatro. Os alunos ficaram totalmente envolvidos e a vontade durante a peça é no debate que aconteceu logo após. (5 de abril de 2018 – M.S)”;

“Hoje, ouvindo o Programa Casa Aberta, me deparei com a entrevista de um membro da Associação Brasileira de Psiquiatria - ABP, falando sobre o início da campanha contra a PSICOFOBIA. Quem acompanha meus posts sabe que falo sobre isso há bastante tempo, não só por eu enfrentar a depressão e a síndrome do pânico, mas por eu conhecer muitas pessoas que passam por isso e nem mesmo buscam ajuda porque sentem vergonha. Eu só não sabia que já havia um termo próprio para isso. (16 de abril de 2018 – A.S.M)”;

“Parabéns pelo tema! sobre as vacinas e saúde pública! (22 de março de 2018 – R.A)”;

“Maravilhoso o programa de hoje. Sou psicóloga, defendo a saúde mental. E estou amando tudo. Parabéns à todos vcs. (18 de maio de 2018 – R.F)”;

“Me chamo D.R., sou de Nova Lima

e atualmente moro em São Bernardo do Campo, SP. Ouvindo Casa Aberta e rindo muito com o pau doce mineiro. Aqui na região tem muitas árvores do nosso querido pau doce, porém eles não comem da fruta.... e muito menos conhecem como árvore frutífera. Dizem ser uva japonesa e outras definições.... Que saudade de Minas meu Deus!! Casa Aberta.... sempre escancarada!! Intervindo com cultura e educação. Grande abraço a todos (30 de maio de 2018 - D.A)”

O uso do Facebook ao invés do WhatsApp aparece novamente nas mensagens: “Bom dia!! Estou sem Zap para participar hoje, mas meu carinho vai por aqui hoje! Velise quero te desejar muitas felicidades no seu dia! Vc que nos alegra tanto com sua produção e participação no Casa, este programa que eleva a cultura da nossa cidade! Obrigado por ser esta pessoa simples e tão carinhosa com a gente, os ouvintes, sua atenção é algo divino mesmo. Que Deus te guie sempre, e Nossa Senhora hoje lindamente representada no programa pela Camila. Um dia mais que especial! Que Bh sempre te abrace com carinho. Parabéns Querida Velise!! (22 de fevereiro de 2018 – R.A)”;

“To sem zap! fica sempre aquela vontade de mandar um recadinho, participar com vcs!! Hoje a sequência do ouvinte do ceara me arrebatou...o figado com jiló tbm!!rsrs (25 de maio de 2018 – R.A)”. E uma das mensagens chama atenção pela reclamação da produção do programa dar mais atenção ao WhatsApp que o Facebook: “Não tem mais participações por aqui? Também não pode participar dos sorteios por aqui? Só pelo zap (que não tenho e não \*quero\* ter, e nem poderia ter)? O argumento da Inconfidência (em vários programas) de usar \*unicamente\* as redes sociais da empresa Facebook Inc., que têm fins lucrativos e são questionadas em muitos aspectos que considero importantes (privacidade, respeito ao usuário, compatibilidade e interação com outros serviços de comunicação), são sua popularidade? (13 de junho de 2018 – L.G)”. É bem verdade que, por questão de agilidade, o WhatsApp era muito mais usado para sorteio do que o Facebook.

Em 2018, também temos registros de ouvintes sobre a festa do aniversário do programa: “Foi lindo o show de comemoração do aniversário de 3 anos do Programa Casa Aberta. A energia foi embora após a 3ª música. Nos divertimos fazendo outras coisas: roda de cantoria, bolo de aniversário, muitas conversas e risadas. E a energia demorou a voltar. Os convidados foram indo pra casa descansar. E quando a energia voltou Mariana Cavanellas e Rafa Cb decidiram que iriam fazer o restante do show para esses 8 remanescentes e resistentes. Hahaha. E foi lindo! (15 de setembro de 2018 · P.S)”;

“Parabéns a toda equipe do Casa Aberta por mais um ano desse programa lindo e tão necessário para cultura e educação. Vida longa Casa Aberta! (14 de setembro de 2018 – C.V); Parabéns!!!! Amo!!!! (14 de setembro de 2018 – A.M.C)”;

“Parabéns ao Programa Casa Aberta pela sua dedicação e empenho ao mostrar o lado bom das notícias que invade nossas casas ao povo mineiro!! Elias e Velise arrasam todos os dias!! Vida longa a este programa de sucesso!! bjão!! (13 de setembro de 2018 – P.H.M)”

Algumas outras mensagens chamam a atenção, como o apoio ao editorial do Programa Casa Aberta: “Parabéns Rádio Inconfidência e Programa Casa Aberta!! Confirmamos, neste momento que o país atravessa, o comprometimento de vocês com a liberdade de expressão, com opiniões pensadas que nos levam à reflexão e com o respeito ao ouvinte!! (28 de maio de 2018 – J.N.V.E)”. Também a mensagem que ressalta a importância de um espaço aberto ao ouvinte: “É uma bênção esse CASA ABERTA! A gente curte a sequência do ouvinte como se fosse a nossa própria sequência!!! Tudo de melhor!!! Obrigada!!! ❤️<3 ❤️<3 ❤️ (2 de julho de 2018 · I.M)”

Em 2018, também aconteceu uma greve dos funcionários da Rádio Inconfidência por melhores salários, e a reclamação do ouvinte por não ter o programa no dia também aparece na linha do tempo: “Pq não está tendo o programa?? Estou sentindo muita falta! (30 de agosto de 2018 – G.C.M)””; “Quê que se passa gente?? (30 de agosto de 2018 – G.M.)”. Também, o registro de um ouvinte insatisfeito com a saída de João Paulo Cunha e fim da coluna Olhar Cultural: “#voltajoaopaulocunha. Não deixe nossa "Casa Aberta" sem você! (29 de outubro de 2018 – T.I.)”

Em 2019, Elias Santos foi exonerado do cargo de presidente da EMC logo no dia 01 de janeiro, e as primeiras mensagens da linha do tempo do Facebook do Programa Casa Aberta deixadas pelos ouvintes são acompanhadas da *hashtag* Fica Elias: “Acompanho o programa desde o início três anos atrás. Como cresçi como cidadã e como pessoa. Debates super importantes que nos fazem refletir e perceber nosso verdadeiro papel na sociedade. É lindo sentir que realmente a nossa voz tem importância quando Velise e Elias lêem nossos comentários. Obrigada a toda a equipe e vida longa a este programa tão necessário nas nossas vidas. #ficaEliasSantos (8 de janeiro de 2019 – K.S)””; “Tenho por Elias Santos uma admiração especial pelo profissional de caráter incontestável, competência exemplar e carisma no trato com todos a quem se reporta a ele! Tem bagagem de informação jornalística e sabe se posicionar com lisura em situações delicadas! A Rádio Inconfidência tem que mantê-lo, para a qualidade dessa Rádio não se desfazer! #ficaEliasSantos (7 de janeiro de 2019 – R.R)””; “A rádio inconfidência é a voz da inteligência e sabedoria no rádio

#ficaeliassantos (4 de janeiro de 2019, M.C)”; “A rádio Inconfidência faz parte da minha vida desde os anos 80. Atualmente está na sua melhor fase. As gestões do Flávio Henrique e Elias Santos, deram um dinamismo e uma integração com a sociedade muito importante. Vozes não ouvidas passaram a ter espaços, O quadro todas as cores do Paulo Proença, no melhor programa de rádio que já ouvi, o casa aberta, produzido pela Velise Maciel. Esse quadro me ajudou a abrir ainda mais a minha cabeça, a romper com alguns preconceitos que eu ainda trazia comigo. O casa aberta me apresentou amigos, vi possibilidade de humanidade numa relação às distância, conheci pessoas. Além de poder me expressar e sugerir, construindo a programação.#ficaeliassantos (4 de janeiro de 2019 – S.A)”; “Essa filmagem diz tudo ...o Carinho , Admiração,Inspiração e Amor que nós Ouvintes Escutantes e Excitantes da Rádio Inconfidência , sentimos pelo programa CASA ABERTA! programa que fala sobre Música, Arte e Cidadania ...que nos inspira á sermos melhores todos os dias! OBRIGADA Velise Maciel, Elias Santos e toda essa equipe de Produção nota millll ...❤ VCS SÃO TOP DAS GALÁXIAS 🌟#FICA ELIAS SANTOS# (4 de janeiro de 2019 – D.M)”; “E hoje, agora? E a pauta de amanhã? E o Elias? E a Velize? No comando? Ou os bárbaros que odeiam cultura e boa informação já se apossaram de tudo? (3 de janeiro de 2019 – D.A)”; “Em defesa da TV e rádio públicas, patrimônio e direito dos cidadãos e das cidadãs mineiras! #ficaelias! (3 de janeiro de 2019 – M.F); #ficaelias! (3 de janeiro de 2019 – I.M.E.L.C)”

Uma das mensagens foi quase uma carta pela extensão: “Eu sou D.R.. Ouvinte da rádio inconfidência há pouco mais de dois anos. Sei que é pouco tempo perto de tantos outros ouvintes, mas ainda assim foi tempo suficiente para desenvolver uma empatia e carinho tanto pela rádio em si quanto pelos programas da grade e também os profissionais que fazem tudo acontecer. O que mais me atrai na gestão atual da rádio é a preocupação em se oferecer trabalho de qualidade a seu público. Buscando sempre disseminar a importância do cenário cultural no geral para o estado. Graças a Inconfidência eu consigo me informar e me situar sobre eventos e acontecimentos ligados às artes no geral. Música, artes cênicas, artes plásticas, todas essas áreas recebem a devida atenção por essa rádio pública que é tão acessível. A rádio inconfidência é também muito democrática. Respeita todos os gostos musicais e diferenças individuais de cada pessoa. Tem programas para todos os gostos e trata a todos de forma igualitária. Em um mundo cada vez mais regido pela imposição e pelo ódio, essa rádio acaba se tornando uma espécie de refúgio. E graças a isso se tornou possível também formarem amizades genuínas entre os ouvintes e também entre os profissionais da rádio. Afinal, graças a forma humanitária



e o carinho fornecido por esses mesmos profissionais, foi quebrada a barreira que existia entre ouvinte e apresentadores. E muito disso se deve a presidência da empresa mineira de comunicação. Iniciada por Flávio Henrique Alves e tendo sido prosseguida por Elias Santos. Esse fortalecimento na relação entre a rádio e seus expectadores se mostra de suma importância para todo cenário cultural de todo estado mineiro. Outro benefício oferecido pela rádio incondidência a ser citado é a mediação e uma maior proximidade e inteiração entre artistas e público. Na minha opinião é necessário dar visibilidade e importância aos meios públicos de comunicação, pois esses se tornam porta voz de grande parte da população. Mídias tradicionais não conseguem atender sozinhas a toda essa demanda. Concluo minha colocação dizendo que é importante dar continuidade a todo esse trabalho que já vem sendo desenvolvido há tempos pela empresa mineira de comunicação. Pois para muitos de nós faz toda diferença buscar por conteúdo de qualidade e é isso que mantém a longevidade de veículos de comunicação. Portanto, devemos deixar de pensar de forma micro para sempre agir de forma macro. A partir do momento em que cada um deixar de enxergar unicamente sua própria bolha existencial, o país se tornará de fato melhor para se viver. E para mim tanto a rádio incondidência quanto a rede Minas de televisão representam bem toda essa importância. [#ficaeliassantos](#) (4 de janeiro de 2019 – D.R)”;

Teve mensagens sem a *hashtag* também: “JÁ QUE FORAM TANTOS DEFENESTRADOS por essa direita BURRA, juntem-se TODOS E CRIEM UMA NOVA RÁDIO LIBERTÁRIA!!! Vocês têm o principal, AS IDEIAS E O SABER, que NINGUÉM pode roubar!!! RESISTAM E LUTEM, estaremos juntos. DEMOCRACIA JÁ!!! DITADURA NUNCA MAIS!!! (4 de janeiro de 2019 – M.D.A.P)”;

“Elias Sun Shine é show! (5 de janeiro de 2019 – C.M)”;

“Espero que seja fake o fim da Rádio , pois só escuto a 100,9 e não existe substituta. Vamos resistir os tempos em que o capital MATA! Pessoas e sonhos! (9 de janeiro de 2019 – J.A.G)”;

“Máximo respeito aos que estão segurando a programação na rádio mas estou profundamente triste com a saída de Elias ...liguei o rádio e o sentimento é desolador...sem contar os âncoras das as outras programações. ...sem palavras pra esse momento! (9 de janeiro de 2019 – C.G)”

Também destacamos em 2019 as mensagens da volta do apresentador em maio, com dúvidas e com rejeição a perda de uma hora do programa: “É verdade que o Elias vai voltar? (15 de maio de 2019 – D.F)”;

“Uma hora de programa é muito pouco! Devia voltar para as duas horas! (5 de junho de 2019 – N.M)”

É interessante observar que o programa, ao longo dos anos, por sua música de abertura, por sempre ter promovido o novembro negro, virou um lugar de fala sobre a cultura negra de forma geral, o que pode ser visto nestes depoimentos deixados na linha do tempo de 2019: “Compartilho com a audiência do Casa Aberta, um registro que fiz das festividades do Reinado "A fé que canta em encanta", ocorrido no dia 13/01/2019, evento que contou com o apoio deste programa. Fica o convite aos/às escutantes: coloquem nas suas agendas de 2020. No segundo domingo do ano que vem a Festa abrirá o calendário cultural de Ouro Preto/MG. (15 de janeiro de 2019 – A.S)”; “Nossa homenagem a esse grande artista Flávio Henrique, não tem como vir a Serra do Cipó, e não cantar "Casa Aberta"... E minha casinha, aqui na Serra também chama Casa Aberta...abraços carinhosos para todos vcs da rádio...e sobre o Flávio a gente canta ,admira e respeita toda a sua obra e a sua vida. Gratidão Flávio 🙏 (18 de janeiro de 2019 – N.Q.S)”; “Que orgulho eu tenho desse programa ...um programa que valoriza seus Ouvintes Escutantes ,que fala de cidadania e arte , buscando sempre a verdade ! Que faz o asfalto subir pro morro e o morro vim pro asfalto, que dá voz pra igualdade social e a luta pela minorias ...vcs são demais Elias Santos e Velise Maciel !!! Parabéns a toda à equipe, que faz diariamente o CASA ABERTA!😊😊❤ (12 de julho de 2019 – D.M)”; “Parabéns ao ouvinte para esta demonstração de amor. Somos iguais. Existe mais amor do que ódio no mundo. Vamos divulgar. Obrigada brasileiríssima. (24 de junho de 2019 – J.D.F.C)”

Também não faltaram as mensagens do aniversário do programa, com o significado do Casa Aberta para alguns ouvintes e a alegria do encontro com outros escutantes: “Festa maravilhosa! Uma alegria participar dos 4 anos da Casa Aberta! O programa mais incrível de Minas Gerais! (16 de setembro de 2019 – M.C)”; “Que festa incrível! Tudo lindo, amoroso e forte como vcs e este programa!!! (16 de setembro de 2019 – E.M.A)”; “Bom dia a todos. No sábado também fiz a minha homenagem ao Programa Casa Aberta prestigiando a deliciosa e tradicional festa no Candombe de D.Mercês na Serra do Cipó, que acontece sempre, no segundo sábado de setembro. "Na Casa aberta, é noite de festa (...) D. Mercês toca tambor □..." E ela ficou muito feliz quando eu disse que enviaria a nossa foto para o programa. Vida longa ao Programa Casa Aberta! Vida longa a D. Mercês. (16 de setembro de 2019 – N.Q.S)”.

E destacamos as últimas mensagens deixadas no Facebook.com/programacasaaberta, no dia 01 de novembro de 2019, quando o programa terminou: “Sabe o porquê do Elias Santos ser um dos maiores comunicadores do Brasil e ser querido por tanta gente? Procurem saber sobre a despedida do Programa Casa Aberta hoje. O cara é coração. Parabéns Elias Santos. Você

realmente é demais, camarada. (1 de novembro de 2019 – M.M.)”; “Tenho certeza que algo de muito "estranho" está por trás disso. Estavam todos muito emocionados e pairava no ar um clima de tristeza profunda. Se fosse apenas por novos planos não seria uma despedida tão embargada de lágrimas, até mesmo de nós ouvintes escutantes. TEMPOS SOMBRIOS! 😞 (1 de novembro de 2019 – M.T.)”; “Casa Aberta marcou uma era na Rádio Inconfidência! Parabéns Elias Santos! Parabéns Velise Maciel, Reginaldo, Pedro Henrique Vieira, Wladimir Penido! Salve o Casa Aberta! (1 de novembro de 2019 – S.G)”

### **2.3.3 As postagens dos gerenciadores do Facebook.com/programacasaaberta**

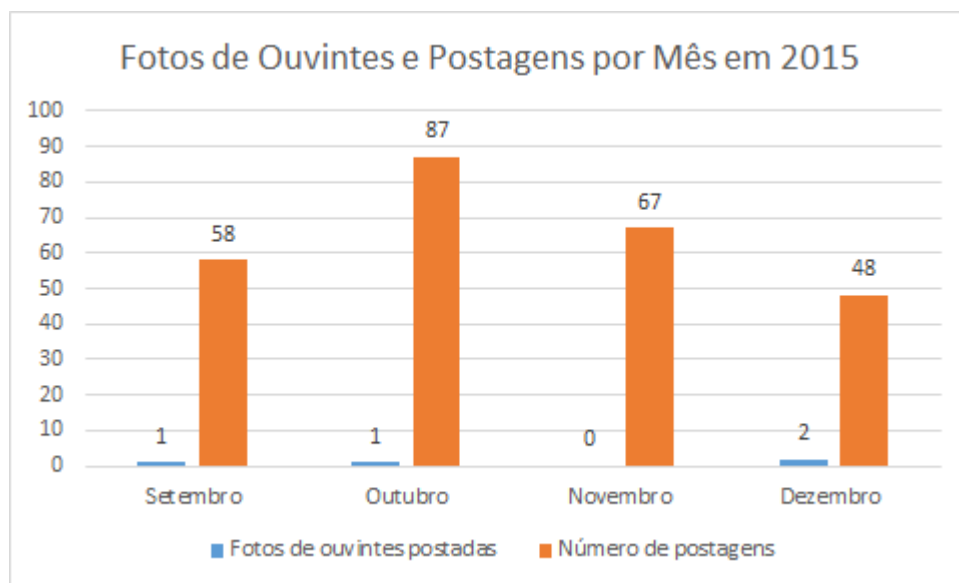
Além das postagens dos próprios ouvintes, o Facebook do programa tinha uma linha principal, com as postagens dos gerenciadores. Normalmente, as postagens eram feitas por duas pessoas, o Paulo Proença, responsável oficial pelas redes social da Rádio Inconfidência, e que costumava replicar na página do Casa Aberta conteúdo do Facebook da Rádio Inconfidência, e pela produtora do programa, a Brisa até maio de 2016 e a Velise a partir de então.

Por ser administradora da página do Facebook do Programa Casa Aberta, indicarei as postagens de maior engajamento, e não somente pelo número de curtidas como foi feito no Facebook da Rádio Inconfidência. Ao longo dos anos, o Facebook mudou o seu algoritmo, por isso, não iremos comparar um ano ao outro, mas o comportamento do ouvinte naquele ano. O engajamento no Facebook é medido por qualquer interação do usuário com algum dos seus *posts*. Os exemplos mais comuns são as curtidas, os comentários e os compartilhamentos. Mas cada uma delas exige um grau de esforço diferente do usuário e é isso que é levado em consideração pelo Facebook. As curtidas são consideradas a forma de participação mais rápida e fácil para o seguidor e por isso as outras reações (como o hahaha, o amei) são mais valorizadas pela plataforma, porque se considera que exigem mais esforço. Quanto aos comentários e compartilhamentos, uma questão que chama a atenção é que, embora o compartilhamento seja a reação mais valorizada pelo gerenciador da página, já que ajuda a espalhar o conteúdo, segundo o Facebook, é o comentário a reação de maior valor, por ser a mais difícil de conseguir.

### **O Facebook.com/programacasaaberta em 2015**

Em 2015, foram 260 publicações no Facebook do Programa Casa Aberta: 58 em setembro, 87 em outubro, 67 em novembro e 48 em dezembro. Também foram publicadas quatro fotos de ouvintes (Gráfico 101):

Gráfico 101 – Postagens e fotos de ouvintes do Programa Casa Aberta em 2015



Fonte: Velise Maciel

Em 2015, também foram publicados seis vídeos, sendo cinco gravados no estúdio do programa e publicados posteriormente, e um vídeo indicado pela produção (Gráfico 102):

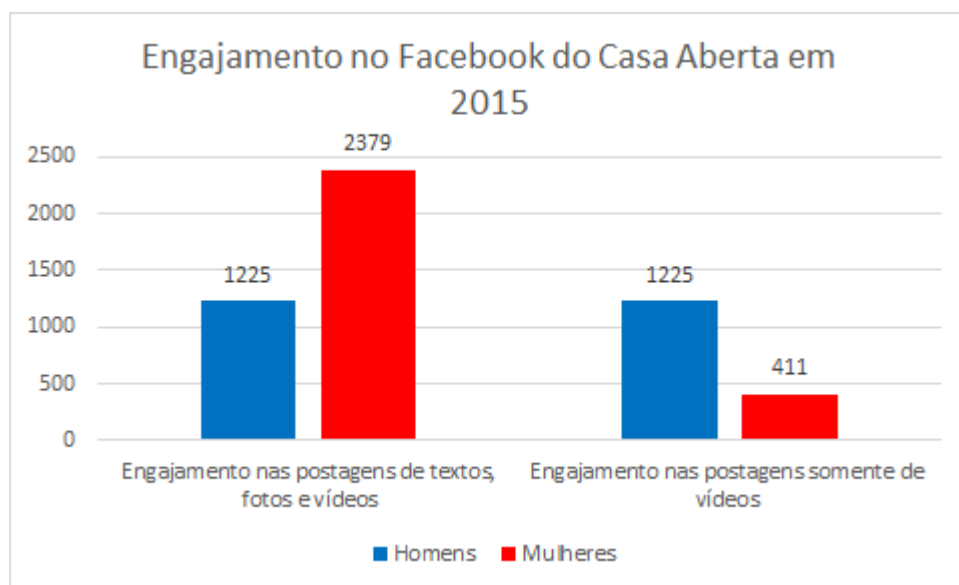
Gráfico 102 – Vídeos publicados no Programa Casa Aberta em 2015



Fonte: Velise Maciel

Quando analisamos o engajamento dos ouvintes nessas postagens, percebemos que o público feminino foi mais engajado, mas, se considerarmos somente o engajamento em publicações de vídeos, isso muda, o público masculino passa a ser mais engajado (Gráfico 103):

Gráfico 103 – Engajamento no Facebook do Programa Casa Aberta em 2015



Fonte: Velise Maciel

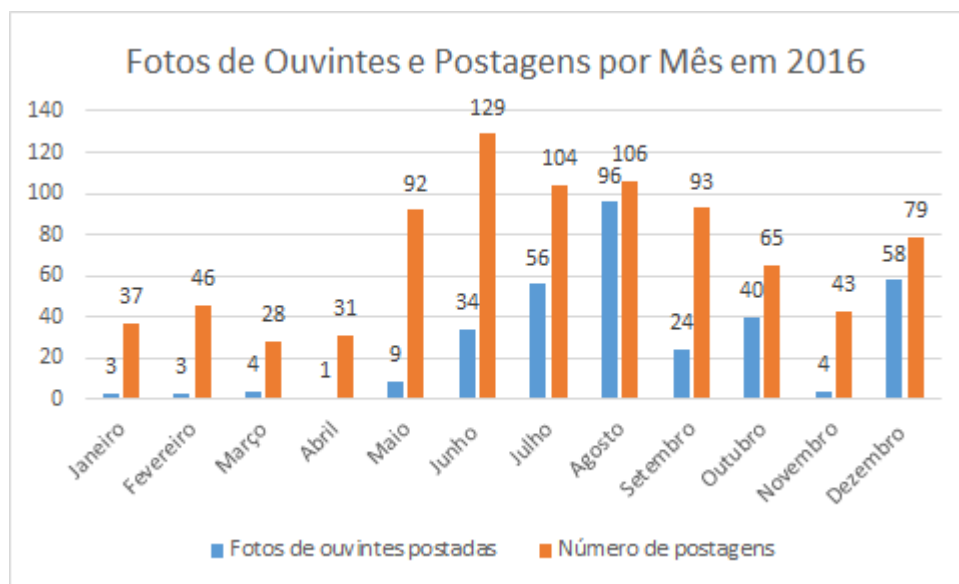
As postagens de maior engajamento em 2015 foram: um vídeo do Elias e da Brisa com fones de ouvidos chamando para o programa em setembro, uma postagem divulgando os quadros dos ouvintes em outubro, uma foto do professor Fernando Limoeiro do TU no programa em novembro, e um vídeo do dia do aniversário do Elias com a cantora Ana Cristina em dezembro.

### **O Facebook.com/programacasaaberta em 2016**

Em 2016, foram 853 postagens no Facebook: 37 em janeiro, 46 em fevereiro, 28 em março, 31 em abril, 92 em maio, 129 em junho, 104 em julho, 106 em agosto, 93 em setembro, 65 em outubro, 43 em novembro e 79 em dezembro.

Também 233 fotos de ouvintes foram publicadas, com destaque para os meses de julho, agosto e dezembro (Gráfico 104):

Gráfico 104 – Postagens e fotos de ouvintes do Programa Casa Aberta em 2016



Fonte: Velise Maciel

Ainda sobre as postagens de 2016, foram 92 vídeos publicados, sendo 21 destes de ouvintes. Também foram 33 vídeos com entrevistas no estúdio, 15 produzidos pela rádio, com destaque para os vídeos de programas externos e 23 vídeos indicados pela produção com temas do programa (Gráfico 105):

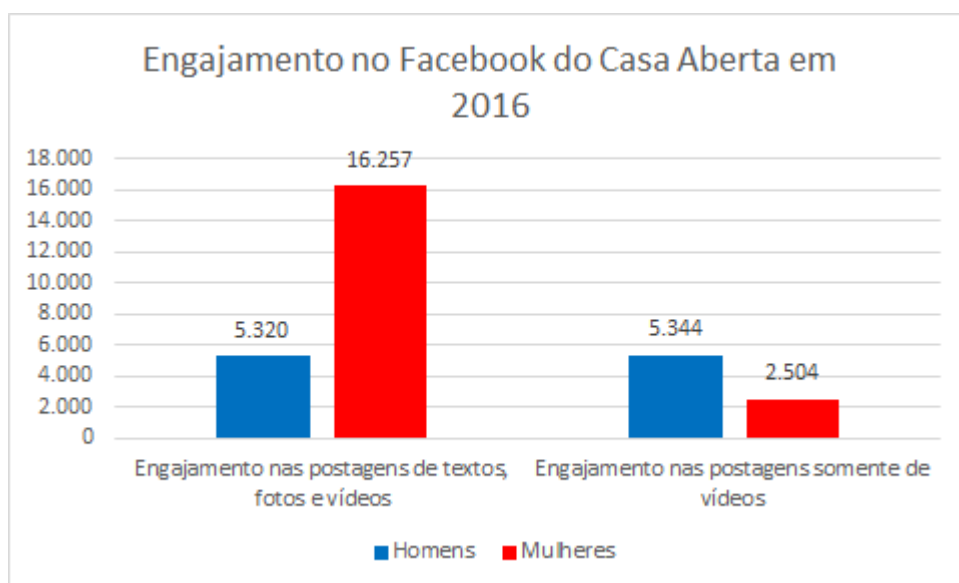
Gráfico 105 – Vídeos publicados no Programa Casa Aberta em 2016



Fonte: Velise Maciel

Em 2016, podemos notar um engajamento do público feminino muito superior ao masculino. Mas assim como em 2015, quando consideradas somente as postagens de vídeos, o público masculino é mais engajado (Gráfico 106):

Gráfico 106 – Engajamento no Facebook do Programa Casa Aberta em 2016



Fonte: Velise Maciel

Essa diferença no engajamento do público feminino e masculino também fica muito visível quando destacamos as postagens de maior engajamento por mês. As postagens de maior engajamento do público feminino foram quase todas de fotos ou texto: Foto da Brisa e Paulo Proença na apresentação do programa (janeiro); Anúncio da estreia do quadro Todas as Cores (fevereiro); Foto da coluna Todas as Cores com Cristal Lopes (março); Foto enviada pelo ouvinte do pai fotógrafo (abril); Anúncio do nascimento do filho da Brisa (maio); Foto da entrevistada Flávia Mourão, diretora da agência de desenvolvimento da região metropolitana (junho); Foto do aniversário do Bazar Maravilha 29 anos com Duda, Velise e Brisa (julho); Foto do Elias com a Elke Maravilha (agosto); Foto do Elias com a cantora Laura Catarina (setembro); Vídeo da participação do Viva Viola (outubro); Postagem com o número do WhatsApp do programa (novembro); Foto do aniversário do Elias (dezembro)

Já as de maior engajamento do público masculino foram todas em formato de vídeos, e como não teve em janeiro e fevereiro, começa em março: Vídeo indicado pela produção

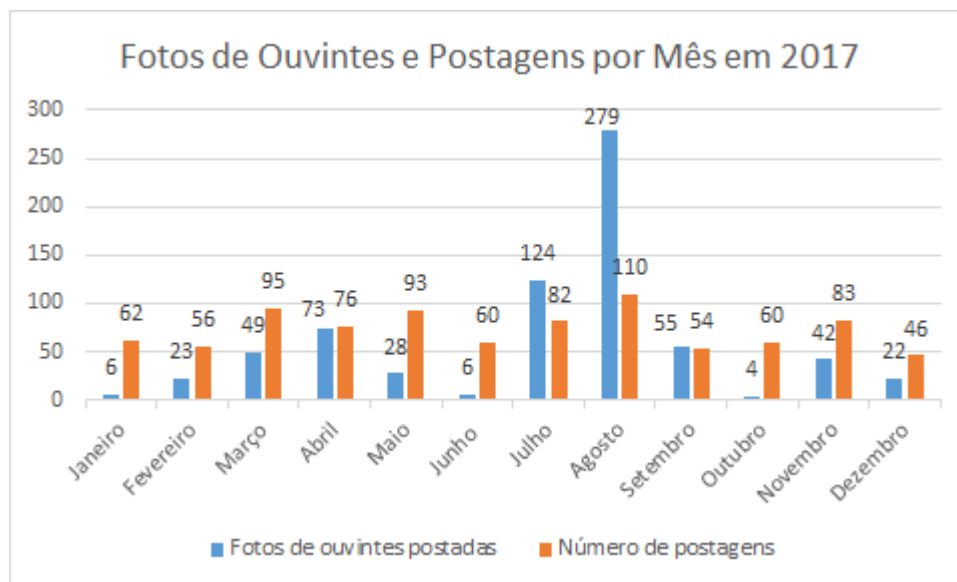
(março); Vídeo do Programa Casa Aberta na praça 7 (abril); Vídeo dos 6 meses de gestão do presidente Flávio Henrique na rádio (maio); Vídeo do ouvinte Alex Peroni de uma intervenção artística na estação do Move (junho); Vídeo da música Quem Sabe isso Quer Dizer Amor (julho); Vídeo dos artistas mineiros fazendo homenagem a Vander Lee (agosto); Vídeo institucional do Casa Aberta 1 ano (setembro); Vídeo da participação do Viva Viola (outubro); Vídeo indicado pela produção (novembro); Vídeo do Aniversário do Elias (dezembro)

### O Facebook.com/programacasaaberta em 2017

Em 2017, foram 877 postagens no Facebook: 62 em janeiro, 56 em fevereiro, 95 em março, 76 em abril, 93 em maio, 60 em junho, 82 em julho, 110 em agosto, 54 em setembro, 60 em outubro, 83 em novembro e 46 em dezembro.

Também 711 fotos de ouvintes foram publicadas, com destaque para os meses de julho e agosto (Gráfico 107):

Gráfico 107 – Postagens e fotos de ouvintes do Programa Casa Aberta em 2017

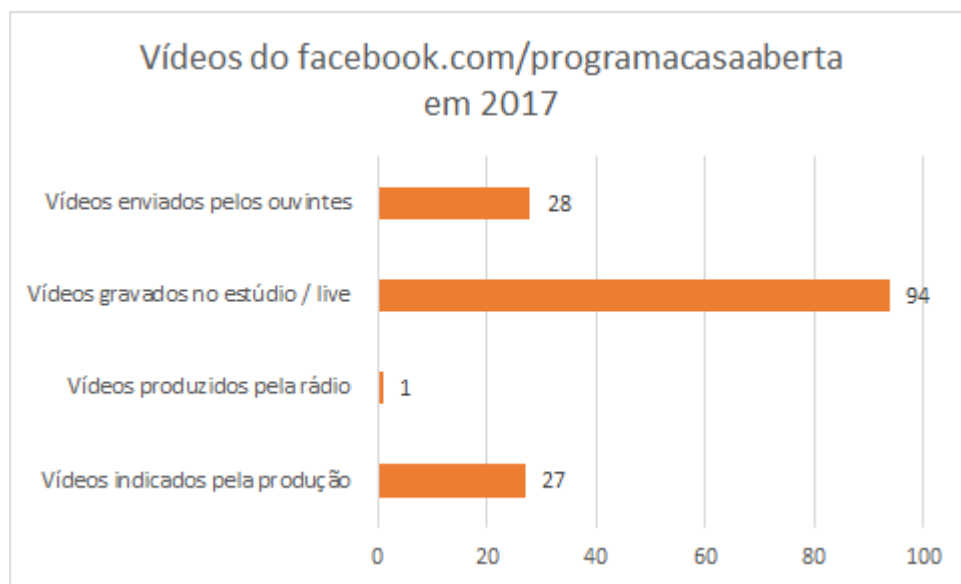


Fonte: Velise Maciel

Também foram publicados 28 vídeos de ouvintes e 27 indicados pela produção. Em 2017, os vídeos produzidos pela rádio diminuem, somente um. Em compensação, as *lives* passam a ocupar grande destaque, são 94 no total (Gráfico 108):



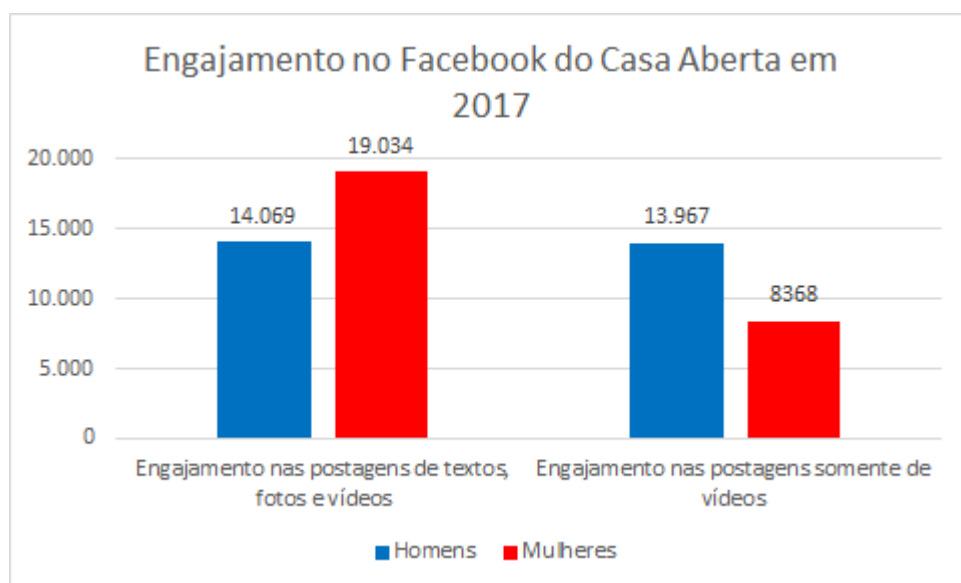
Gráfico 108 – Vídeos publicados no Programa Casa Aberta em 2017



Fonte: Velise Maciel

Novamente em 2017, o engajamento do público feminino foi maior, e, como em 2015 e 2016, quando selecionamos somente as postagens de vídeo, o engajamento do público masculino é superior (Gráfico 109):

Gráfico 109 – Engajamento no Facebook do Programa Casa Aberta em 2017



Fonte: Velise Maciel

Apesar de o engajamento do público masculino continuar maior em postagens de vídeo, em 2017, o destaque das *lives* em 2017 acaba atingindo também o público feminino, e, pela primeira vez, percebemos que as postagens de maior engajamento do público feminino também são de *lives* e vídeos, sendo extremamente próximo às preferências mensais do público masculino.

As postagens de maior interesse e engajamento do público feminino em 2017 foram: *live* Ausier Vinícius e Lucas Telles (janeiro); Vídeo do Elias com o Reginaldo ensinando o abraço Emo (fevereiro); Promoção espetáculo Caravana Tonteria (março); Foto do ouvinte João Francisco (abril); *live* da entrevista com Aline Cântia e Chicó sobre o Abra Palavra, projeto de contação de histórias (maio); *live* do violleiro Renato Caetano; Vídeo de estreia do quadro Mineiraria com a receita de canjiquinha do ouvinte (julho); Vídeo dos Ipês da ouvinte Ludmila (agosto); Vídeo do quadro Mineiraria (setembro); *live* da entrevista da Ópera Porgy and Bess (outubro); *live* entrevista Gilberto Silva e Renegado (novembro); Vídeo do quadro Mineiraria com a Rabanada de Natal da ouvinte (dezembro)

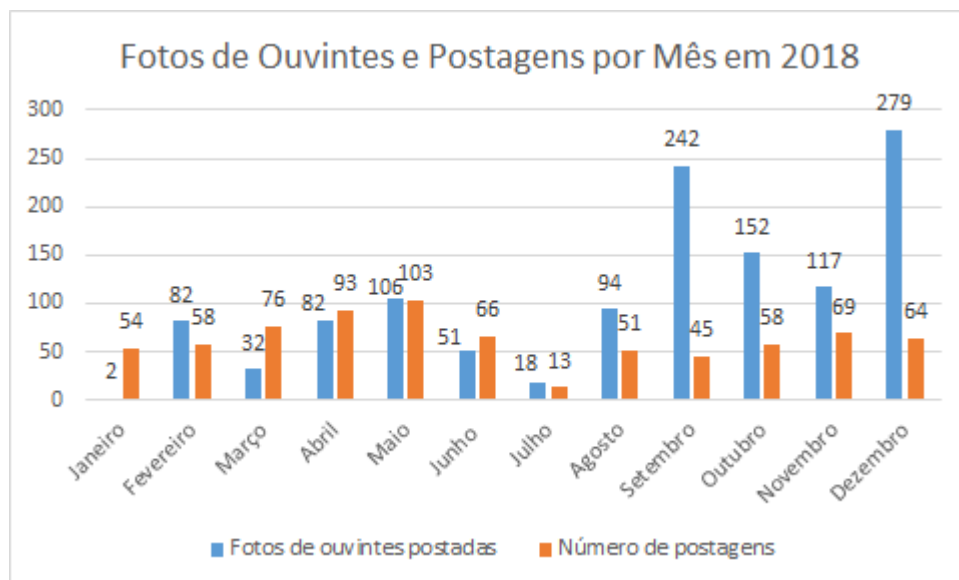
As postagens que obtiveram maior engajamento do público masculino foram: *live* com trecho da música Pedacinhos do Céu (janeiro); Vídeo do Elias com o Reginaldo ensinando o abraço Emo (fevereiro); Vídeo indicado pela produção (março); *live* (abril); *live* da entrevista com Aline Cântia e Chicó sobre o Abra Palavra, projeto de contação de histórias (maio); *live* do violleiro Renato Caetano; Vídeo de estreia do quadro Mineiraria com a receita de canjiquinha do ouvinte (julho); Vídeo dos Ipês da ouvinte Ludmila (agosto); Vídeo do quadro Mineiraria (setembro); *live* da entrevista da Ópera Porgy and Bess (outubro); *live* entrevista Gilberto Silva e Renegado (novembro); Vídeo do quadro Mineiraria com a Rabanada de Natal da ouvinte (dezembro).

### **O Facebook.com/programacasaaberta em 2018**

Em 2018, foram 750 postagens no Facebook: 54 em janeiro, 58 em fevereiro, 76 em março, 93 em abril, 103 em maio, 66 em junho, 13 em julho, 51 em agosto, 45 em setembro, 58 em outubro, 69 em novembro e 64 em dezembro.

Também 1.257 fotos de ouvintes foram publicadas, com destaque para os meses de setembro e dezembro (Gráfico 110):

Gráfico 110 – Postagens e fotos de ouvintes do Programa Casa Aberta em 2018



Fonte: Velise Maciel

Também foram publicados 41 vídeos de ouvintes e outros 22 foram indicados e postados pela produção do programa. Em 2018, o grande destaque continuou sendo as *lives*, 90 no total (Gráfico 111):

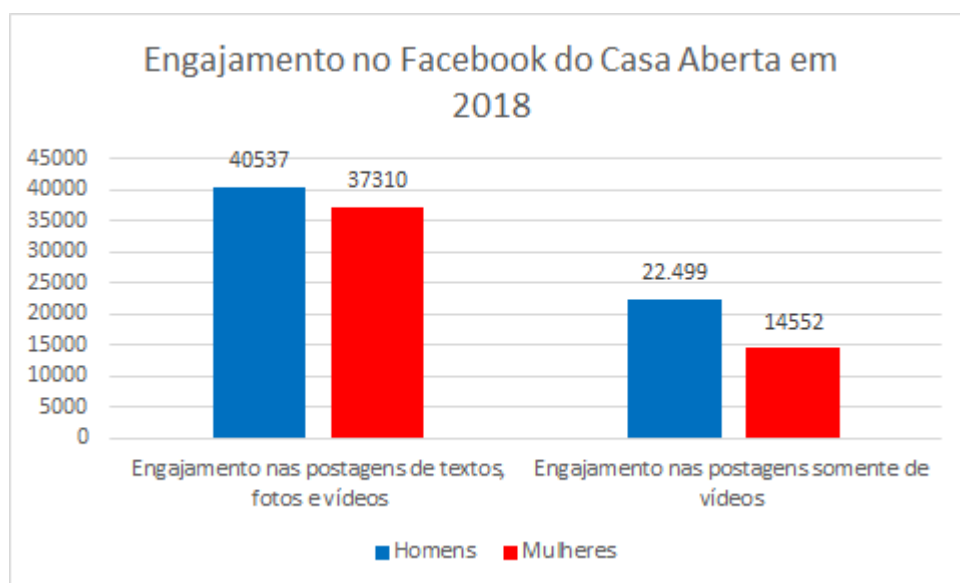
Gráfico 111 – Vídeos publicados no Programa Casa Aberta em 2018



Fonte: Velise Maciel

Diferentemente dos outros anos, pela primeira vez, em 2018, o público masculino apresenta um maior engajamento nas postagens de maneira geral, e, com o em 2015, 2016 e 2017, também nas postagens que envolvem somente vídeos (Gráfico 112):

Gráfico 112 – Engajamento no Facebook do Programa Casa Aberta em 2018



Fonte: Velise Maciel

As postagens de maior engajamento do público feminino em 2018 foram: A notícia da nomeação do Elias Santos para presidente da EMC (janeiro); *live* do cantor Marcos Catarina homenageando Vander Lee (fevereiro); *live* ao vivo com a cantora Titane no estúdio musical (março); Publicação do poema de Bertolt Brecht (abril); *live* da entrevista sobre o Meu Vizinho Pardini com o instrumentista Ausier no estúdio musical (maio); Charge do Duke sobre a Copa do Mundo (junho); *live* com a entrevista com o secretário de cultura Ângelo Oswaldo (julho); *live* do quadro Periferias em Rede (agosto); *live* do aniversário de 3 Anos do Casa Aberta (setembro); Anúncio de homenagem ao aniversário do Belchior (outubro); *live* com o músico peruano Paulino (novembro); *live* do aniversário do Elias Santos (dezembro).

Elas foram muito coincidentes com as postagens de maior engajamento do público masculino, que foram: *live* da Leopoldina Azevedo e Pedro Thiago falando do carnaval (janeiro); Vídeo de um mês de saudade do FH (fevereiro); *live* ao vivo com a cantora Titane no estúdio musical (março); Publicação do poema de Bertolt Brecht (abril); Vídeo do Cobra Coral

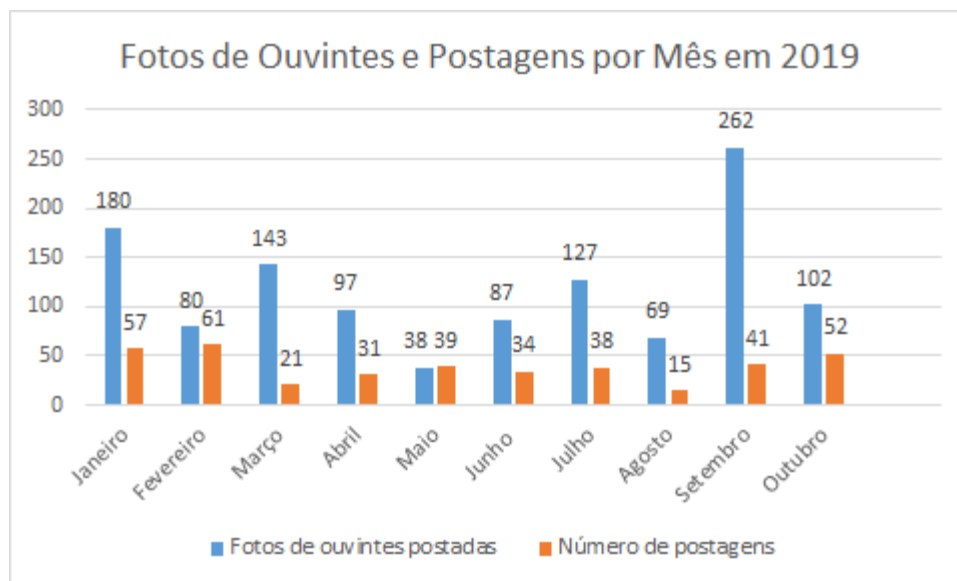
com a Orquestra Sinfônica cantando a música Casa Aberta (maio); *live* (junho); *live* com a entrevista com o secretário de cultura Ângelo Oswaldo (julho); *live* do quadro Periferias em Rede (agosto); *live* do aniversário de 3 Anos do Casa Aberta (setembro); Anúncio de homenagem ao aniversário do Belchior (outubro); *live* com o músico peruano Paulino (novembro); *live* do aniversário do Elias Santos (dezembro).

### O Facebook.com/programacasaaberta em 2019

Em 2019, foram 389 postagens no Facebook: 57 em janeiro, 61 em fevereiro, 21 em março, 31 em abril, 39 em maio, 34 em junho, 38 em julho, 15 em agosto, 41 em setembro e 52 em outubro.

Também 1.185 fotos de ouvintes foram publicadas, com destaque para os meses de janeiro e setembro (Gráfico 113):

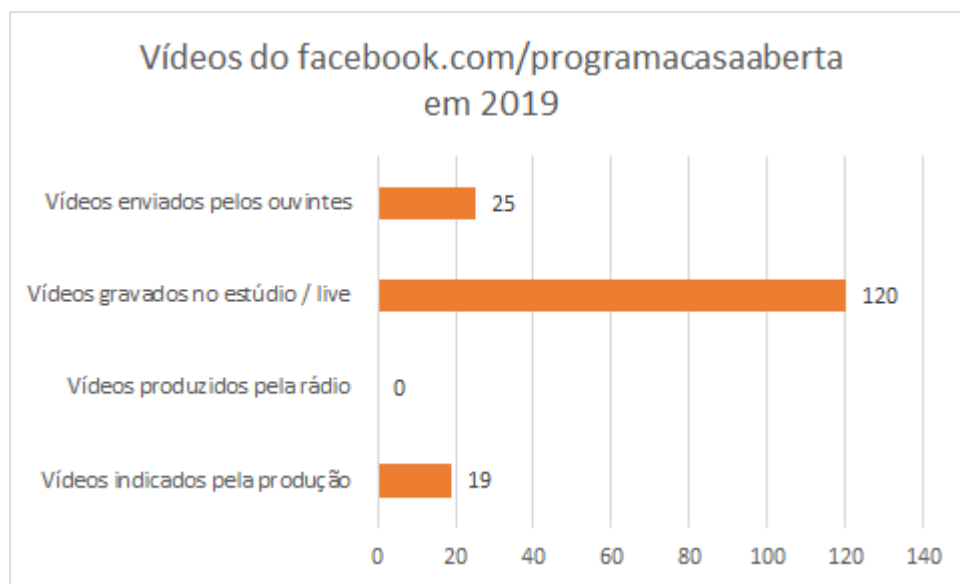
Gráfico 113 – Postagens e fotos de ouvintes do Programa Casa Aberta em 2019



Fonte: Velise Maciel

Também em 2019, foram publicados 29 vídeos enviados pelos ouvintes e 19 indicados pela produção. As *lives* continuaram em alta, foram 120 no total (Gráfico 114):

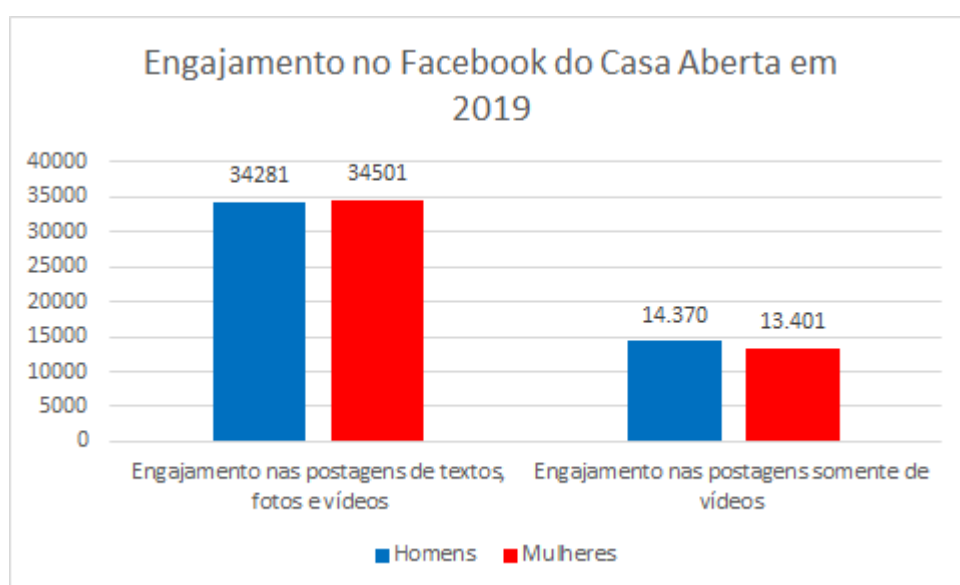
Gráfico 114 – Vídeos publicados no Programa Casa Aberta em 2019



Fonte: Velise Maciel

Em 2019 o Facebook informa um engajamento bem parecido entre os públicos masculino e feminino. Novamente, o público feminino aparece mais engajado, mas a diferença é sutil. Se avaliarmos somente postagens com vídeos, novamente o público masculino é mais engajado, mas, também em 2019 a diferença é bem pequena quando comparada ao público feminino (Gráfico 115):

Gráfico 115 – Engajamento no Facebook do Programa Casa Aberta em 2019



Fonte: Velise Maciel

As postagens de maior engajamento do público feminino foram: Postagem com a pergunta qual a importância da Brasileiríssima na sua vida? (janeiro); Frase do quadro Arte ao Cubo: Ficar sem arte sufoca (fevereiro); Notícia sobre Paris que ganha exposição que permite entrar na obra de Van Gogh (março); *live* da abertura do programa do dia 29 de abril com Brisa (abril); *live* do Elias no estúdio anunciando a volta ao comando do programa (maio); Sorteio Zeca Baleiro (junho); foto do Tutti Maravilha comemorando os 32 anos do Bazar Maravilha (julho); Convite dos 4 anos do Casa Aberta (agosto); Vídeo da festa de 4 anos do Casa Aberta (setembro); *live* da entrevista do projeto Itamar (outubro).

As postagens de maior engajamento do público masculino foram: Vídeo da ouvinte Carmem sobre o protesto na Praça da Liberdade contra a Vale e o desastre de Brumadinho (janeiro); Frase do quadro Arte ao Cubo: Ficar sem arte sufoca (fevereiro); Vídeo em homenagem aos 40 anos da Brasileiríssima (março); *live* da abertura do programa do dia 29 de abril com Brisa (abril); Vídeo da volta do Elias na apresentação do Casa Aberta (maio); *live* da entrevista sobre a tradição do Tambor de Crioula (junho); *live* sobre a entrevista do livro As Múltiplas Matrizes Discursivas na obra Os Sertões (julho); Postagem com homenagem ao aniversário do colunista Gedeon Messias (agosto); Vídeo da festa de 4 anos do Casa Aberta (setembro); *live* da entrevista do projeto Mulheres na Quebrada (outubro).

### **3 O @RADIOINCONFIDENCIA**

O Instagram da Rádio Inconfidência (@radioinconfidencia) tem a sua primeira postagem no dia 25 de Maio de 2012. A foto é de um teatro. Na legenda “Show de Renato Teixeira e Filhos [24 de maio]”. Pesquisando na internet, descobrimos que Renato Teixeira, na companhia dos filhos, realmente fez show em Belo Horizonte no dia 24 de maio de 2012, no Sesc Palladium.

A segunda foto do Instagram já é dos estúdios da rádio, quatro dias depois, no dia 29 de Maio de 2012. Diz a legenda: “A cantora carioca Manu Santos é entrevistada no #BazarMaravilha”.

Tutti Maravilha e seus convidados do programa Bazar Maravilha respondem por quase a totalidade das postagens desse ano de 2012. São mais de 170 fotos. São vários os artistas mineiros fotografados no Bazar, como Thiago Delegado, Cobra Coral, Pereira da Viola, Makely Ka, Paula Santoro, Glaucia Nahsler, Gustavito, Flávio Henrique, Titane, entre outros. Também atrações nacionais aparecem com destaque, como Sandra de Sá, Zélia Duncan, Fernanda Takai, João Bosco, Leila Pinheiro, Mariana Aydar, Tunai e outros.

É interessante observar que, neste primeiro ano, a maioria das postagens tem menos de dez curtidas e existem várias que não receberam uma única curtida. A foto mais curtida do Bazar Maravilha de 2012 no Instagram da Rádio é de 23 de novembro de 2012, com o grupo Cobra Coral, com 20 curtidas.

Ainda sobre o Instagram da Rádio Inconfidência de 2012, são 229 postagens. Além do show do Renato Caetano, primeira foto que aparece postada, também aparecem fotos do show em homenagem à cantora Helena Penna (duas fotos), do show do Chico Amaral lançando o CD Província no Savassi Festival (três fotos), fotos variadas do Savassi Festival (cinco fotos), show dos mineiros do “Oi de Gato” (uma foto) e Grupo Casuarina (duas fotos) na quarta temporada de O Samba Bate Outra Vez, e do show de Gustavo Maguá e Sandra de Sá no palco do Granfinos (13 fotos).

Outros quatro programas aparecem com fotos de estúdio no Instagram da rádio em 2012, o Feito em Casa, o Revista da Tarde, O Delírio e Cia e o Conexão Inconfidência. O Feito em Casa tem cinco postagens de artistas escolhendo a programação: Rosa Passos, Murilo Antunes, Carla Villar, Luiz Ayrão e Mariana Aydar. O Revista da Tarde aparece em duas postagens, uma foto com Déa Trancoso no programa e outra com a cantora e atriz Tânia Alves. O programa humorístico Delírio e Cia também aparece em duas postagens, com fotos do cantor Jerry Adriane. O Conexão Inconfidência aparece numa postagem com a estreia de um quadro, o #MinasSustentável. Na foto, o apresentador Reny Parsewisky no estúdio com Léo Portela, secretário da Casa Civil de MG, Mônica de Monteiro, presidente da ABEOC MG e Professor Cláudio Boechat, da Fundação Dom Cabral. Provavelmente a importância dos convidados ligados ao governo motivou a postagem.

Mas outros dois programas também foram mencionados nesse primeiro ano do Instagram da emissora. Em 2012, a Rádio Inconfidência completava 76 anos e, por duas vezes, o programa mais antigo da rádio, o “Hora do Fazendeiro” saiu do estúdio para a rua. De quatro



a sete de junho de 2012 o #AHoraDoFazendeiro foi transmitido direto da Superagro Minas 2012, no Parque de Exposições da Gameleira/Expominas. Os bastidores dos programas aparecem em dez postagens. E no dia 29 de agosto de 2012, aconteceu o Hora do Fazendeiro Especial, no Teatro da Assembleia, com os apresentadores Tina Gonçalves e Cristiano Batista, além de vários convidados. São nove postagens no Instagram sobre o evento.

Outro destaque no Instagram em 2012 é o lançamento do programa Minas Instrumental, que foi uma das prioridades da gestão do ex-presidente da rádio, Valério Fabris. Aparecem cinco fotos de vários músicos da cena instrumental mineira em uma reunião na própria emissora, com o ex-presidente e o coordenador da FM, Paulo Bastos.

O Minas Instrumental é também o responsável pela única postagem do Instagram que menciona o site da Rádio Inconfidência, de 08 de agosto de 2012. Na legenda: “Playlist Minas Instrumental no ar! Confira em nosso site: [www.inconfidencia.com.br](http://www.inconfidencia.com.br) #MinasInstrumental”.

Ainda em 2012 aparece uma única foto institucional, ligada ao Savassi Festival, apoiado pela rádio naquele ano. Além da foto, a legenda “Bruno Golgher, coordenador do festival; Solanda Stackelberg, presidente da Fundação Clóvis Salgado; e Néstor Lombida, regente da Big Band do Palácio das Artes - com @savassifestival”.

Já em 2013, as fotos institucionais foram mais frequentes. A primeira foto do Instagram do ano de 2013 é do compositor Fernando Brant, que já foi diretor artístico da emissora e foi visitar a emissora. Também aparecem duas fotos da visita do então prefeito de Belo Horizonte, Márcio Lacerda. Também há uma postagem do então secretário de esportes e da juventude de Minas Gerais, Eros Biondini.

O então presidente da rádio, Valério Fabris, também aparece em uma foto institucional, entregando o prêmio Novos Talentos do Jazz no Savassi Festival. Pela primeira vez aparece uma postagem comemorativa, a dos 77 anos da Rádio Inconfidência. Além dela, uma foto com Ricardo Parreiras, o funcionário mais antigo da emissora, e outra com Parreiras e Paulo Bastos, também na ocasião do aniversário.

Novamente, o grande destaque do Instagram da Rádio Inconfidência em 2013 é o programa Bazar Maravilha, com fotos dos artistas mineiros e nacionais. No total, foram 237 postagens ao longo do ano e o Bazar Maravilha é responsável por pelo menos setenta por cento delas. Vários artistas da cena mineira possuem fotos com o Tutti por lá, como Fernando Sodré,

Marina Machado, Luiza Brina, Pererê e Vander Lee. Em 2013 também estiveram no programa Márcia Tiburi, além de atrações nacionais como Zé Miguel Wisnik, Trio Lampião, Roberto Menescal e Vanessa da Mata, que, com 31 curtidas, foi a responsável pelo *post* de maior repercussão de 2013.

Além do Bazar Maravilha, outros programas da grade de programação AM aparecem no Instagram em 2013, mas sempre em ocasiões com entrevistados importantes. O programa Em Boa Companhia, na época apresentado por Amir Francisco e Pedro Henrique, aparece em duas postagens numa entrevista com a então Secretária de Estado de Cultura, Eliane Parreiras. A secretária também aparece numa foto em uma coletiva de imprensa, anunciando o programa Minas Território da Cultura. Eliane Parreiras também aparece no então programa que existia na Inconfidência FM, apresentado por Daniela Zuppo, o Viamundo. Outro secretário que aparece em fotos do Instagram da Rádio Inconfidência em 2013 é o então secretário de Estado de Saúde de MG, Antônio Jorge, no estúdio, em uma entrevista do programa Conexão Inconfidência. Do mesmo programa, uma postagem com o subsecretário de Políticas sobre Drogas, Cloves Benevides.

O programa Revista da Tarde, apresentado com Déborah Rajão, aparece em sete diferentes postagens, sempre com fotos de atrações musicais, como os cantores Jerry Adriani, Léo Brasil, Luiz Marques entre outros. Também há uma postagem com a atriz Cissa Guimarães. O programa Delírio e Cia parece em duas postagens, na estreia do quadro Vá ao Teatro, com Teuda Bara e Eduardo Moreira do Grupo Galpão. O Feito em Casa, que vai ao ar pela FM, também aparece em duas postagens, nas gravações com os cantores Wilson Sideral e Gabriel Guedes.

Também foram postadas fotos de shows de projetos apoiados pela rádio. Chico Lobo comemorando 50 anos de idade e 30 de viola (duas fotos), Dóris, Odilara, Samba de Comadre em um show do Samba Bate Outra Vez (sete fotos), Zé da Guiomar, Oi de Gato, Grupo Tradição em um Show do Samba Bate Outra Vez (três fotos), Lula Ribeiro em show de comemoração aos 30 anos de carreira (duas fotos), Djambê e Pedro Morais na Festa do Música Independente (três fotos), Casuarina no Samba Bate Outra Vez (cinco fotos), Iconili e BonaFortuna no Música Independente (duas fotos), Dibigode, Irene Bertachini no Música Independente (quatro fotos), Marina Gomes, Fernando Bento, Copo Lagoinha, Janaína Moreno, Cinara Monteiro em o Samba Bate Outra Vez (oito fotos), Laura Lopes, Felipe Fantoni, Toninho Horta, Gabriela Pepino no Música Independente (sete fotos), Geraldo Azevedo (uma foto), Samba de Comadre,

Camarão de Rama e Cachaça com Arnica no Samba Bate Outra Vez (sete fotos) e o show Vozes do Morro 2013 (duas fotos).

Em 2014, o Instagram da Rádio Inconfidência teve 101 postagens. Em ano eleitoral, sempre existe discussões e divergências de opinião se a rádio pode ou não realizar postagens. Em 2014 o então presidente preferiu não arriscar e o Instagram da rádio ficou sem nenhuma postagem entre os dias 29 de julho e primeiro de novembro.

Valério Fabris, presidente da rádio inconfidência em 2014, aparece em duas fotos institucionais, uma com a deputada Luiza Ferreira e outra com Ruy Godinho, pesquisador, escritor e radialista, que tinha o programa “Então Foi Assim?” na grade da Inconfidência.

O então diretor artístico, Luís Marcelo, aparece com os coordenadores do AM e FM em uma foto na visita dos violeiros mineiros. Também aparece pela primeira vez uma foto de promoção, a de um violão Michael autografado pelo músico Lula Ribeiro. A promoção não aconteceu pelo Instagram, ela fazia a chamada para o site da rádio.

Também aparece a primeira fotomontagem no Instagram da rádio, com votos de Feliz Natal e bom Ano Novo. Tem também o registro fotográfico do primeiro ensaio experimental da Filarmônica na Sala Minas Gerais, que faz parte do complexo da atual sede da rádio. Também aparece uma foto de Elba Ramalho com a legenda “Ouvintes da #Brasileiríssima no camarim de #ElbaRamalho”. Na época, a rádio realizava esse tipo de promoção envolvendo o camarim dos artistas.

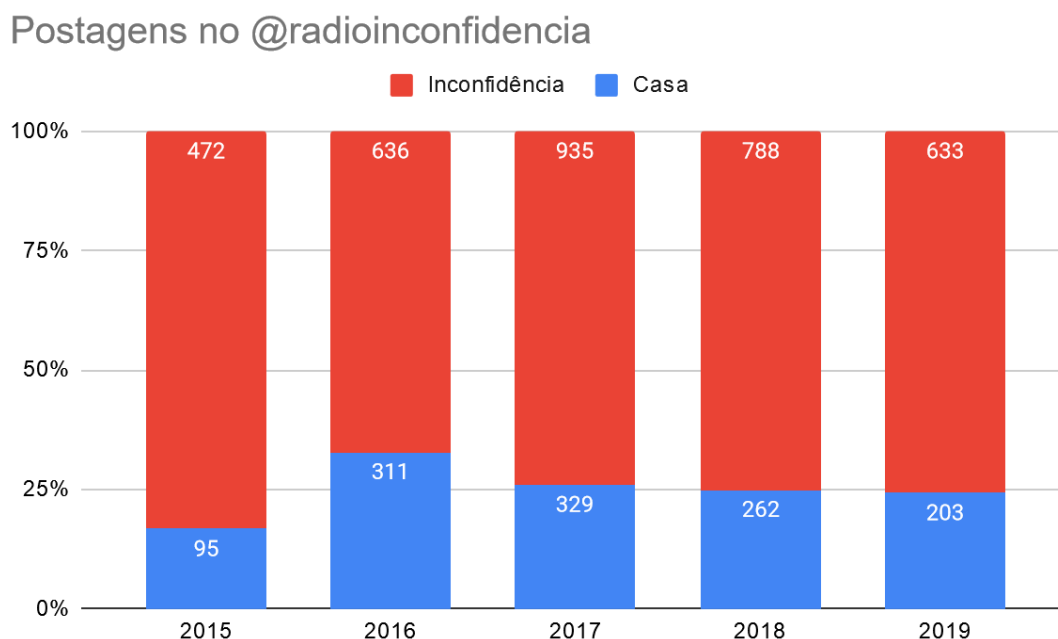
Em 2014, a Rádio Inconfidência lançou no final do ano o livro *O Gigante do Ar*. São quatro postagens no total, uma da capa do livro, outra de Ricardo Parreiras assinando o livro no lançamento e ainda uma da entrevista de Parreiras para o jornal da Rede Minas e outra de Parreiras com o Tutti no programa Bazar Maravilha.

No ano de 2015, ano do nascimento do Programa Casa Aberta, objeto de estudo dessa dissertação, o Instagram da Rádio Inconfidência já adquire uma nova cara, acompanhando o processo do novo diretor artístico, Elias Santos, que acreditava numa rádio com mais imagens e maior diversidade de fotos. O número de postagens praticamente dobra, foram no total 472 postagens, contra as 229 postagens de 2012, 237 postagens de 2013, e as 101 postagens de 2014.

Ao analisarmos os quatro anos do Casa Aberta, podemos perceber a utilização da rede social para expandir o programa, sendo considerável o número de postagens do programa em todos os anos de sua existência. Além disso, o objetivo era que todos os demais locutores vissem no Programa Casa Aberta um exemplo a ser seguido e passassem a adotar um rádio com imagens também.

Em 2015, das 472 postagens da Rádio Inconfidência, 95 foram do Programa Casa Aberta. Em 2016, das 636 postagens, 311 foram do programa. Em 2017, das 935 publicações, 329 foram postagens do Casa Aberta. Em 2018, o programa foi responsável por 262 publicações das 788 do Instagram da Rádio Inconfidência. E, em 2019, foram 203 postagens das 633 publicadas até o dia primeiro de novembro (Gráfico 116):

Gráfico 116 – Comparação do número de postagens do Programa Casa Aberta em relação ao total de postagens do Instagram da Rádio Inconfidência de 2015 a 2019



Fonte: Velise Maciel

Ainda sobre o ano de 2015, quando começa o Programa Casa Aberta, logo no início do ano o Instagram apresenta fotos do carnaval em dois momentos, com o Tutti apresentando o Concurso de Marchinhas Mestre Jonas e no desfile das escolas de samba de Belo Horizonte.

Tutti foi o tema da Escola de Samba Cidade Jardim em 2015 e são três postagens do desfile. O esporte da Rádio Inconfidência é destaque pela primeira vez no Instagram. São várias postagens, da Superliga de Vôlei, da Liga Mundial de Vôlei, de Jornadas Esportivas (futebol). Também em 2015, foi lançado o programa Observatório do Esporte, que toda segunda-feira à noite levava um convidado conhecido para falar sobre esporte. Na estreia, por exemplo, foram chamados o presidente do Atlético, na época Daniel Nepomuceno, e o compositor Vander Lee. A apresentação era de Willy Gonser, comentarista conhecido do mercado mineiro e que foi contratado pela diretoria da rádio naquele ano e aparece em outras postagens participando de programas diferentes da emissora, como o Bazar Maravilha e o Em Boa Cia, do Amir Francisco.

Algumas outras postagens chamam a atenção. Em junho de 2015, aparece uma foto de um workshop de Redes Sociais promovido pela Superintendência Central de Imprensa do Governo de Minas. Ainda em junho, é divulgada uma postagem com a nova logomarca da Rádio Inconfidência. Também aparecem fotos com um outdoor iluminado com a propaganda da nova marca da emissora. Também em junho, aparece uma foto do *print* do site da rádio com a homenagem ao compositor e escritor Fernando Brant, que tinha acabado de falecer. Fotos da história da Inconfidência também aparecem, uma de parte da equipe de 2002 e de uma programação musical de 1997.

Alguns shows da cidade também mereceram destaque e aparecem em momentos diferentes e em diversas postagens. Apresentações da Filarmônica em Belo Horizonte, do Festival Sambossa na Savassi, da Sinfônica Pop do Palácio das Artes, e da programação do Inhotim Em Cena, com destaque para o espetáculo Canções da América – Homenagem a Fernando Brant.

Várias postagens também foram feitas com registros de programas externos da rádio, fora do estúdio. Em março de 2015, o Bazar Maravilha aconteceu direto de um ensaio do show 'O Encontro Marcado com Flávio Venturini, Sá & Guarabyra e 14 Bis". Em maio, o Bazar Maravilha fez um programa especial em homenagem ao Dia das Mães, no Cine Theatro Brasil Vallourec. Em julho, nos dias 16 e 17, o programa Hora do Fazendeiro foi transmitido da cidade de Viçosa. Em agosto, o Bazar Maravilha fez um programa especial em homenagem aos pais, no Palácio das Artes. Em setembro, novamente no Palácio das Artes, o Bazar Maravilha saiu dos estúdios e apresentou um programa em homenagem aos 45 anos da Fundação Clóvis Salgado. Em dezembro, novamente Tutti Maravilha faz um programa especial direto do Minas Tênis Clube divulgando os 80 anos da instituição.

Também postagens institucionais estiveram presentes em 2015, num total de 20. A entrega da Medalha da Inconfidência com transmissão no estúdio da rádio, o sorteio entre os funcionários de um presente de dia das mães, o encontro de cantores com a direção da rádio para a definição de novos programas, como do Graveola em maio e Aline Calixto em outubro, visita de alunos na rádio, como os da Escola Municipal Padre Henrique Brandão, em junho, os menores do Centro Socioeducativo de Justinópolis em outubro, os do Colégio São Miguel Arcanjo e alunos da Fundação Torino, em novembro. Também aparecem postagens sobre a discoteca da rádio. Apesar de o acervo estar digitalizado, os discos e CDs sempre chamaram atenção. Os 79 anos da rádio também mereceram destaque. Uma arte foi especialmente desenvolvida para comemorar a data. Também figura uma foto de um programa especial da Hora do Fazendeiro por causa do aniversário da emissora.

Outra postagem especial é uma arte em comemoração ao 20 de novembro, Dia da Consciência Negra. Na legenda, consta o seguinte: “20 de novembro é o Dia Nacional da Consciência Negra. A Rádio Inconfidência enfatiza a importância das lutas sociais e trabalha pela promoção da igualdade racial. 🎤🎶🌟 Artistas mineiros dão depoimentos sobre a celebração da data. Confira: [goo.gl/Te9U1J](https://goo.gl/Te9U1J)”. No dia primeiro de dezembro de 2015 também aparece uma postagem com a foto do músico Flávio Henrique e o anúncio de que ele seria o novo presidente da Rádio Inconfidência. Ainda em dezembro, uma foto da Mostra Cantautores, onde o diretor Elias Santos aparece em um debate com Patrícia Palumbo, que apresentava o programa Vozes do Brasil na Brasileiríssima. Também o registro da cerimônia de abertura do Museu de Congonhas.

Além do programa Bazar Maravilha outros programas aparecem em 2015 no Instagram: Almanaque Brasil (1), Cinefonia (1), Conexão Inconfidência (1), Delírio e Cia (1), Feito em Casa (4), Revista da Tarde (11), Em Boa Companhia (14) e o Casa Aberta, que entrou na programação da rádio em setembro, com 95 postagens.

Em 2015, a última postagem do Instagram é uma montagem da própria ferramenta, mostrando as nove fotos mais curtidas e dizendo que o @radioinconfidencia teve 10.393 curtidas (*likes*) nas suas 472 postagens do ano. As postagens com maior número de curtidas segundo a montagem foram a de 29 de Julho de 2015, com a legenda “Com chuva ou com Sol, #BazarMaravilha tá no ar há 28 anos!” seguida da postagem de 16 de setembro de 2015, “Olha que encontro! #DonaJandira e #ElkeMaravilha!”. Mas é interessante observar que analisando

as mesmas postagens hoje, em 2019, essa ordem já não corresponde à realidade. Provavelmente outras curtidas foram realizadas depois de 2015. Em janeiro de 2019, a foto mais curtida do Instagram de 2015 é a da estreia do Programa Casa Aberta, com 55 curtidas, seguida da foto da Elke Maravilha com Dona Jandira, com 54 curtidas e dos 28 anos do Bazar Maravilha, com 53 curtidas.

### 3.1 O PROGRAMA CASA ABERTA NO @RADIOINCONFIDENCIA

A primeira vez que o Programa Casa Aberta apareceu no Instagram da Rádio Inconfidência foi em 03 de setembro de 2015, aniversário de 79 anos da emissora. O apresentador Elias Santos aparece numa foto com o primeiro microfone da Rádio, uma das poucas relíquias do acervo histórico. No texto, apenas a informação de que haveria um novo programa na Rádio: “Tem programa novo chegando! Pode entrar, a casa é sua! Elias Santos e o primeiro microfone da #RádioInconfidência :D”. Repare que o nome do programa “Casa Aberta” ainda não aparece.

Uma semana depois, no dia 10 de setembro de 2015, uma nova foto, dessa vez no estúdio FM da Rádio Inconfidência, com o apresentador Tutti Maravilha, do Bazar Maravilha. O texto já anuncia o nome do programa: “Elias Santos, diretor artístico da @radioinconfidencia, fala da estreia do programa #CasaAberta na #Brasileiríssima! ✨🏠”

No dia 14 de setembro, dia da estreia do Programa Casa Aberta na grade de programação da Inconfidência FM, Elias Santos aparece novamente, no estúdio, ao lado do microfone. A legenda foi: “Dia de estreia na #Brasileirissima! O programa #CasaAberta já está no ar! Sintonize 100,9FM que a casa está aberta!”.

A perspectiva de se fazer um rádio com imagens no Casa Aberta pode ser percebida no Instagram da rádio desde o início do programa. O programa contribuiu com um número significativo de postagens. Em 2015, por exemplo, no @radioinconfidencia em janeiro foram três postagens, 10 em fevereiro, 22 em março, 27 em abril, 32 em maio, 39 em junho, 48 em julho, 40 em agosto, 82 em setembro, 62 em outubro, 50 em novembro e 57 em dezembro. Podemos ver que a partir de setembro, mês de estreia do Programa Casa Aberta, as postagens aumentam. Em quatro meses, de setembro a dezembro de 2015, foram 95 postagens do programa: 29 em setembro, 25 em outubro, 23 em novembro e 18 em dezembro.

Neste primeiro ano, já existem postagens que caracterizaram o programa até o seu fim. São fotos de capas de livros, discos, fotos de exposição, pinturas e desenhos. Todo o assunto que possuía uma imagem, ela era postada nas redes sociais.

Nas primeiras postagens, também aparecem fotos com a apresentação da equipe. No dia 14, foto com Brisa Marques e o coordenador do FM, Paulo Bastos. No dia 16 de setembro, uma foto do Elias com a jornalista Regina Palla, responsável pelo quadro com dicas diárias de estúdios. No mesmo dia, foto com Luiz Guilherme Gomes, que apresentava o quadro “Onda Cidadã”, que falava de sustentabilidade e cidadania. Um dia depois, dia 17 de setembro, é a vez da turma do quadro “Pé de Sonho”, destinado para crianças com os músicos Geovanne Sassá e Weber Lopes. Gustavo Abreu, coordenador de jornalismo da rádio e responsável por dar as notícias dentro do Programa Casa Aberta aparece em uma foto do dia 21 de setembro. No dia 23 de setembro, pela primeira vez aparece a foto do operador de estúdio, Reginaldo Silva, que sempre foi o responsável pela operação no horário do programa. Também no dia 23 há uma foto com Júlio Baranda, que apresentava o quadro com notícias sobre o trânsito de Belo Horizonte. Gedeon Messias, do quadro “Arte ao Cubo”, responsável por divulgar as artes plásticas e visuais, aparece numa foto no dia 16 de outubro. No dia 11 de novembro, uma foto com a seguinte legenda “Regina Palla, Elias Santos, Reginaldo Silva e Júlio Baranda aqui no #CasaAberta! Essa é parte da equipe que faz o programa acontecer!”. No dia primeiro de dezembro, Elias Santos e Brisa Marques aparecem em uma foto com João Paulo Cunha, que apresentava a coluna “Olhar Cultural”. Suas dicas de livros, com as fotos das capas já haviam aparecido anteriormente.

Outra característica do Programa Casa Aberta ao longo dos seus quatro anos foi a presença de estudantes dentro do estúdio. Durante as visitas de escolas e faculdades, Elias sempre falava com pelo menos um aluno de cada turma no ar. Ainda em 2015, aparecem fotos com os alunos de publicidade e propaganda do Centro Universitário UNA e também alunos do Centro Universitário de Belo Horizonte, UNI-BH.

Alguns comentários de ouvintes nas postagens do Instagram em 2015: “O programa casa aberta é maravilhoso, gosto muito, o melhor dos últimos tempos em BH. Abraço queridos!!!”; “Olha que bacana 🎨🎨🎨”; “Grande João Paulo, admiro demais...”; “Sensacional! Parabéns pelo trabalho...; Ótimo livro!!!”, “Que Blz! Viva o estagiário!”, “Muito boa a entrevista deste escritor português! Parabéns!”, “Bacana demais! 🎧🎧🎧”; “Bacana a



entrevista!"; "A minha família é como a da professora! Tamo junto!"; "Delícia de música!"; "Amooooo!!!!; gnt !! esse Elias é uma graça desde "criança" ... lembro dele no caleidoscópio ... bom, todo mundo lembra ... ☺ parabéns pelo trabalho ! ☺"; "Estamos ouvindo!"; "Grande Elias!"; "Elias! Qtos anos!!!!"

Em 2016, o Programa Casa Aberta foi responsável por 311 das 636 postagens do @radioinconfidencia. Foram 11 postagens em janeiro (16 da rádio), 22 em fevereiro (41 da rádio), seis em março (49 da rádio), sete em abril (26 da rádio), 33 em maio (50 da rádio), 38 em junho (73 da rádio), 32 em julho (73 da rádio), 32 em agosto (62 da rádio), 36 em setembro (72 da rádio), 38 em outubro (86 da rádio), 22 em novembro (35 da rádio) e 34 em dezembro (53 da rádio).

Algumas postagens chamam a atenção. No dia 29 de fevereiro de 2016, há postagem sobre a estreia do quadro Todas as Cores, no Programa Casa Aberta. Na legenda, figura o seguinte: "Estreia do quadro #TodasAsCores. Paulo Proença, jornalista responsável pelo quadro, Brisa Marques e Elias Santos, apresentadores do programa #CasaAberta, e Flávio Henrique, presidente da #RádioInconfidência #Brasileiríssima". No dia 13 de abril de 2016, o Programa Casa Aberta saiu do estúdio e foi para a rua. O programa, que tinha a duração de duas horas, foi realizado na praça sete, em Belo Horizonte e contou com a participação do músico Maurício Tizumba. A interpretação de Tizumba para a música "Casa Aberta", de Chico Amaral e Flávio Henrique, foi a que deu origem as vinhetas do programa. Nesse dia, há postagens do músico e presidente da rádio Flávio Henrique conversando ao vivo com Tizumba sobre a música. Outra postagem importante é a do dia 29 de abril de 2016, que destaca a saída da produtora Brisa Marques do programa, inicialmente para a licença maternidade. Outra postagem de destaque é a do dia 20 de setembro que chama os ouvintes para conferirem as fotos oficiais do aniversário de um ano do programa. Diz a legenda: "As fotos do piquenique de aniversário de 1 ano do #CasaAberta estão no Facebook.com/radioinconfidencia 📷 Confira!".

Em 2016, o Programa Casa Aberta recebeu novamente várias turmas de estudantes, que, além de acompanharem como funciona um programa ao vivo, tiveram a oportunidade de falar no ar. Em maio de 2016, estiveram os alunos do quarto período de publicidade da Una, os alunos do primeiro período do curso de comunicação da UFMG, os alunos do sétimo período de publicidade do Uni-BH e os alunos de Fonoaudiologia do Instituto Metodista Izabela Hendrix. Em junho, foi a vez dos estudantes do Colégio Santo Antônio e da Escola Municipal

Padre Henrique Brandão. Em agosto, o programa recebeu o quarto período da turma de cinema e audiovisual da UNA. Em setembro, o Casa Aberta conversou com a turma do Pintando a Sétima Arte. Em outubro, o programa recebeu em seus estúdios a turma de publicidade e propaganda da UFMG do professor Carlos Mendonça, os alunos do ciclo formativo em comunicação promovido pela AIC - dos Vales do Jequitinhonha, Aço e Rio Doce, a turma do quarto período de publicidade da UNA e os alunos do primeiro semestre de comunicação social da UFMG.

Em 2016, o @radioinconfidencia teve 19 postagens com mais de cem curtidas, sendo seis do Programa Casa Aberta. Um dos cantores mais conhecidos do estado, Vander Lee, faleceu no dia cinco de agosto. As duas postagens sobre a morte e a programação especial da Inconfidência foram as de maior repercussão do ano. A do anúncio teve 178 curtidas e 11 comentários e a da programação e informações do velório 183 curtidas e 13 comentários. A primeira postagem teve a seguinte legenda: “É com tristeza que recebemos a notícia do falecimento de Vander Lee. O cantor e compositor mineiro sofreu um infarto na tarde de ontem e foi internado no Hospital Madre Tereza, em Belo Horizonte. Vander foi presente e parceiro da Rádio Inconfidência em muitos momentos. Foi no Bazar Maravilha, comandado por Tutti Maravilha, há mais de 20 anos, que o músico mostrou seus primeiros trabalhos autorais. Sentimentos da família Inconfidência aos familiares, amigos e fãs do artista”. Na postagem seguinte, temos: “A Diretoria da Rádio Inconfidência informa luto no dia de hoje, 5 de agosto de 2016, pela passagem do grande amigo Vander Lee. Em respeito à sua obra e sua representatividade na cena cultural mineira, a programação desta sexta é dedicada à reflexão e à reverência a esse artista, cuja história se misturou à da Brasileiríssima. Sendo assim, não haverá sorteio de cortêsias e brindes durante a programação da FM 100,9 e as colunas dos programas ao vivo serão dedicadas à memória do nosso companheiro. O velório do músico será hoje, das 17h30 às 0h, no Teatro Francisco Nunes, em Belo Horizonte. O enterro será amanhã, 6 de agosto, às 10h, no Cemitério Bosque da Esperança, também na capital mineira”.

Outras postagens com mais de cem curtidas em 2016 no @radioinconfidencia por ordem de número de curtidas: Criolo e o grupo Floriô nos bastidores do #BazarMaravilha especial #CircuitoDasLetras” (no dia cinco de outubro, com 161 curtidas e 1 comentário); A 19ª Parada do Orgulho LGBT de BH reuniu cerca de 50 mil pessoas na capital mineira (no dia 17 de julho, com 145 curtidas); O rapper @criolomc participa do #BazarMaravilha no @ccbbbh na abertura do #CircuitoDasLetras, do @circuitoliberalidade” (no dia 5 de outubro, com 134 curtidas e dois

comentários) Tutti Maravilha mostra pro Zelu o bronze adquirido durante as férias em Arraial D'ajuda na Bahia (no dia 28 de setembro, com 131 curtidas e 5 comentários); Nossa futura sede (no dia 4 de outubro, com 128 curtidas e 1 comentário); Ficaremos ao lado da @redeminastv e @filarmonicamg no complexo intitulado Centro de Cultura Itamar Franco (no dia 4 de outubro, com 125 curtidas e dois comentários); Que festa! Duda Ramos recebe Lucas Fainblat, Alexandre de Sena e Marcelo Veronez no programa #ANoiteVaiSerBoa da #Brasileiríssima (no dia 23 de novembro, com 120 curtidas e três comentários); Tutti recebe Maíra Baldaia para falar do lançamento do álbum "Poente e outras paisagens" #BazarMaravilha (no dia 14 de dezembro, com 112 curtidas); Tutti Maravilha e Luiza Lara no #SarauMinasTênisClube (no dia 3 de outubro, com 110 curtidas e dois comentários); Tutti Maravilha e a atriz Denise Fraga, hoje, no #BazarMaravilha (no dia 2 de junho, com 106 curtidas) e Tutti recebe a cantora e compositora Karina Libânio no #BazarMaravilha (no dia 23 de novembro, com 100 curtidas).

Entre as postagens do Programa Casa Aberta que se destacaram, por ordem de curtidas, estão: Fica, vai ter bolo! 🍰 #CasaAberta (no dia 20 de dezembro, com 141 curtidas e cinco comentários), Detalhe do topo do bolo feito pelo ouvinte e artista plástico Willi de Carvalho (também no dia 20 de dezembro, com 136 curtidas e dois comentários); Laura Catarina apresenta essa noite o show "Amor de Pai" - uma homenagem ao seu pai, o cantor e compositor Vander Lee (no dia 9 de setembro, com 128 curtidas e seis comentários); #OlharCultural para a AUTOBIOGRAFIA da roqueira paulista e para o filme Elis, em cartaz na cidade, sobre a Pimentinha. #JoaoPauloCunha (no dia 6 de dezembro, com 125 curtidas e dois comentários); Hoje é o Dia Mundial de Combate ao Câncer de Mama. #CasaAberta recebeu as jornalistas Daniella Zupo e Lina Rocha para falar de suas experiências frente à doença #OutubroRosa (no dia 19 de outubro, com 104 curtidas e seis comentários); 🍰👤 #CasaAberta (no dia 20 de dezembro, com 105 curtidas e três comentários)

Em 2016, os ouvintes também estiveram presentes no estúdio. Em julho, recebemos a Marcelina das Graças de Almeida, que também é professora doutora e falou sobre o seu trabalho com visitas guiadas ao cemitério do Bonfim. Também estiveram presentes em julho o ouvinte Fred Tomazetti, o ouvinte Alexandre, que falou sobre o seu livro "Toalhas Vermelhas" e o ouvinte João Francisco de oito anos e seus pais Lene e Carlos.

Em agosto de 2016, alguns ouvintes do Casa Aberta foram convidados para irem ao estúdio pela produtora do programa. O objetivo era participar de um vídeo institucional que



sempre muito importante abordar esse assunto! Parabéns pela entrevista, Foi demais! Todas as flores, todas as cores, todas as diversidades!"; "Foi massa, Parabéns #Casa Aberta, que vc tenha muito e muitos anos de vida, para alegrar e encantar a nós ouvintes escutantes excitantes !!! Elias e toda produção estão de parabéns !!! 🙌🙌"; "Jesus !!! 😊 que som é esse !!! 🙌🙌🙌🙌🙌🙌🙌🙌"; "Que legal! Ouvi, agora estou vendo vcs muito bom!"; "Foi demais! Como sempre!"; "Queridos! Vida longa ao Casa Aberta! 😊"; "Minha ex-chefe ♥️👉♥️👉♥️👉; Uau, que tudo!!!"; "Quanto?"; "Sucesso sempre @veronezmarcelo !!"; "As Leis de Incentivo são poderosas para a cultura de nosso país. <3"; "Minhas colegas de faculdade!"; "Adoooooro "Casa Aberta"!!!!"; "Eu amo!!".

2017 foi um ano especial para a Inconfidência porque a rádio foi para uma nova sede, o Centro Cultural Itamar Franco, no dia 12 de junho de 2017. Metade das fotos que aparecem no Instagram é do estúdio da Raja Gabágli e a outra metade, na Rua Tenente Brito Melo.

Em 2017, o @radioinconfidencia teve 935 postagens, sendo que 329 foram do Casa Aberta. Foram 23 postagens em janeiro (45 da rádio), 21 em fevereiro (38 da rádio), 35 em março (72 da rádio), 30 em abril (61 da rádio), 34 em maio (95 da rádio), 24 em junho (88 da rádio), 43 em julho (99 da rádio), 33 em agosto (116 da rádio), 14 em setembro (86 da rádio), 23 em outubro (78 da rádio), 28 em novembro (99 da rádio), 21 em dezembro (58 da rádio).

Ainda sobre o @radioinconfidencia em 2017, foram 98 postagens com mais de 100 curtidas, sendo 27 do Programa Casa Aberta. A postagem mais curtida do Instagram é a de primeiro de maio, com 453 curtidas e 3 comentários, uma foto do Elias Santos e Belchior na Rádio Inconfidência em 1990. A segunda foto mais curtida foi de 7 de novembro, a estreia da narração de Isabelly Moraes que acabou se tornando a primeira locutora mulher no rádio de Minas. Teve 428 curtidas e 33 comentários. O Bazar Maravilha teve duas postagens com 403 curtidas e 5 comentários em cada uma delas. A primeira é do dia 20 de março, onde Tutti Maravilha aparece abraçado com o ator Matheus Nachtergaele. A segunda é do dia 10 de novembro, onde Tutti aparece com o cantor Chico César.

Em 2017, as postagens de maior engajamento do Programa Casa Aberta, por ordem, foram: Elias Santos e Belchior na Rádio Inconfidência em 1990 (1 de maio, com 453 curtidas e 3 comentários); Está aberta a temporada de Ipês no #CasaAberta. Participe enviando a sua foto para o nosso WhatsApp: (31) 98421.2306 (28 de julho, com 186 curtidas); #CasaAberta para estudantes da Escola Miguel Arcanjo, instituição que aplica a Pedagogia Waldorf no

sistema do ensino curricular (13 de novembro, com 167 curtidas e 12 comentários); #CasaAberta para novembro como o Mês da Consciência Negra (17 de novembro, com 162 curtidas e 9 comentários); #CasaAberta para a juventude negra de Minas. A entrevista está na página do Facebook, na transmissão ao vivo. Confira (29 de novembro, com 156 curtidas e 5 comentários); #CasaAberta para a cantora e compositora Aline Calixto, que lança o álbum *Serpente* nesta quinta, no Teatro Bradesco (20 de novembro, com 154 curtidas e 3 comentários); #CasaAberta para o futebol dos BHarbixas (4 de dezembro, com 154 curtidas e 3 comentários).

Algumas postagens chamam atenção em 2017 como a que chama os ouvintes para enviarem fotos de ipês de Belo Horizonte para o WhatsApp do programa, no dia 28 de julho, e a foto dos presentes dos ouvintes Mário Martins e Alexandre Campinas para os apresentadores do Casa Aberta, no dia 14 de dezembro. Também se destaca a postagem do presente, um acróstico, do ouvinte e funcionário da rádio, Antônio da Cruz para o Programa Casa Aberta, no dia 07 de novembro.

Outra postagem de destaque é a estreia do quadro Lugar de Mulher, no programa A Noite Vai ser Boa e com repercussão no Casa Aberta. O programa sempre teve espaço para outros programas da grade da brasileiríssima e estreias, principalmente porque o apresentador Elias Santos era o diretor artístico e depois o presidente da emissora. Dizia a legenda: Deh Mussolini, Nath Rodrigues, Elias Santos e Brisa Marques falam no #CasaAberta do novo programete da Inconfidência: #lugardemulher #fm (25 de setembro, com 120 curtidas e 2 comentários);

Fotos de livros também estiveram presentes em 2017, com temas do Programa Casa Aberta. Podemos encontrar fotografias dos livros *Uma História do Samba - Origens*, do jornalista Lira Neto; *República e Democracia*; *Os Fuzis e as Flechas - História de sangue e resistência indígena na ditadura*; *Livro Vidas, Quadrinhos e Relatos*. Em algumas fotos, aparecem mais de um livro, como a que traz parte da obra do escritor nipo-britânico Kazuo Ishiguro, de 62 anos, ganhador do Prêmio Nobel de Literatura de 2017 ou livros da obra de Carlos Drummond de Andrade, nos 115 anos do poeta. Também chama a atenção a postagem do dia 23 de maio onde é possível ver algumas fotos do Chichico Alkmim que foram comentadas no quadro Olhar Cultural.

Os programas externos do Casa Aberta em 2017 também foram registrados pelo @radioinconfidencia. No dia sete de agosto, o Casa Aberta falou com a reportagem da rádio

diretamente da Praça Sete no ato unificado pelos 11 Anos da Lei Maria da Penha. No dia 16 de agosto, a apresentação do programa foi no parque municipal, direto do Salão do Livro Infantil e Juvenil. No dia 05 de julho, Dia da Gastronomia Mineira, o Casa Aberta fez um programa ao vivo do Mercado Central de BH, que inaugurou a Espaço Escola Mineiriana.

No dia 14 de setembro de 2017, o programa #CasaAberta comemorou seus dois anos no ar na Idea Casa De Cultura, com um piquenique com os ouvintes. Na festa, Maurício Tizumba, Pé de Sonho, Lucas Avelar, Alexandre Andrés e Nobat foram atrações da edição especial de aniversário. No dia 21 de dezembro de 2017, o Programa Casa Aberta fez outro especial, de final de ano, no Conservatório da UFMG, com presença de todos os ouvintes. Na postagem a integração com as redes sociais: #CasaAberta está no Conservatório UFMG! É o especial de fim de ano do programa da #Brasileirissima. Sintonize na FM 100,9, rádio online e também no *live* do Facebook (21 de dezembro, com 108 curtidas e 1 comentário);

Em 2017, o Programa Casa Aberta também recebeu a visita de seus ouvintes no estúdio e alguns registros foram feitos pelo @radioinconfidencia. Em abril, no dia 13, nosso ouvinte João Francisco e seu pai Carlos Guedes, no dia 17, o ouvinte Sebastião Alves, que ganhou a promoção de páscoa do programa. Em maio, foi a vez da nossa ouvinte Regina Nicolai.

Em junho, um grupo de ouvintes foi conhecer a sede nova da Rádio Inconfidência no dia 26 de junho e outro grupo no dia 28 de junho. No dia 29 de junho foram dois ouvintes, a Lorena, que nos deu chocolates e o Filipe Augusto, que preparou para a gente uma canjiquinha. Em julho, foi a vez da ouvinte Vinícius, que é de Cabo Verde e levou um doce típico de onde ele nasceu, o Baba de Camelo e também a escutante Denise Guimarães, que levou de presente um bolo de tapioca com iogurte. Julho também foi a vez dos ouvintes mirins, João, no dia 18 de julho e Augusto, no dia 19, que foi com a mãe Karina e a avó Nadir. O João gravou um vídeo de agradecimento sobre a experiência na rádio e ele foi postado no Instagram no dia 20 de julho. Também no dia 20 de julho, a ouvinte Naiara foi à rádio com as filhas Gabriela e Luíza especialmente para conhecer o pessoal do Pé de Sonho, do Programa Casa Aberta. No dia 21, foi a vez do ouvinte e chef de cozinha Léo Deoti, com o filho Davi. Eles levaram almoço para a equipe.

Em agosto, recebemos a ouvinte Maria Beatriz Teixeira, que veio nos trazer seu livro de poesias, *Brechás*, e os ouvintes de Jaboticatubas, que trouxeram produtos agrícolas sem agrotóxico e falaram da Feira Raízes do Campo - Feira Agroecológica de Jabó. Em outubro,

recebemos a visita do ouvinte João Francisco, no dia 13. Em dezembro recebemos o ouvinte Paulo Fernandes que nos presenteou com canecas de times de futebol.

Em 2017, o Programa Casa Aberta também abriu espaço para as instituições de ensino. Algumas dessas visitas foram registradas no Instagram. Em maio, os alunos que produzem os Retratos Sonoros da Rádio Inconfidência da turma do Primeiro Período de Publicidade da UFMG estiveram no programa. Em julho, em três dias diferentes, no dia 11, no dia 13 e no dia 19, foi a vez dos alunos do Espro - Ensino Social Profissionalizante. Em agosto, há uma foto com os alunos de jornalismo da Newton Paiva. Também em agosto, o Programa Casa Aberta recebeu os alunos do Magnum e divulgou o lançamento do álbum "Cantadores" do Grupo Magnum Musical. Em novembro, o @radioinconfidencia tem três postagens nos estúdios do Casa Aberta com estudantes. No dia nove, duas fotos com os alunos de comunicação da UFMG, e no dia 13 de novembro, com os estudantes da Escola Miguel Arcanjo, instituição que aplica a Pedagogia Waldorf no sistema do ensino curricular.

Comentários de 2017 no @radioinconfidencia em postagens do Programa Casa Aberta incluem elogios, como: “Que maravilha!!”; “Amei o bate papo!😄😄😄; Adoro a música do Estagiário. A entrevista foi ótima, como sempre!😊”; “Eita trem bao”; “Foi muito boa a entrevista com o garoto Matheus e Delegado”; “Foi muito, muito bom!; Eu ouvi. Grande Rudá!”; “Tizumba um cara que eu admiro gosto e amo rsrs vc é demais @mauriciotizumba”; “Grande Barile!”; “Parabéns pelo projeto! Sucesso total!”; “Excelente programa, mais uma vez! Vida longa à Brasileiríssima!!!”; “Adoro ser uma "ouvinte escutante" do casa aberta!! Sempre acerta com seus convidados!!! 🍷🍷🍷 Os melhores!!!!”; “Foi emocionante o programa hoje! 🍷🍷”; “Casa Aberta é assim: dá vontade de chegar e entrar! 😊”; “Adoro seu programa querido Elias!!! Parabéns pelo lindo trabalho que essa equipe maravilhosa nos proporciona todos os dias. Vida longa #casaaberta”;

Também há observações relativas a própria fotografia e a identificação de pessoas conhecidas: De blusa da #JuventudeBronzeada; “Onde está disponível? Fiquei interessada”; “Que legal te ver aqui Luiza @alimentacaoinfantiloficial”; “Que legal, @radioinconfidencia! @lenoraholfs foi minha coleguinha de facul!!! ❤️”; “Olha a Rita!”; “Bela a Carla... bela a voz!!! Sou fã!!! ❤️”; “ó @violaleticialeal”; “Nossa... invejei o Elias fortemente agora!”; “Olha o tio fernando aee; Clarita! Foi minha prof por uns dias, pena q tive de abandonar o curso”; “Que maravilha! Parabéns ao educativo da @casafiatdecultura. Saudades!”; “Caraca, o Elias não



estava brincando quando falou no programa que o convidado havia levado vários livros... sorte para o projeto do aplicativo”; “Gente, mas esse Casa Aberta de hoje só teve gente fina! A Gaby e a Dra. Larissa!”; “Duas lindas, e cheias de carisma!! ♥ esse ep já é um Sucesso!!”; “Maravilhosos e muito queridos. ♥□♥□”; “Olha ai o querido sanfoneiro @theo\_lustosa!!”; “Meu cumpadre!!!! 🍷🍷🍷🍷”; “@lidiapimentel esse meu amigo @chicodoceu é demais! 🍷”;

As postagens também possuem alguns comentários sobre o assunto da entrevista: “Realmente, o que precisamos é de chegar a um consenso sobre o que é desenvolver um país”; “🍷 #foratemer; iniciativa linda e emergencial! <3; Sensacional!! Isso precisa ser debatido. Parabéns; Só força!”; “Mto legal. Atitudes cidadãs. #foratemer”; “Chega de sermos uma colônia de exploração”.

Também aparecem comentários de aproximação do público ouvinte: “Minha mãe (a Regina) é Brasileiríssima e por influência dela eu sempre ouço a Inconfidência daqui de Dubai, onde moro ♥□”; “Parabéns pelo programa tenho 12 e gosto bastante do programa”;

Em 2018, o @radioinconfidencia teve 788 postagens, sendo 262 do Programa Casa Aberta. Foram 20 em janeiro (58 da rádio), 20 em fevereiro (66 da rádio), 27 em março (82 da rádio), 25 em abril (80 da rádio), 29 em maio (89 da rádio), 23 em junho (74 da rádio), 8 em julho (23 da rádio), 15 em agosto (59 da rádio), 22 em setembro (80 da rádio), 20 em outubro (53 da rádio), 27 em novembro (61 da rádio), 26 em dezembro (63 da rádio).

Foram 217 postagens com mais de cem curtidas, sendo 78 dessas do Programa Casa Aberta. Em 2018, o presidente da rádio, o músico Flávio Henrique, faleceu logo no início do ano, no dia 18 de janeiro. As postagens que envolveram sua morte e depois a substituição na presidência da rádio pelo Elias, foram as de maior engajamento.

A primeira nota no @radioinconfidencia, no dia 18 de janeiro, trazia a seguinte legenda: “NOTA DE FALECIMENTO - A música, a cultura e a comunicação de Minas Gerais amanheceram de luto nesta quinta-feira (18). Flávio Henrique Alves, presidente da Empresa Mineira de Comunicação (EMC), faleceu nesta manhã em decorrência de complicações posteriores ao quadro de febre amarela. Além de músico talentoso e compositor reconhecido, Flávio atuou com destaque na Rádio Inconfidência, onde também ocupou a presidência. Sua dedicação foi fundamental durante a transferência da Rádio e da Rede Minas para as novas

instalações das emissoras, bem como na implantação e integração da Empresa Mineira de Comunicação (EMC). Seu sorriso, seu jeito carinhoso, sua dignidade e sua música ficam marcadas em nossa memória e em nossos corações. O Governo de Minas Gerais, a Secretaria de Estado de Cultura e todo o Sistema Estadual de Cultura lamentam essa imensa perda e enviam condolências a familiares e amigos. “Flávio Henrique foi, como gestor público, o que sempre foi como artista. Uma pessoa leal e digna que pôs o seu talento a serviço da cultura de Minas Gerais e do Brasil. Todos nós sentimos profundamente a sua partida”, disse o secretário de Estado de Cultura, Angelo Oswaldo. Flávio deixa esposa e uma filha. Informações sobre velório e sepultamento serão enviadas em breve. SECRETARIA DE ESTADO DE CULTURA DE MINAS GERAIS, GOVERNO DE MINAS GERAIS”.

A postagem teve 1.160 curtidas e 96 comentários. Uma reportagem sobre o Flávio produzida e exibida na Rede Minas também foi postada no Instagram da rádio. Ela teve 1.440 curtidas e 30 comentários. No dia 23 de janeiro, foi repostado do governo de Minas um novo vídeo, produzido pela secretaria de cultura, com vários músicos, amigos do Flávio, cantando a música “Casa Aberta”. Diz a legenda: 🎵 Lua luou. Vento ventou. Rio correu pro mar. Foi beijar. As areias de lá. 🎵 Versos eternizados em música com o talento e a sensibilidade de um dos maiores compositores do nosso estado. Obrigado, Flávio Henrique! Participam da homenagem em ordem @thiagodelegado, @mariananunescanto, @gustavomagua, @coladera, @alinecalixto, @mauricio\_tizumba e @julianaperdigao. A postagem teve 1536 curtidas e 46 comentários.

No dia 26 de janeiro de 2018, foi postado um vídeo produzido pela rádio com o depoimento do Elias, que tinha sido nomeado no dia para a presidência da Empresa Mineira de Comunicação. A postagem teve 1.380 curtidas e 96 comentários.

Ainda sobre as postagens de maior engajamento de 2018 no @radioinconfidencia estão, pela ordem de curtidas: Tutti e Takai no Bazar Maravilha (13 de junho de 2018, com 457 curtidas e sete comentários); uma foto de um cartaz com os dizeres sou ouvinte escutante da Rádio Inconfidência – Programa Casa Aberta – no show de 30 anos do programa Agenda da Rede Minas (30 de junho de 2018, com 451 curtidas e onze comentários); Ato contra o genocídio da população negra, em BH. Movimentos populares pedem justiça pelo assassinato da vereadora Marielle Franco. (15 de março de 2018, com 396 curtidas e 8 comentários); Bazar Maravilha recebe a atriz e cantora Claudia Ohana para falar do espetáculo Vamp - O musical

(9 de agosto de 2018, com 398 curtidas e 4 comentários); Sérgio Pererê e Tutti Maravilha. Em mãos, o primeiro livro do cantor e compositor. (11 de abril de 2018, com 340 curtidas e nove comentários); Grace Passô e Renata Sorrah participam do #BazarMaravilha e falam sobre o espetáculo PRETO #Brasileirissima (19 de abril de 2018, com 330 curtidas e seis comentários).

Entre as postagens do Programa Casa Aberta, além da que tem o cartaz da ouvinte escutante, pela ordem de curtidas, estão: uma foto do Elias com o cantor, percussionista, compositor e escritor mineiro Sérgio Pererê (1 de novembro, com 296 curtidas e três comentários); uma foto do Elias com a jornalista Maíra Lemos que apresentou no Casa Aberta o canal "De onde é que vem" (13 de abril de 2018, com 279 curtidas e 3 comentários); uma postagem com uma sequência de fotos com a apresentação da equipe do Casa Aberta, no dia dos três anos do programa (14 de setembro de 2018, com 277 curtidas e 27 comentários); uma foto na escadaria da rádio com os ouvintes que estiveram presentes no programa externo, realizado no pátio da rádio, pela ocasião dos três anos do programa (14 de setembro de 2018, com 238 curtidas 13 comentários); uma postagem com uma sequência de fotos no dia do aniversário do Elias, com funcionários da rádio e ouvintes (20 de dezembro, com 214 curtidas e seis comentários).

Ainda sobre as postagens do Programa Casa Aberta no Instagram em 2018, as fotos com livros continuaram sendo postadas, principalmente no primeiro semestre, devido à saída em 2018 do jornalista João Paulo Cunha e o fim da coluna Olhar Cultural. Entre as fotos publicadas estão os livros de Carlos Heitor Cony (09 de janeiro, 37 curtidas); o último livro de Ariano Suassuna, o *Romance de Dom Pantero no Palco dos Pecadores* (16 de janeiro, com 24 curtidas); os lançamentos literários *Pretérito Imperfeito*, do Kucinski e *Glória e Seu Cortejo de Horrores*, de Fernanda Torres (30 de janeiro, com 74 curtidas e 2 comentários); dos livros *Achei Que Meu Pai Fosse Deus*, de Paul Auster, e *O palácio da memória: Pessoas extraordinárias em tempos conturbados*, de Nate DiMeo (20 de fevereiro, com 40 curtidas); do livro *Para Criar Crianças Feministas, um Manifesto*, de Chimamanda Ngozi Adichie (6 de março, com 139 curtidas); para a obra de Tavinho Moura especialmente o novo trabalho, o CD "*O Anjo na Varanda*" (13 de março, com 108 curtidas); o livro *Os Chicos – Prosa e Fotografia*, de Gustavo Nolasco e Leo Drumond (22 de março, com 47 curtidas); livros da obra de Stephen Hawking (20 de março, com 73 pessoas); com os livros *O Sol na Cabeça*, Geovani Martins, e *A cidade dorme*, de Luiz Ruffato (10 de abril, com 59 curtidas);

Em 2018, os ouvintes também estiveram no estúdio e foram registrados em fotos no @radioinconfidencia. No dia 01 de fevereiro, foi convidado pela produção do programa alguns ouvintes com os filhos pequenos para participarem de um Pé de Sonho especial de fim de férias. No dia 02 de fevereiro, o ouvinte Fred Tomazzetti e a esposa Luiza foi levar uma lasanha para a equipe do programa. No dia 22 de fevereiro, um grupo de ouvintes foi no estúdio do Casa Aberta levando bolo e doces para comemorar o aniversário da produtora. No dia 09 de março, o programa recebeu a visita do ouvinte Júlio César de Carvalho, que trouxe um isopor de linguiças artesanais. No dia 09 de maio, foi a vez da ouvinte Carol, de Betim.

No segundo semestre, também recebemos visitas. Dia 16 de agosto, recebemos os ouvintes Eduardo, sua esposa Sheyla e o filho Francisco. No dia 14 de setembro, os ouvintes foram convidados no ar a participarem do especial dos três anos do Casa Aberta, um programa ao vivo no pátio em frente à sede da rádio. No dia 21 de setembro, recebemos um grupo de ouvintes novamente com bolo e balões para comemorar o aniversário do colunista Paulo Proença. No dia 26 de setembro, foi a vez das ouvintes Maria José e Maria Amélia, que participaram de programas de auditório da Inconfidência, participarem do programa falando sobre como era a rádio nos anos de 1940. No dia 18 de dezembro, foi realizado um programa especial, parte do programa foi realizada na área externa do Centro Cultural Presidente Itamar Franco, com a apresentação do Coral da AABB de Belo Horizonte e um abraço simbólico de boas festas. Ouvintes foram convidados no ar para estarem presentes. E no dia 20 de dezembro, novamente um grupo de ouvintes se organizou com bolo, comes e bebes para comemorar o aniversário do Elias Santos.

A participação de escolas e faculdades durante o Casa Aberta também foi registrado em 2018 pelo @radioinconfidencia. Em junho, no dia 08, o programa recebeu alunas e alunos de jornalismo da UFMG (53 curtidas), no dia 28 foi a vez da turma de publicidade e propaganda da UFMG responsável pelos Retratos Sonoros (119 curtidas, 1 comentário) e no dia 29, o sétimo período da turma de publicidade e propaganda do Uni-BH (47 curtidas). No dia 21 de agosto de 2018, o Programa Casa Aberta recebeu a visita de estudantes do Ensino Médio da Escola Estadual Ari da Franca, do bairro Santa Mônica. Foi feito o registro em vídeo, com os alunos cantando (652 visualizações). Em setembro, dia 24, pela primeira vez o Casa Aberta sai dos estúdios e realiza um programa diretamente de uma faculdade. O programa foi convidado para ser uma das atrações da Jornada das Utopias, que ocorreu no prédio do Departamento de Comunicação da PUC Minas. Em dezembro, no dia seis, o Casa Aberta recebeu a visita dos

alunos de comunicação do Uni-BH com o professor Rodrigo Borges (101 curtidas, 3 comentários).

Ainda sobre a presença do Programa Casa Aberta no @radioinconfidencia em 2018 há uma postagem, logo no início do ano, com fotos da Praça Sete no dia 08 de março. Na legenda, temos: “#CasaAberta para a participação da jornalista Duda Ramos direto da Praça 7 com as manifestações do dia 8 de Março. Mulheres na Luta por Direitos: Resistência, Poder e Democracia #Brasileirissima #8M #8demarço” (46 curtidas).

Alguns comentários de 2018 foram selecionados em postagens do Programa Casa Aberta. No começo do ano, muitas mensagens de apoio ao Elias que virou presidente da EMC: A vida é um ciclo diário Elias. Triste a perda de uma pessoa igual o Flávio Henrique, mas você neste cargo estará com certeza dando continuidade na divulgação da Cultura Mineira para todos. Sucesso, sucesso, muitas realizações; Maravilha!!!...em boas mãos... você tem coração e garra... você investe e respira cultura... Aplausos!!! Boa sorte!!!!; Parabéns, Elias! Que você possa continuar com o trabalho bonito do Flávio. Você é íntegro e isso já lhe faz um vencedor!; Parabéns Elias, estamos em ótimas mãos! Todo sucesso para você, que Deus esteja contigo! Abraços; Muito merecedor. Um cara sensacional que pouco conheço mas me encanta toda vez que o ouço!; Viva! Elias é fundamental na nova Inconfidência e também na nova EMC. Tudo de bom para você, Elias, e para equipe da rádio e TV Minas. E em dezembro de 2018, com a vitória do Zema, já vemos mensagens nas fotos como esta: #ficaeliassantos.

Também destacamos os comentários nas postagens direcionados para os convidados do programa: Obrigada ao Augusto por todos os "meio-dia lindos" deste ano e por todas as coisas lindas que trouxeram beleza para a minha vida neste ano; Fiquei emocionada com a entrevista da Dra. Irene! Faz a gente acreditar um pouco mais no Amor!; Olha a conterrânea aí; Certamente será linda, Wagner e sua equipe são maravilhosos; @ironiaedeboche nem acredito que perdi sua entrevista no Casa Aberta.☺; Amo Pererê! E amo Elias também! ♥☐; Mauro talento Minas Gerais e do Brasil; Minha Vovó Zezé, que trem mais linda!!!!☺; Parabéns @radioinconfidencia por mostrar grandes compositores. Segue adiante @raul.mariano; Ana Laura, explosão de fofura!; Amo casa aberta!! Sou fã da Mariana!; Gente, querido @scarpelliangelo, trabalhamos anos juntos!!!; Camilinha é um talento ambulante!!! Sou fã!; Gente, não tem jeito, Rede Minas e rádio inconfidência fazem parte da minha história tanto que só vejo gente conhecida. Professora Giroletti... Pai de uma GRANDE AMIGA; Parabéns

Laura!!! Vc é show!!!; @raphaelsalescantautor que massa, adorei o repertório sucesso pra você!!!!; Adoro. Vida longa e cheia de poesia, Lucas!; Grande Pereira da Viola!; Show, tive o prazer de ter aula com esta jovem.

Os comentários elogiando o programa e apresentador também estão presentes nas postagens: Mil vezes parabéns Elias! Te admiro, sem te conhecer pessoalmente! Só pela sua fala e as poucos fotos que vejo nas redes sociais, você nos encanta com sua vitalidade, energia positiva, empolgação, entusiasmo, alegria etc etc etc....; Como sempre, o casa aberta nos proporcionando emoções e um sentimento de otimismo para entrar em 2019 com boas vibrações, apesar do contexto nos direcionar à caminhos opostos. Obrigada Casa aberta! Gratidão sempre! Amo vcs!; programa maravilhoso! Parabéns CasaAberta! 🙌🙌🙌🙌🙌; Gostaria de deixar aqui meus cumprimentos a todos vocês pelo belíssimo trabalho, em especial nesse mês de novembro sobre a consciência negra. Ressalto aqui a importância do mesmo para a promoção da igualdade racial em nossa sociedade. Gratidão!; Mestres espalhando a palavra, ou melhor, a arte... Bravo!!!; Este programa tem dinâmica de vasculhar e sondar e compartilhar com todos os Mineiros todos os trabalhos que sempre estão vigorando nas Minas Gerais; Programinha bom viu😊; Que programa show! Espetacular.

Comentários sobre algo específico da entrevista ou simplesmente sobre a entrevista também aparecem junto às fotos dos convidados: Foi maravilhoso! Adorei!!! Que trabalho power para o empoderamento .... Parabéns; Eu ouvi a entrevista e foi muito linda! Parabéns Casa Aberta; Ouvi vocês hoje e curti muito!; Adorei isso: lugar perigoso não é no morro, lugar perigoso é no senado; Juntas na resistência! 🙌; Um dos melhores programas foi o de hoje!!! Quanta pureza e alegria...Parabéns pela iniciativa... foi lindo; Adorei essa entrevista!; Este encontro foi memorável. Encontro de gente da melhor qualidade; @memorial.vale tem excelente programação cultural! 🙌🙌🙌; Adorei a entrevista. Linda Giovanna!; Foi lindo demais!🙌🙌🙌🙌; Necessário este seminário!; Muito boa a entrevista! Parabéns; Adorei a entrevista ...me esclareceu e tirei várias dúvidas!; Isso 'mostra' o quanto @jacson\_diasbhte e a @radioinconfidencia valorizam essa importante 'Mostra'... Por isso a gente 'mostra' admiração por vcs♥; Isso aí Joãozinho! Representa mesmo; Comprei hoje para dar de presente para sobrinhas de tiveram bebês recentemente!; Este encontro foi formidável, cada uma expressão sua visão mágica na busca solução dos problemas; Peça mais do que sensacional, é necessária!; Essas crianças nunca esquecerão esse dia especial! Obrigada por tanto carinho! :)

Em 2019, o @radioinconfidencia teve 633 postagens até o dia 01 de novembro, dia do último programa do Casa Aberta. O programa foi responsável por 203 postagens. Foram 24 em janeiro (63 da rádio), 29 em fevereiro (92 da rádio), 28 em março (69 da rádio), 32 em abril (86 da rádio), 14 em maio (49 da rádio), 15 em junho (54 da rádio), 16 em julho (55 da rádio), 09 em agosto (52 da rádio), 10 em setembro (46 da rádio), 25 em outubro (67 da rádio), um em novembro.

Em 2019, até o dia primeiro de novembro, o @radioinconfidencia teve 159 postagens com mais de cem curtidas, sendo 117 de programas variados da rádio e 42 do Programa Casa Aberta.

As postagens de maior engajamento do Instagram da rádio, de 01 de janeiro a 01 de novembro de 2019, foram: Ouvintes e colegas prepararam uma surpresa pro Tutti Maravilha, aniversariante do dia! Uhu! Viva! #Brasileiríssima #BazarMaravilha (13 de fevereiro de 2019, 623 curtidas, 56 comentários); Tutti recebeu o estilista Ronaldo Fraga no programa #BazarMaravilha desta terça-feira! #Brasileiríssima (15 de janeiro de 2019, 534 curtidas, 19 comentários); #BazarMaravilha recebeu a cantora e compositora Nath Rodrigues, que lança o álbum Fractal nesta sexta! #Brasileiríssima (16 de julho de 2019, 435 curtidas, 13 comentários); Arte do cartaz original de divulgação do lançamento da Brasileiríssima. Por Claudine Albertini, primeiro coordenado do dial FM: "Arte da Brasileiríssima, se me lembro bem da Pinho, que fala por si: a Brasileiríssima estourou! Em 2 de fevereiro de 1979, entrava no ar a Brasileiríssima, tocando apenas MPB. Pioneira, original, única, surpreendeu o mercado. Neste dia, nascia em plena era de chumbo, grito de liberdade e de crédito ao talento nacional. Brasil! Viva MG! 'Os sonhos não envelhecem: Márcio Borges.'" (11 de janeiro de 2019, 429 curtidas, 17 comentários); #BazarMaravilha recebeu o músico Eduardo Dussek, que também se apresentou no Estúdio Musical Flávio Henrique. Para rever esta entrevista acesse: [www.YouTube.com/RadioInconfidenciaWebTv](http://www.YouTube.com/RadioInconfidenciaWebTv) (24 de maio de 2019, 420 curtidas, 11 comentários); #BazarMaravilha recebe a atriz Nathalia Timberg que apresenta o monólogo Através da Íris em BH. (12 de abril de 2019, 390 curtidas, 6 comentários); Titane, Tizumba e Sérgio Pererê comemoram os 40 anos no programa Almanaque Brasil. Assista no [YouTube.com/RadioInconfidenciaWebTV](http://YouTube.com/RadioInconfidenciaWebTV) (4 de fevereiro de 2019, 394 curtidas, 14 comentários); Para comemorar os 40 anos da Brasileiríssima, #BazarMaravilha recebe a banda Pato Fu no estúdio musical. Assista ao vivo pelo [YouTube.com/RadioInconfidenciaWebTV](http://YouTube.com/RadioInconfidenciaWebTV) (4 de fevereiro de 2019, 383 curtidas, 13 comentários); #CasaAberta para a Dona Mercês que está

de aniversário hoje. (29 de julho de 2019, 372 curtidas, 12 comentários); Em fevereiro de 1979, a Brasileiríssima entrava no ar. Ligar o rádio e ouvir a boa música brasileira passou a ser uma expectativa de felicidade e reconhecimento. Um jeito próprio de estar em casa. Um gesto simples e natural, mas que trazia com ele desafios. A trilha sonora dos mineiros passou a falar nossa língua, a seguir ritmos mais próximos ao coração, a compor a história real de todos os dias. Música que traduzia o sentimento de liberdade que estava no ar, vocação para renovar sempre e respeito com a criação nacional. Uma trajetória que foi ampliando seu diálogo, em harmonia com as canções, com informação de qualidade, olhar crítico e identificação com todas as manifestações da cultura. O que um dia foi sonho, hoje é compromisso. Na pluralidade desafiadora das vozes do mundo, nada mais universal que a liberdade. E a arte brasileira. Brasileiríssima. [Texto de João Paulo Cunha]. E nesta, dia 4 de fevereiro, tem programação especial durante todo o dia nas ondas da FM 100,9 e das nossas redes, com várias transmissões ao vivo, direto do estúdio musical! (2 de fevereiro de 2019, 356 curtidas, 13 comentários); Lô Borges lançou o novo trabalho, o álbum Rio da Lua, no #BazarMaravilha. Assista no [YouTube.com/RadioInconfidencisWebTv](https://www.youtube.com/RadioInconfidencisWebTv). (26 de abril de 2019, 339 curtidas, 4 comentários); Reunião Especial em homenagem aos 40 anos da Rádio Inconfidência FM 100,9. (25 de março de 2019, 328 curtidas, 19 comentários)

Entre as postagens do Instagram da rádio em 2019 as publicações de maior engajamento relativas ao Programa Casa Aberta são: #CasaAberta para a Dona Mercês que está de aniversário hoje. (29 de julho de 2019, 372 curtidas, 12 comentários); Estudantes do curso de Publicidade e Propaganda da Una participaram do programa #CasaAberta de hoje! #Brasileiríssima (27 de maio de 2019, 333 curtidas, 7 comentários); #CasaAberta conversou com a professora Sandra Goulart Almeida, reitora da UFMG. Assista a entrevista no [YouTube.com/RadioInconfidenciaWebTv](https://www.youtube.com/RadioInconfidenciaWebTv) (20 DE MAIO DE 2019, 321 curtidas, 13 comentários); A LGBTQFobia agora é crime no Brasil. Acompanhe esta e outras informações na coluna #TodasAsCores: [www.inconfidencia.com.br/todasascors](http://www.inconfidencia.com.br/todasascors) (17 de junho de 2019, 269 curtidas, 4 comentários); #CasaAberta para estudantes de Comunicação Social da UFMG, que participam e colaboram com o projeto de memória da Rádio Inconfidência, o Retrato Sonoro! #Brasileiríssima (11 de junho de 2019, 265 curtidas, 12 comentários); #CasaAberta recebe o cantor e compositor Mateus Aleluia para falar sobre os projetos: “Conversa AfroBarroca – Canto dos Recuados” e o espetáculo "Aclamação Para Olorum" #Brasileiríssima (6 DE MAIO DE 2019, 248 curtidas, 6 comentários); CasaAberta para a V Mostra de Cinema Feminista, em



cartaz até o dia 26 de Maio, com programação gratuita #Brasileiríssima (17 DE MAIO DE 2019, 236 curtidas, 5 comentários).

Em 2019, o Instagram não trouxe fotos exclusivas de livros ou exposições, mas trouxe fotos dos convidados com os livros ou cartazes em mãos. Foi registrado o lançamento do Calendário Astronômico para crianças no Espaço do Conhecimento UFMG (9 de janeiro de 2019); a foto do catálogo da exposição PULSA, da Picolla Galleria, em cartaz na Casa Fiat de Cultura (6 de fevereiro de 2019); o lançamento do livro *Desarmadilha* (25 de fevereiro de 2019); a foto do catálogo da exposição *Incofissão*, no Museu Mineiro (27 de fevereiro de 2019); a foto do cartaz da exposição Olhares Cruzados Brasil-Canadá (20 de março de 2019); a foto de livros sobre o autismo de Victor Mendonça e Selma Sueli (9 de abril de 2019); o lançamento do livro *Chega! - Autoconhecimento para uma vida plena* (15 de maio de 2019); o lançamento do livro *Penso, logo duvido*, do jornalista João Paulo Cunha (4 de julho de 2019); o lançamento do livro *Patrimonialismo no Brasil: Corrupção e Desigualdade* (5 de agosto de 2019); a foto do autor com o livro *Vou ser Pai: E agora?* (9 de agosto de 2019); a foto da autora com o livro *Wish you were Here* de Luly Lage (2 de outubro de 2019); os livros de poetas do Slam MG, uma competição de poesia falada conhecida mundialmente (22 de outubro de 2019); e a foto do autor com o livro *Além da Lama - O emocionante relato do capitão dos Bombeiros que atuou nas primeiras horas da tragédia em Mariana*. (31 de outubro de 2019).

Em 2019, as visitas de instituições de ensino ao estúdio do Programa Casa Aberta continuaram, mas, em menor número. No dia 23 de abril, o programa recebeu os alunos da ONG Associação Imagem Comunitária. No dia 27 de maio, foi a vez dos estudantes do curso de Publicidade e Propaganda da Una participarem do programa. No dia 10 de junho, o Programa Casa Aberta recebeu os estudantes de Publicidade e Propaganda da UNA. No dia 11 de junho, foi a vez dos estudantes de Comunicação Social da UFMG, que participam e colaboram com o projeto de memória da Rádio Inconfidência, o Retrato Sonoro. No dia 13 de junho, a segunda parte dos alunos de comunicação da UFMG, que participam do projeto Retrato Sonoro.

Também em 2019, recebemos visitas dos nossos ouvintes, mas, devido às mudanças da rádio, a saída do Elias, o clima pesado com a notícia de um possível fechamento da rádio, eles vieram em menor número. No dia 22 de fevereiro, por ocasião do aniversário da produtora, o ouvinte Willi de Carvalho representando um grupo de ouvintes foi ao estúdio para levar um presente. Willi é artista plástico de prestígio internacional. No dia 12 de abril, foi a vez do ouvinte Alexandre, que participou do quadro Arte ao Cubo. No dia 18 de abril, a ouvinte Débora

Rocha levou seus dois filhos para conhecerem o estúdio do Casa Aberta. E no dia 17 de setembro de 2019, recebemos a ouvinte Dayse Reis que estava envolvida e comandando o Movimento SOS Vargem das Flores, em defesa da Área de Proteção Ambiental.

Sobre os comentários que se destacaram no Instagram em 2019, a grande maioria continua sendo referências ao entrevistado do dia: “Olá Carla! Muito sucesso! Acho que somos primas”; “Clarice Libânio, nossa referência! ♥”; “Amo muito escutar e aprender com esse incrível ser humano João Paulo Cunha! 😊”; “Adorei a apresentação desses talentos de raiz !! Muito bom; Eu amo desde muito tempo. Tenho vinil da banda. Aiai que orgulho e que bom que vcs estão aqui 😊”; “Adorei a entrevista. Adorei a cantora, Rachell Luz”; “Parabéns Dona Mercês. A senhora faz parte da nossa imaginação de maneira muito carinhosa. E o #casaaberta é responsável pelo imenso respeito que todos temos pela senhora. Paz e alegria!; Viva o Grupo Parangolé! ♥□”; “Suely Monteiro, uma fofa!!”; “Que entrevista mais Linda 😊 Bárbara Barcelos é uma Super Artista e faz a diferença nesse mundo ...Vamos Salvar as nossas Matas, a nossa natureza 🌳”; “👏👏👏ótima iniciativa do meu ex-aluno querido Hélder! Boa entrevista. Adoro seu programa Elias ♥□”; “#somostodoscraei O Danilo é um exemplo pra todos nós que trabalhamos no CRAEI. Parabéns a todas e todos desse Projeto .!!! Parabéns, CASA ABERTA, pela matéria . . . !!!”; “Dan foi maravilhoso!!! De arrepiar. Parabéns!! estamos muito orgulhosos de você 🌳😊”; “Olha o Rommel! colega nos tempos de escola em Betim 🙌;” @caremabreu fez um lindo trabalho, parabéns!!! Vamos prestigiar”; “Maravilhosasssss! @inesamaralmb olha vc!!!! esse espetáculo será demais!!! ♥♥♥”; “Celso Adolfo é “Massa”, é de São Domingos do Prata - MG. Bom D +!...😊”; “Músico genial, Celso Adolfo; Que turma maravilhosa!”; “Amooo ver esse estúdio tomado de jovens, que sonham e querem fazer um mundo melhor!♥”; “Grupo precioso demais!”; “Lindasss! Salve Adélia!♥□”; “Agora sim virou balbúrdia. Rs; Queridos”;

Os temas das entrevistas também foram comentados nas postagens de 2019: “Escutei na rádio ontem, incrível o projeto e a história! Parabéns aos atletas e ao Itamar pela iniciativa. Transformador! 😊”; “Ótimo o programa de hoje. Muito importante o tema das Fake News🙌🙌🙌”; “Muito esclarecedora a entrevista!!! Excelente trabalho!”; “Adorei a entrevista ...realmente a dança é transformadora ♥□”; “Salve, salve todas as cores...; Lindo projeto! Salve a cultura de nossas raízes!”; “Adorei essa entrevista. Que belo trabalho! Obrigada pela contribuição cultural e responsabilidade social que caracterizam esse projeto”; “Todo apoio à

Universidade pública, gratuita e de qualidade 🙌🙌”; “Este projeto é show de cultura!”; “O título já é instigante”; “Ótimo programa, sempre com excelentes quadros. E tem que ter notícia sobre o que querem fazer com nossa água sim. Parabéns a todos”.

Muitos elogios para o programa ao longo das postagens também podem ser registrados: “Foi tão prazeroso que até parecia que era carnaval no estúdio!”; “Foi, ótimo!”; “Sou super fã!!!”; “Sensacional a Entrevista transmitida ao “Vivo e a Cores”! 🙌🙌🙌 para o “Casa Aberta” e para Rádio Inconfidência. 😊”; “Adoro esse programa...e o @elias.sunshine. Escutei hoje... sensacional as falas e o posicionamento dele. 😊”; “Adorei a entrevista 🙌🙌🙌 que delicadeza”; “Ouvi e achei excelente! Um viva pra vcs de Nova Iorque!”; “Sensacional amo a rádio inconfidência! Aprendo demais com os profissionais!”;

Em 2019, o Programa Casa Aberta passou por muitas mudanças. Desde o dia 01 de janeiro, Elias Santos foi destituído do cargo de presidente da EMC e a apresentação do programa passou a ser do coordenador de produção, Pedro Henrique Vieira. Alguns comentários aparecem no início do ano no Instagram: “O Pedro Vieira 🙌❤ é ótimo mas quando o Elias Santos volta? Certas vozes são a cara da Inconfidência Brasileiríssima 😊❤ (16 de janeiro de 2019)”; “Cadê o Elias?!? (4 de fevereiro de 2019)”

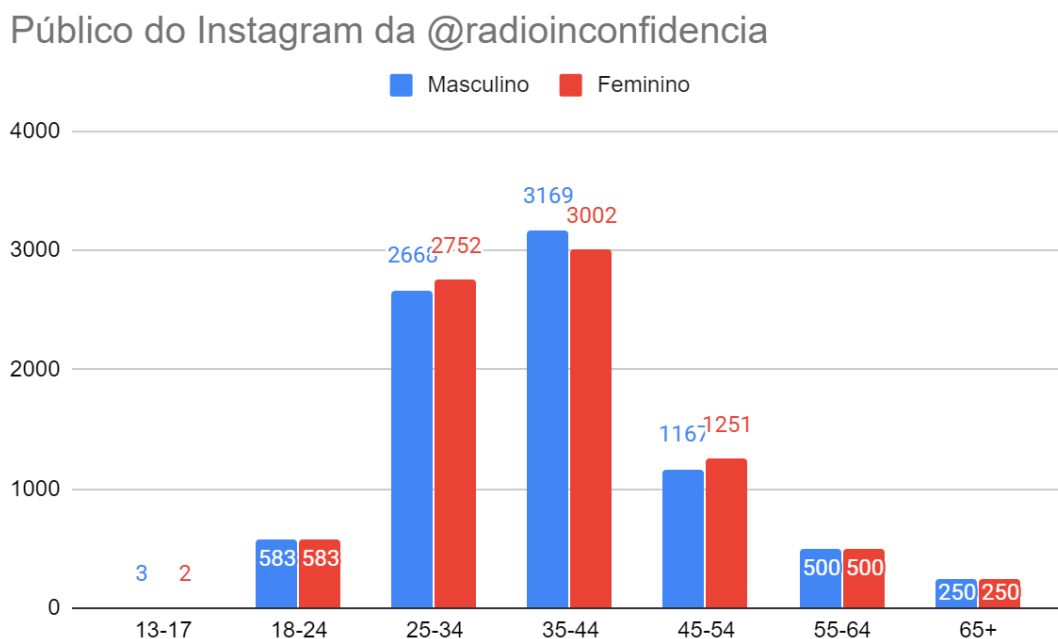
Elias voltou no dia 20 de maio de 2019, mas nesta volta o programa perde uma hora de duração e passa a ser de 11h ao meio dia. Essas mudanças também foram comentadas nas postagens do Instagram. No dia 20 de maio, na foto com a entrevistada, aparecem comentários como: “Elias Santos de volta!!!! Muita alegria! Que bom! 🙌🙌🙌❤☐”; “Elias de volta! Quanta alegria❤☐”; “uai, ele voltou?! que legal!!! ❤☐”; “Elias Santos de Volta!!! Feliz demais!!!! Pela rádio pública: honesta e de qualidade!!!!”; “Ah que emoção ouvir novamente esse querido Elias novamente apresentando essa delícia de Programa Casa Aberta. É interessante notar que esse tipo de comentário ainda continua em postagens de junho e julho, sinalizando que muitas pessoas demorou um certo tempo a perceber a volta do comunicador: Ebaaaaa... Elias na área (27 de maio)”; “O Elias voltou?😊😊 (27 de maio)”; “Que delícia que é ouvir de novo sua voz, Elias Santos, todas as manhãs no Casa Aberta!! (11 de junho)”; “Ah gente, que saudade do Elias 🙌 (28 de junho)”; “Olha o mestre Elias!! Abraços!!(23 de julho)”.

Também teve reclamação sobre a mudança do horário do programa: “Casa aberta só uma hora? Tá corrido demais (11 de junho de 2019)”; “Parabéns, Elias pelo idealização do programa, Velise por dar uma doçura especial. Nossas manhãs são melhores com vcs. Espero que a nova diretoria entenda que o programa é importante pelo que promove: cultura, cidadania, entrevistas pertinentes e devolva a outra hora que tiraram (11 de junho de 2019)”; “Mas porque o programa mudou o horário? Só uma hora por dia??? Como assim??? (11 de junho de 2019)”; “A entrevista foi muito importante. Mais uma vez o Casa Aberta cumpre seu papel cidadão de informar a população com qualidade. Pena que o programa diminuiu de tempo, pois poderia fazer muito mais se voltasse a ter duas horas de programação #voltaaterduashorasCasaAberta (2 de agosto de 2019)”

Na última postagem do programa, no dia 01 de novembro, evidencia-se o reconhecimento ao Elias e crítica a rádio também: “👏👏👏👏👏 Obrigada Elias pelo tempo dedicado a nossa Rádio Inconfidência e no comando do Casa Aberta, muita saúde, vida e sucesso, você é nota 1000 ! 🎧🎧🎧🎧”; “Deus abençoe toda sua vida. Elias seremos eternamente seus ouvintes escutantes”; “Deixando se seguir e ouvir a rádio inconfidência. Volto quando essa gestão medíocre passar”.

No início de 2020, quando foi feita a análise, o Instagram da Rádio Inconfidência possui quase 16.672 seguidores, sendo bem dividido entre os públicos masculino e feminino, 8.332 homens e 8.340 mulheres (Gráfico 117):

Gráfico 117 – Perfil do público do Instagram da Rádio Inconfidência



Fonte: Velise Maciel

#### 4 O @PROGRAMACASAABERTA

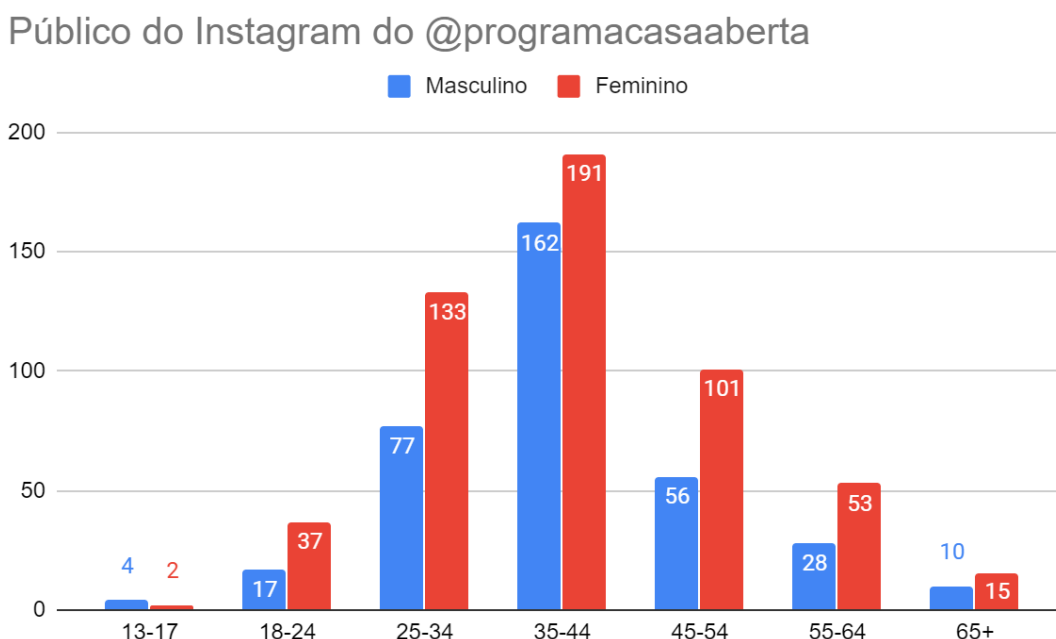
O Programa Casa Aberta ganhou seu próprio Instagram em 2019, na ocasião da volta do Elias ao comando do programa. Foram vários os motivos que levaram à criação do perfil, mas, o principal, foi a garantia de uma maior liberdade de postagens. Em 2019, o ao vivo, a *live* do Instagram já era usual na rede, mas não utilizada pelo Instagram oficial da rádio. Institucionalmente, a Inconfidência fez uma opção de fazer *lives* através do canal [YouTube.com/radioinconfidenciawebtv](https://www.youtube.com/radioinconfidenciawebtv).

A proposta era fazer um Instagram com mais vídeos também, além das *lives*. O Instagram da rádio era muito limitado a postagens das fotos dos convidados. Incluir a participação do ouvinte e do próprio artista no Instagram também era uma das propostas. Um grande recurso do Instagram é o *story*, que possibilita o próprio convidado ou ouvinte a fazer seus posts marcando o programa e este repostar ampliando assim as possibilidades de postagem. Mas os *stories* só duram 24 horas e não foi possível mensurar o que foi feito no período. Também foi incorporado o tema da entrevista no dia anterior, através do

compartilhamento do Instagram do próprio convidado, com vídeos e fotos do evento a ser divulgado.

No início de 2020, quando foi feita a análise do Instagram do Programa Casa Aberta, eram e 886 seguidores. 60% do público era feminino (532) e 40% masculino (354). A única faixa etária que o público masculino era maior é a de 13 a 17 anos (Gráfico 118):

Gráfico 118 – Perfil do público do Instagram do Programa Casa Aberta



Fonte: Velise Maciel

Ainda sobre o público do Instagram, 79% eram de Belo Horizonte, 4% de Contagem, e também apareciam com 1% as cidades de São Paulo, Santa Luzia e Betim.

A primeira postagem do @programacasaaberta é do dia 14 de maio de 2019. Na foto, o apresentador Elias no estúdio com o dizer “No Ar” aceso. Na legenda, figuram as seguintes informações: “Elias Santos vai voltar a apresentar o #CasaAberta nos próximos dias. Assim que a data for definida avisaremos por aqui. Siga nosso Instagram e acompanhe as novidades do programa”. A postagem teve 109 curtidas e 25 comentários, e entre estes, selecionamos: “Ahh, Elias! Fiquei tão feliz com a notícia de seu retorno! Emocionada, viu!? Morrendo de sdds de vc! Seja bem vindo de volta a NOSSA Casa! Bjao”; “O Grupo dos Ouvintes Escutantes e Excitantes da Rádio Inconfidência está junto com vc mano, pro que der

e vier ...vamos TREMER TUDO!!! 🙌🙌🙌🙌🙌🙌; Que noticia maravilhosa!";  
"🙌🙌🙌🙌🙌🙌 Elias será muito bem-vindo de volta e esta Casa!!! 😊"; "Oh, noticia  
boa!!!!❤️🙌🙌🙌"; "Feliz demais com a noticia! O Casa Aberta sem o Elias é o mesmo que"  
futebol sem bola, piupiu sem Frajola... queijo sem goiabada"; "Oba! Estava sentindo muita  
falta!"; "O campeão voltou! <3"

Um dia depois, no dia 15 de maio, houve uma nova postagem. Dessa vez, um vídeo onde Elias aborda pessoas na rua perguntando o que é Tilelê? Na legenda, temos: Elias Santos está de volta na apresentação do #CasaAberta a partir da próxima segunda-feira, dia 20 de Maio. A postagem teve 92 curtidas e 15 comentários. Destacamos: Ansiosa pela próxima segunda. Elias, seja muito bem-vindo a esta "sua" Casa!!! 😊🙌; Feliz com o seu retorno, Elias! O programa já é um sucesso, com o seu retorno, uau! Pena ter somente uma hora de duração! Quero mais! Duas horas! Abraço; Segunda será só alegria🙌🙌🙌❤️😊; Estamos te aguardando Elias, de braços aberto, igual a "Casa". Prazer em recebê-lo! (Venha animado para o Tilelê!)😊; Um ótimo retorno. Vc faz parte do nosso patrimônio!.

No dia 17 de maio, um vídeo com a participação do Elias durante o Programa Casa Aberta, falando sobre a sua volta ao comando do programa. Na legenda: É na próxima segunda-feira, dia 20 de Maio, 11 horas. O vídeo teve 133 visualizações e 16 comentários. Entre eles, destacamos: O bom filho a casa retorna! Aliás, nem devia ter saído; Que bom poder ouvir novamente a voz do garoto sorriso, Elias Santos🙌🙌🙌🙌❤️; Feliz demais ter vc de volta 😊; Muito bom ter o Elias de volta! :) .

Também no dia 17 de maio, há uma postagem com pedido de interação com o ouvinte: Grave seu vídeo pra gente mostrando o que é ser tilelê pra você. Pode marcar a gente por aqui ou enviar seu vídeo para o nosso WhatsApp: 98421 2306. A postagem teve 122 visualizações e 4 comentários, que destacamos: Demorou kkkk; Vô fazer.

No dia 20 de maio, a resposta de uma ouvinte veio em formato de vídeo. Na legenda, consta o seguinte: A ouvinte @isabelacsoares enviou o primeiro vídeo respondendo a nossa pergunta: "O que é tilelê pra você". Para ela: O que é Tilelê? Nada melhor do que a resposta do Mestre Tizumba! O vídeo teve 142 curtidas e 4 comentários, entre eles, da própria ouvinte @isabelacsoares: Gratidão 🙏 @programacasaaberta

No dia 20 de maio, com a volta do Elias ao ar, a primeira foto com a convidada, que foi repostada do @radioinconfidencia, com a reitora da UFMG, teve 70 curtidas e oito comentários. Interessante notar como os comentários foram maiores que o do Instagram da rádio. Destacamos: Entrevista que me trouxe a oportunidade de saber ainda mais da importância da UFMG! A reitora esclareceu e informou de maneira clara e incisiva sobre o bloqueio que a Universidade sofrerá, e as consequências nefastas para nosso país! Muito importante pra sociedade" tomar pé" da real situação em que estamos e que poderemos chegar; Tive o enorme prazer de ter Sandra como professora de Lit. Canadense na @ufmg! Espetáculo de professora, de pessoa, de mulher! Orgulho de tê-la como #reitora da nossa gloriosa #universidadefederalde Minas Gerais! Todo nosso apoio e toda a nossa admiração por seu trabalho impecável e incansável na defesa da #nossaufmg em todos os momentos!.

O Instagram do Programa Casa Aberta durou pouco mais de cinco meses. Ao todo, foram 188 postagens, sendo 41 vídeos e 147 fotos. Num primeiro momento, houve receio por parte da diretoria de dispersar conteúdo. Mas, numa análise rápida do Instagram do programa já é possível ver diferenças significativas, principalmente em relação à engajamento com o programa. Das 188 postagens, 36 possuem mais de 100 curtidas em fotos ou visualizações em vídeo, mesmo com um público pequeno. Os comentários também foram maiores e mais profundos que no Instagram da rádio, como já mencionado.

O programa ter seu próprio Instagram também permitiu a quebra de uma rigidez institucional e possibilitou que ele trouxesse temas buscando incentivar o ouvinte a interagir com o programa de outras maneiras. Para se ter uma ideia, das 188 postagens, apenas 37 envolveram os entrevistados.

No dia 09 de junho de 2019, por exemplo, foi postada uma foto da guitarra feita por Beto Guedes para Lô Borges. No dia 11 de junho, uma foto buscando interação com os ouvintes, tinha os seguintes dizeres “Trechos de Músicas com muito Amor”. Na legenda, temos: “Amanhã é dia dos namorados. Queremos saber qual música da MPB que fala de amor você mais gosta”. No dia 18 e 19 de junho, respectivamente, fotos comemorativas dos aniversários de Maria Bethânia e Chico Buarque.

No dia 24 de junho de 2019, uma nova proposta de interação com os ouvintes. O próprio ouvinte poderia presentear outro. Tudo começou com o Emerson que comprou mais de um Kit do Zeca Baleiro e resolveu presentear entre os ouvintes do Casa Aberta. A produção do



programa fez ele gravar um vídeo mostrando o presente e foi publicado no Instagram. Na legenda, consta o seguinte: Você gosta de Zeca Baleiro? Concorra a um par de ingressos para o show de sábado, dia 29 de junho, e a este super kit presenteado pelo ouvinte Emerson. Para participar, comente com seu nome todo e fale pra gente uma música que você gosta do Zeca Baleiro.

No dia 11 de outubro de 2019, foi a vez da ouvinte Rosi Rodrigues que sorteou um kit de caneca personalizada com a logomarca do programa de quatro anos para outro ouvinte. Também em outubro, o *print* da mensagem de uma ouvinte para a caixa de mensagens do Instagram, que foi autorizada a ser publicada: “Parabéns, pelo tema abordado, sobre o câncer de mama. Tema tão necessário e fundamental, nos dias de hoje. Vida longa a esse programa, que traz com profissionalismo e competência, assuntos importantes, esclarecendo a comunidade. Pena que diminuíram o tempo do programa e com isso diminuíram a possibilidade de informação pra comunidade. Obrigada, Elias, Velise, vcs são profissionais sérios, competentes e antenados com os dias atuais e suas necessidades. Abraço”. Outros ouvintes se identificaram com a postagem e também comentaram: Parabéns à Equipe do programa Casa aberta, Elias e Velise em especial, que abrem as portas da Rádio Inconfidência para estar mais perto das questões que nos afligem. Hoje em dia temos sede por informação é muito importante desmistificar o câncer de mama que é uma doença que pode ser prevenida e altamente curável. Gratidão; Amo o "Casa Aberta"!!! Maravilhoso sempre!!!.

Ainda visando à participação do ouvinte de uma maneira diferente, nos dias 21, 22 e 23 de agosto, foram feitas postagens sobre a data comemorativa daquele dia, sempre fazendo uma pergunta. No dia 21, a legenda era a seguinte: Raul Seixas, o maluco beleza da música brasileira, nos deixou há exatos 30 anos. Durante sua trajetória, colecionou polêmicas, viveu altos e baixos, vendeu apenas três discos de ouro e morreu quase no ostracismo. Porém, sua ressurreição musical pós-morte o transformou numa espécie de mito. Hoje, Raul Seixas é um dos mais queridos cantores populares do país e conta com dezenas de músicas que entraram para o imaginário dos brasileiros. Qual a sua canção predileta do repertório do Raulzito?

No dia 22, a legenda foi: Hoje é dia do folclore nacional. O folclore é o conjunto de histórias, contos, lendas e conhecimentos populares de um povo ou região que são preservados especialmente pela cultura oral. No caso brasileiro, algumas personagens e lendas estão bastante presentes no imaginário verde-e-amarelo e ajudam a compor a nossa identidade nacional. Entre eles estão o Saci-Pererê, a Mula Sem Cabeça, o Curupira, o Boitatá, o Boto

Cor-de-rosa no Norte ou o Negrinho do Pastoreiro no Sul do país. Você se lembra ou se identifica com algum personagem do nosso folclore? Qual deles faz parte da sua trajetória?

E no dia 23, a foto de um computador trazia o seguinte texto: Hoje, 23 de agosto, comemora-se o dia do internauta. Foi no mês de agosto de 1991, que surgiu o World Wide Web, o famoso *www* que possibilita o acesso a tudo na grande rede. De lá para cá, claro, a relação das pessoas com a internet mudou bastante. Estima-se que atualmente mais da metade da população do planeta, cerca de 4 bilhões de pessoas, tem acesso à internet. E que as redes sociais são utilizadas por cerca de 3,2 bilhões de pessoas (42% de todo o mundo). Você, ouvinte do Casa Aberta, fica conectado on line quanto tempo por dia? Você é viciado em internet? Conta pra gente.

Ainda no processo de aproximação com o ouvinte, logo no início foi postado um vídeo do Elias, no dia 28 de maio, explicando os dois novos quadros do Programa Casa Aberta, o "Mundo Melhor", onde o ouvinte dava uma dica de como contribuir com o Meio Ambiente e o "Tela Aberta", com dicas de filmes e séries. E os quadros gravados por mensagem de áudio para o WhatsApp do Programa Casa Aberta também acabaram ao longo dos meses indo parar no Instagram.

Com a possibilidade da imagem que ele permite, no dia 04 de outubro foi postado um vídeo do ouvinte José Mauro, de Santo André, em São Paulo, onde ele faz um #LivroAberto especial para o Ziraldo, aniversariante de outubro. Além de gravar o áudio para o programa indicando alguns livros de Ziraldo, ele enviou um vídeo com as capas dos livros selecionados para postar no Instagram.

Também em outubro aparece a foto de canudos não descartáveis de inox, presente da ouvinte Lorenza para os apresentadores depois de ter gravado um quadro, o #MundoMelhor falando da importância de não usar canudos descartáveis.

Ainda sobre a presença do ouvinte no Instagram do Casa Aberta, no dia 30 de outubro, houve um *repost* do Instagram da professora Karina. Ela fez um vídeo com uma foto e áudio de parte do programa. Uma aluna sua, a Vanessa,, gravou o quadro "Ao Mestre com Carinho" fazendo uma homenagem a ela, que tinha a ensinado a nadar aos 46 anos. Na legenda: Quando seus alunos resolvem te surpreender!!! □□□ Hoje ao sair da piscina, peguei o celular e tinha uma série de mensagens de uma amiga super ansiosa querendo saber se eu havia escutado a

homenagem que recebi no programa @programacasaaberta da @radioinconfidencia no quadro "AO MESTRE COM CARINHO"!!! 😊😊😊 É em momentos como esse que tenho a certeza de ter acertado na loteria ao escolher a Educação Física como profissão!!! 🙏🙏🙏 Gratidão @vanessasoareslopes pela honra de receber sua homenagem!!! Não tenho palavras para agradecer todo carinho e reconhecimento!!! São alunos como você que me fazem buscar aprimorar a cada dia para oferecer para vocês aulas de qualidade!!! ❤️👉❤️👉❤️👉 #Homenagem #HomenagemNaRádio #HomenagemNaRádioInconfidência #RádioInconfidência #programaCasaAberta #QuadroAoMestreComCarinho #AoMestreComCarinho #Honra #Reconhecimento #Carinho #EducaçãoFísica #ProfissionalDeEducaçãoFísica #EuEscolhiSerProfessor.

Mas nem só os quadros ganharam uma roupagem nova, às colunas também. Foi realizada uma tentativa de ampliar a coluna de artes plásticas do Programa Casa Aberta, o quadro Arte ao Cubo, com o professor Gedeon Messias. Antes de falar sobre a exposição DreamWorks Animation, em cartaz no CCBB de Belo Horizonte, Elias Santos e Gedeon Messias visitaram a exposição e fizeram um vídeo postado no Instagram no dia 30 de maio de 2019. O vídeo teve 127 visualizações e sete comentários.

No dia 15 de julho, também foi feita a postagem do colunista Paulo Proença ganhando um prêmio pela coluna no programa, a Todas as Cores. Na legenda, temos: “Paulo Proença, nosso colunista do #TodasasCores é um dos vencedores do XV Prêmio de Direitos Humanos e Cidadania LGBT. O CELLOS reconhece instituições, iniciativas e personalidades que contribuíram para a visibilidade e fortalecimento do movimento LGBT e trabalham para o benefício da comunidade LGBT em Minas Gerais e no Brasil”.

Também destacaria algumas outras postagens do @programacasaaberta como a do dia 26 de julho de 2019 de um passeio do Elias na Serra do Cipó com a visita a Dona Mercês, que aparece na música “Casa Aberta”, que dá nome ao programa. Também foi postada uma foto com ela e com a Flor, que também aparece na letra da música, no dia 29 de julho. O vídeo teve 261 visualizações e nove comentários e a postagem com as fotos 111 curtidas e três comentários.

O Instagram também permite a publicação de vídeos maiores, com mais de um minuto, através do IGTV. São dois vídeos de destaque. O primeiro é do dia 14 de setembro, na festa que os próprios ouvintes organizaram do aniversário do Programa Casa Aberta. O segundo é

do dia 01 de novembro de 2019, a despedida oficial do Elias Santos no último dia do programa, com 368 visualizações e 48 comentários.

## **5 ENTREVISTA NA ÍNTEGRA COM O FUNCIONÁRIO REFERÊNCIA APÓS TRANSCRIÇÃO**

**- Como é para você trabalhar no rádio e como foi ao longo do tempo sua relação com os ouvintes?**

É uma coisa que faço com muito prazer. “É um prolongamento do meu lar”, alguém já falou isso? (risos). O fim de semana para mim é o pior dia. Eu gosto de trabalhar, eu gosto é de vir para rádio. Eu gosto de encontrar os amigos, companheiros, recebe muitos telefonemas das minhas amigas ouvintes, dos meus amigos ouvintes. Isso é muito importante. Ouvinte é sem dúvida a razão de ser de um comunicador. Sem o ouvinte não existe o comunicador. E sem o comunicador o ouvinte também não seria a mesma coisa. O Comunicador ajuda o ouvinte a imaginar o que ele está ouvindo. Se ele fechar os olhos ele pode imaginar o que está ouvindo. Ele imagina a música como foi feita, ele imagina como deve ser aquele comunicador. Eu costumo dizer que o rádio é a maior invenção do homem porque não tem imagem. Porque a imagem costuma atrapalhar. Você vê um programa de televisão. Por mais que você ache a apresentadora bonita, simpática dali a seis meses você não aguenta mais aquela apresentadora. O rádio é cego. Isso faz com que o ouvinte imagine o apresentador a sua maneira. Quando ele escuta a voz ele faz uma associação com quem ele gosta, geralmente um artista de cinema. Já me ligaram e falaram que eu pareço o “Brad Pitt”, outros falam ah eu imagino você como o “Arnold Schwarzenegger”. Aí um dia vem na rádio e olha pra mim e fala “você que é o ...?”. Elas levam cada susto. Não falam nada, mas devem pensar assim “... é então essa merdinha que está aí”.

**- Eu queria que você contasse agora um pouco sobre a Feira das Amostras e falasse da relação dos ouvintes lá na Feira das Amostras que iam para os auditórios da rádio.**

Quando você fala sobre a Feira de Amostras, você está falando da primeira sede da rádio Inconfidência. Feira Permanente de Amostras era um prédio na Avenida Afonso Pena onde é hoje a estação rodoviária, que abrigava a rádio Inconfidência, ela começou ali, em 1936, era um prédio lindo, maravilhoso. Eu acredito que na época não devia existir o instituto de patrimônio histórico porque se existisse não deixariam demolir aquilo. Porque demoliram o prédio mais

bonito de Belo Horizonte. Era uma torre vistosa, com laterais, onde se expunha as riquezas de Minas Gerais, como a madeira (trancos de madeira de lei, como o jacarandá) também tinha o aquário com peixes do rio São Francisco, pedras preciosas de Minas Gerais. Era um local obrigatório para um turista que chegava em Belo Horizonte. Eles iam direto para a Feira de Amostras e aproveitavam e subiam para conhecer a Rádio Inconfidência, que eles ouviam no interior. Por que naquela época no interior não tinha televisão, não tinha estradas, não chegava jornal muitas vezes, mas tinha as ondas da Inconfidência que chegava nos grotões levando informações e entretenimento.

**- E como era a reação das pessoas que visitavam a Feira de Amostras?**

As pessoas achavam lindo tudo aquilo. Havia um trabalho na Rádio Inconfidência que era muito interessante. Nós colocávamos na estação rodoviária e também na estação ferroviária repórteres da rádio. Eles abordavam as pessoas que chegavam do interior. E o repórter perguntava: Qual o seu nome?; O que veio fazer aqui em Belo Horizonte?; Manda um recado pra sua família. E essas pessoas mandavam no ar: “Maria, fala com a mãe que eu já cheguei aqui em Belo Horizonte e tô falando aqui na rádio Inconfidência. Vou fazer os exames amanhã e depois da manhã eu já vou embora. Deixa um cavalo para mim lá na rodoviária”. Era a prestação de serviço desde aquela época.

**- Como era o perfil dos ouvintes que iam assistir os programas de auditório? A maioria era mulher como dizem os livros?**

Era. Que interessante né? Elas iam para conhecer os artistas. Mas ia muito homem também. Mas predominava o público feminino. A gente achava muito bom. A mulher enfeitada. E nos programas humorísticos as mulheres riam mais. E quando o auditório ria você ficava feliz, sinal que estava agradando. E quando a gente estava cantando, e a gente via que as pessoas estavam sentindo emoção pela maneira como nos olhavam, aquilo era fantástico. A gente ficava emocionado de ver que a pessoa estava se emocionando com você.

**- É verdade que a audiência era medida pelos aplausos, pela reação da plateia?**

Isso era maravilhoso. O grande cachê era o aplauso. Você acabava de cantar e ouvia aquele monte de aplauso. A gente tinha vários programas de auditório. Por que naquela época era tudo ao vivo. Não existia gravador, depois que começou a chegar os gravadores de acetato, que era um disco com uma base de alumínio com verniz por cima que a agulha descia e cortava, fazia o suco. Depois veio o gravador com o fio magnético, fio magnético, muita gente nem sabe

que existiu, depois que veio a fita magnética. Mas quando eu comecei no rádio não tinha gravação, era tudo ao vivo. Quando não era cantado era aqueles discos de 78 rotações, que vinha duas músicas só, o lado B e o lado A.

**- Além das atrações artísticas como era o papel do locutor, do “speaker” da época?**

Os programas naquela época duravam meia hora, no máximo 1 hora. Então em meia hora dava para você cantar, cinco, seis músicas. E o âncora ficava lá falando “e agora uma cortina musical de ...”; “Primeiramente ele canta ...”; “Estamos apresentando uma cortina musical, com ...”; “E agora ele canta ... “

**- Como era o esquema do auditório? Tinha senha? Era ordem de chegada?**

Era quem chegasse primeiro. Se o programa começava as oito, seis horas já estava chegando gente. Lotava o auditório.

**- Vocês saiam para conhecer os ouvintes ou só no final?**

Geralmente a gente ficava lá dentro, ensaiando, com cortina fechada. E abrindo a cortina é que a gente via os ouvintes. A gente tinha programas humorísticos toda noite. A gente tinha um cast de comediantes de 16 artistas. Eram atores que trabalhavam também em radionovelas mas tinha o dom de “fazer tipos” e aí eram aproveitados em programas humorísticos. Tínhamos também um cast de mais de 30 cantores. Tinha as orquestras. Tinha a orquestra de dança, tinha a orquestra melódica, a orquestra de salão, que era um misto de orquestra de câmara e sinfônica. E tinha também o conjunto regional. Devo dizer que naquela época tinha um flautista neste conjunto que era o Juvenal Dias que hoje é sala no Palácio das Artes. Era um grande flautista.

**- Os ouvintes interrompiam as apresentações? Tentavam falar com vocês no meio das apresentações?**

Durante tinha sempre alguém pedindo silêncio. Quando acabava o programa, os seguranças já mandavam os ouvintes descerem. A gente tomava um café, falava da apresentação daquela noite. Mas quando a gente chegava lá embaixo, estava todo mundo lá.

**- E como era essa abordagem? Falavam do programa? Levavam cartas, presentes?**

Olha quem está chegando ... Me dá uma fotografia? A gente tinha um convênio com um fotógrafo, o “Demarco” e ele tirava foto nossa e nos fornecia fotografias. Eu recebi umas 80, 100 fotografias. E quando me pediam eu autografava “Para Maria José, sinceramente, ...”. E

elas ficavam muito felizes e tinham o maior carinho. O rádio era a grande atração daquela época. Não existia televisão. A atração em Belo Horizonte era ir para o rádio.

**- Gente do interior também vinha pra cá e ia no auditório?**

Claro. A rádio incondicional, a feira de amostras era o “point”. E o programa “A Hora do Fazendeiro” já tinha grande audiência. Então as pessoas do interior vinham para conhecer o João Anatólio Lima. Era ele quem produzia o programa e sabia de tudo, já que era engenheiro agrônomo.

**- E os ouvintes traziam as coisas do interior?**

Vinha presentes, as vezes a pessoa chegava até com leitão lá (risos). Para os apresentadores do “A Hora do Fazendeiro”. Pra mim não, pra mim levavam um pé de moleque, um doce de leite.

**- Tem algum ouvinte daquela época que ficou marcado?**

Era uma época muito legal. Os ouvintes ficavam ali na porta da rádio. É muito difícil a gente lembrar do nome de todos ouvintes daquela época. Mas eu devo dizer o nome de uma que eu me lembro bem. Ela ia muito na rádio. Usava umas roupas muito coloridas. O locutor Aldair Pinto, que era um grande animador de auditório, então a apelidou de cigana. “Você parece uma cigana, oh cigana”. Ela chama cigana “Munira”.

**- Os ouvintes falavam no meio das apresentações, tinha espaço para ele nos programas de auditório?**

Nos programas de auditório acontecia o que até hoje na televisão se faz: “eu preciso de duas moças aqui para me ajudar”; “quem matar essa charada, ganha um prêmio”.

**- Tinha ouvintes que eram “figuras carimbadas”, que iam todos os dias?**

A cigana Munira é uma que não perdia programa. Tinha a “Glorinha” que até hoje nos ouve, ouvinte histórica. Tinha uma que era chamada de “Maria do Radinho”, ela tinha um problema físico e andava sempre com um radinho. A gente acha que ela inclusive dormia com o rádio debaixo do travesseiro. Ela adorava a rádio, era a vida dela.

**- Quantas pessoas cabiam nos auditórios? Tinha um dia que era mais cheio? Tinha diferença?**

Variava. O dia da orquestra melódica era um público mais selecionado. Os programas de auditório, mais populares, aí era o povão. Naquela época, com todo o respeito, a gente chamava de “macacas de auditório” porque as mulheres ficavam gritando: “...”. Mas isso é o ouvinte, a razão do comunicador.

**- Nos grandes shows, nos aniversários da Rádio que vinham artistas de fora, aí se cobrava ingresso?**

Aí já se cobrava ingressos ou então era vendido para determinada firma. Exemplo, casa do rádio, a sapataria da cidade. Eles patrocinavam por exemplo, Luiz Gonzaga. Aí o ouvinte tinha que ir buscar o ingresso lá na loja. Para eles era ótimo, várias pessoas lotavam as lojas nesses dias, e não só pegavam o ingresso mas aproveitavam pra comprar algo. O Luiz Gonzaga, por exemplo, lotava o auditório, o Lakmé, que era no pátio. 1500 pessoas sentadas e ainda tinha gente em pé nas laterais. Vários shows aconteceram no Lakmé com grande público: Além do Luiz Gonzaga, Carlos Galhardo, Gilberto Alves, Francisco Alves, Dalva de Oliveira.

**- Fala um pouco sobre sua trajetória na Rádio Inconfidência.**

Eu comecei como cantor, fui chefe dos locutores, apresentador de programas, diretor artístico, fiz de tudo, coordenador de AM e FM.

**- Tinha três formas então de ver a Rádio Inconfidência? Os dois auditórios e o restaurante da Feira? É isso?**

O Restaurante era no quarto andar da Feira. Na Feira tinha o jornal, a Folha de Minas, que pertencia ao governo, tinha as exposições, que eu já falei, a rádio e tinha esse restaurante. No restaurante não era programa de auditório, era programa de estúdio. O restaurante era chick. Quem estava jantando estava ouvindo a rádio, tinha uma caixa de som, que jogava o som da rádio. Mas também dava para ver, o restaurante era separado desse estúdio que tinha uns dois microfones por uma espécie de aquário. Era um vidro, a gente cantava do lado de cá e do lado de lá as pessoas estavam jantando e assistindo a gente. No andar debaixo havia um auditório, para no máximo 200 pessoas, que era voltado para programas humorísticos. E tinha também o grande auditório, lá embaixo, no pátio da Feira. Eram três maneiras: no aquário, no auditório menor e no auditório maior.



**- E acontecia de os ouvintes abordarem vocês fora da rádio também?**

Isso acontecia direto. Com todos nós, não só comigo. As cantoras da rádio eram mais assediadas.

No alto da torre da Feira de Amostras, tinha um alto falante enorme também que jogava o som da rádio o dia inteiro para a praça. Naquela época o bonde passava bem ali. Era muita gente que ficava ali na praça, sentada, ouvindo a rádio. As vezes até namorava por lá de tão agradável que era o lugar.

**- E as cartas?**

A gente recebia muita carta. O campeão de correspondência era “A hora do Fazendeiro” por causa da prestação de serviço. Mas também pediam música e a música era ao vivo, porque as duplas procuravam direto o João Anatólio. Cantar no programa era cantar no Brasil. Então muita gente escrevia pedindo determinada música.

**- Pros locutores qual era o conteúdo das cartas que chegavam dos ouvintes?**

Pros locutores as cartas eram as de sempre “Espero que esta carta encontre o grande artista ... com saúde”; “Espero que esteja tudo bem com você e toda sua família”; “Gostaria que me mandasse a sua fotografia”.

**- E os locutores registravam essas cartas?**

Tinha os programas próprios para isso. Que falavam das cartas e davam as respostas. “Fulana, está seguindo a foto para você”

**- E os telefones? Em que ano, quando começou essa história dos ouvintes ligarem para rádio?**

O telefone demorou a se popularizar. A gente tinha que esperar mais de seis anos para ter uma linha telefônica em casa. Mas isso fez com que fosse possível colocar o ouvinte no ar. Surgiram os programas com participação do ouvinte. O primeiro ouvinte que ligar vai ganhar tal brinde.

Lembro de um caso muito engraçado de telefone no início. Era um quadro dentro do programa “Rádio e Seleções Guanabara”. A rádio ligava aleatoriamente para um telefone do catálogo. O locutor falava: “Aqui é da rádio Inconfidência, como está? Rim doente?”. E quem atendia não podia falar “Alô”, tinha que falar “tomo urodonal e vivo contente”. E num dia

quando o locutor ligou e ele falou a ouvinte falou: “deixa de bobagem Levy, você está sumido. Tem meninas novas aqui ...” Foi uma gozação só...

**- E a rádio sempre deu brinde para os ouvintes?**

Sempre. Tinham os corretores que aliavam a publicidade da rádio com os brindes dessas lojas. A sapataria da cidade dava um par de sapato, a loja de biscoito dava cinco, dez pacotes de biscoito. Por que era uma maneira de chamar atenção para aquela publicidade. E o ouvinte ia lá na rádio buscar e ficava conhecendo o comunicador.

**- Como você avalia a relação do ouvinte ao longo dos anos? Hoje é muito diferente? Sempre foi igual essa fascinação?**

Naquela época a gente não dividia o público com a televisão. Era mais gente. Mas você é testemunha que até hoje a gente recebe muitos ouvintes.

**- O que o ouvinte busca quando liga o rádio?**

Às vezes ele está com problema, tá triste. Ele vai ligar o rádio para distrair. O rádio é o grande companheiro. Ele é o companheiro de todas as horas. Ele é a companhia do motorista que está lá na estrada. Ele é a companhia da dona de casa que está cozinhando ou cuidando da casa. A televisão não permite isso. Você tem que ficar com os olhos grudados na tela. O rádio é lazer, é companheiro e prestador de serviço.

## 6 CONTRATO COM O KANTAR IBOPE MEDIA

# KANTAR IBOPE MEDIA

### ACORDO DE CONFIDENCIALIDADE

(Mútua Divulgação de Informações)

O presente Acordo de Confidencialidade ("Acordo") é celebrado e vigente a partir da data de assinatura do contrato (doravante denominada "Data de Início de Vigência"), de um lado pela **KANTAR IBOPE PESQUISA DE MIDIA LTDA.** com sede na Cidade de Belo Horizonte, no Estado de Minas Gerais, na Avenida Álvares Cabral, 374, salas 1301 a 1306, Bairro Lurdes, CEP: 30170-001, inscrita no CNPJ/MF sob o nº. 42.196.550/0004-10, doravante denominada como **Kantar IBOPE Media**; e de outro lado,

**RÁDIO INCONFIDÊNCIA LTDA.**, empresa pública estadual, com sede na Rua Tenente Brito Melo, nº 1090, Bloco 01, 2º e 3º andares, Bairro Barro Preto, CEP: 30.180-074, na Cidade de Belo Horizonte, no Estado de Minas Gerais, inscrita no CNPJ sob o n. 20.234.423/0001-83 e inscrição estadual n. 062.735.397.0072, neste doravante denominada como "**RÁDIO INCONFIDÊNCIA**".

**VELISE DE OLIVEIRA MACIEL**, pessoa física e funcionária da **RÁDIO INCONFIDÊNCIA**, brasileira, inscrita no CPF sob o nº 046762436 – 42 e RG sob o nº 1065153511, com endereço na rua Rua Stella Hanriot, 421 / 1002 – Buritis, CEP 30575-120, na Cidade de Belo Horizonte, no Estado de Minas Gerais, neste doravante denominada como "**VELISE**";

Ainda, em conjunto denominadas como "Partes" e isoladamente como "Parte".

CONSIDERANDO que a Kantar IBOPE Media pertence a um grupo multidisciplinar de empresas de pesquisa de mercado, medição de audiência e monitoramento dos veículos de comunicação em geral, em toda América Latina, proporcionando aos seus clientes conhecimento e informação adequada dos hábitos de consumo da sociedade e dos mercados onde atua;

CONSIDERANDO que a **RÁDIO INCONFIDÊNCIA** é assinante dos serviços de Audiência através do Contrato de Prestação de Serviços para Fornecimento de Pesquisa de Mídia firmado entre as Partes no ano de 12 de julho de 2019 ("Contrato");

CONSIDERANDO que o(a) **VELISE** tem interesse em elaborar seu mestrado utilizando como análise os dados de Audiência para o programa Casa Aberta que foi veiculado na Rádio Inconfidência-FM entre 2015 e outubro de 2019, no horário de 10h às 12h fornecidos pela Kantar IBOPE Media e assinados pela **RÁDIO INCONFIDÊNCIA**;

CONSIDERANDO que a(o) **VELISE** terá acesso aos dados através da **RÁDIO INCONFIDÊNCIA**, estando esta última vinculada aos termos de confidencialidade descritos no Contrato firmado com a Kantar IBOPE Media, sendo que os mesmos termos vincularão também para o(a) **VELISE**;



(X) CONFIDENCIAL ( ) INTERNA ( ) PÚBLICA

*[Handwritten signatures and initials in blue ink, including the name 'Kantar' and a circled '1']*

# KANTAR IBOPE MEDIA

CONSIDERANDO que a **RÁDIO INCONFIDÊNCIA** anui expressamente com a utilização pelo(a) **VELISE**, desde que tal uso seja estritamente para fins acadêmicos;

CONSIDERANDO que o(a) **VELISE** fica desde já ciente não poderá informar os dados da maneira como constam nos softwares da Kantar IBOPE Media, ficando o uso deste material unicamente para fins analíticos e consultivos;

CONSIDERANDO que a Kantar IBOPE Media deseja proteger-se contra a possibilidade da divulgação de seus dados de forma não contratualmente acordada, bem como, conceitos operacionais, metodologia sistêmica, identidade visual e know-how, etc., estabelecendo cláusulas e condições visando regular a transferência, troca, uso e proteção de informações confidenciais;

CONSIDERANDO que fica vedado através deste instrumento o compartilhamento dos dados pelo(a) **VELISE** com qualquer terceiro, exceto as pessoas vinculadas a sua tese seja ele(a) pessoa jurídica ou física, abrangendo tal condição também a sua contratante;

CONSIDERANDO que a relação entre todas as Partes tendo por objeto o compartilhamento de dados de Monitor Evolution fornecidos pela Kantar IBOPE Media aqui estabelecidas serão regidas por esse acordo de confidencialidade;

RESOLVEM as Partes acima nomeadas e qualificadas celebrar o presente Acordo de Confidencialidade e Outras Avenças ("Acordo") mediante as seguintes cláusulas e condições:

1. "Informações Proprietárias" significam todas as informações, incluindo, mas não se limitando, a qualquer informação proprietária, técnica, de desenvolvimento, operacional, financeira, de performance, de custos, "know-how", de processos e de prospectos, bem como todo tipo de amostras, modelos e protótipos que contenham ou divulguem tais informações. A expressão "Informações Proprietárias" deverá incluir também (i) o fato de que elas foram disponibilizadas, todas as discussões relacionadas à Transação Proposta e qualquer dos termos, condições ou outros fatos relacionados à Transação Proposta e (ii) todas as anotações, análises, compilações, estudos e outros documentos que contenham, reflitam ou sejam baseados nas Informações Proprietárias.

2. A **VELISE** deverá (i) tratar as referidas informações com o mesmo nível de cuidado para evitar a divulgação a terceiros, com a mesma diligência que habitualmente protegeria suas próprias informações confidenciais ou proprietárias; e (ii) usar as Informações Proprietárias estritamente para fins consultivos e analíticos afim de elaborar seu material acadêmico, exceto se a parte divulgadora das Informações Proprietárias ("Parte Divulgadora") tiver acordo em sentido contrário por escrito.

Sem limitar a generalidade do mencionado anteriormente:



(X) CONFIDENCIAL ( ) INTERNA ( ) PÚBLICA

*[Handwritten signatures and initials in blue ink]*

2

# KANTAR IBOPE MEDIA

(a) A **VELISE** não divulgará ou compartilhará as Informações Proprietárias ficando estas reservadas unicamente para sua utilização e de ninguém mais;

(b) Em caso de divulgação de Informações Proprietárias por qualquer terceiro, em infração a este Acordo, a **VELISE** será diretamente responsabilizada perante a Parte Divulgadora;

(c) A **VELISE** reconhece que qualquer divulgação ou uso não autorizado de quaisquer Informações Proprietárias, serão considerados como infração material deste Acordo e resultarão em dano irreparável para a Parte Divulgadora. Além do direito de ressarcimento integral de prejuízos monetários advindos de tal quebra contratual, a Parte Divulgadora terá o direito a tomar as medidas judiciais necessárias, através da corte da jurisdição competente, visando à imediata cessação da divulgação não autorizada.

3. Este Acordo entrará em pleno vigor e efeito a partir da data de sua assinatura, e permanecerá em vigor pelo prazo de 05 (cinco) anos a contar do recebimento de cada INFORMAÇÃO. Entretanto, é claro entre as Partes que independente da autorização para divulgação parcial das informações, todas as demais informações inerentes ao presente Acordo permanecerão preservadas por este Instrumento.

4. A **VELISE** está ciente que a utilização das Informações Proprietárias poderá ser feita exclusivamente nesta ocasião. Sendo assim, mediante ao término da elaboração do material acadêmico, as partes deverão, dentro do período de 15 (quinze) dias, devolver todas as Informações Proprietárias e eventuais cópias feitas com base nestas informações, sob os termos deste Acordo, e destruir todas as Informações Proprietárias recebidas.

5. A **VELISE** reconhece e compreende que nenhuma garantia, de qualquer natureza, é dada pela Parte Divulgadora no que se refere à exatidão ou integridade das Informações Proprietárias.

6. As Informações Proprietárias deverão permanecer sob propriedade exclusiva da Parte Divulgadora. Nenhuma disposição deste Acordo deverá ser interpretada de forma a conceder à Parte Receptora, qualquer direito, título ou interesse referente às patentes, marcas licenciadas, licenças, "copyrights" ou qualquer outro direito da Parte Divulgadora.

7. Nenhuma disposição deste Acordo será considerada como forma de criar, expressa ou implicitamente, poder vinculatorio de uma das partes sobre a outra. Nenhuma das partes será vinculada pelas ações, responsabilizada pelas dívidas ou ter direito de dividir lucros da outra. Este Acordo não tem a intenção de constituir "joint venture", nenhum tipo de sociedade, ou nenhuma outra organização de negócios, bem como nenhuma das partes obriga-se a firmar acordos adicionais com a outra parte.



(X) CONFIDENCIAL ( ) INTERNA ( ) PÚBLICA

*[Handwritten signatures and initials]*  
3

# KANTAR IBOPE MEDIA

8. Este Acordo não será interpretado de modo a impor a obrigação de firmar qualquer acordo definitivo ou a resultar em ação judicial de qualquer forma, de uma parte contra a outra.

9. Nenhuma renúncia a qualquer disposição deste Acordo, em uma ou mais circunstâncias, será considerada, ou configurar-se-á, renúncia a qualquer outro dispositivo deste Acordo, nem tal renúncia será considerada em outras circunstâncias que não aquela específica. Nenhuma renúncia será vinculante, exceto quando firmada por escrito pela parte renunciante.

10. Este Acordo não será cedido, no todo ou em parte, por qualquer uma das partes sem o prévio consentimento da outra parte. Qualquer tentativa de cessão, sem o referido prévio consentimento por escrito, será nula e ineficaz.

11. Este Acordo é o único existente entre as partes no que tange a elaboração de materiais acadêmicos, no que se refere a Informações Proprietárias, e suspende e substitui todo e qualquer outro acordo existente, seja verbal, escrito ou de qualquer outra forma, relacionado à divulgação de Informações Proprietárias referentes ao objetivo aqui descrito.

12. Se qualquer dispositivo deste Acordo for declarado inválido por qualquer autoridade competente, então tal dispositivo será considerado automaticamente ajustado na extensão mínima necessária para que se conforme as exigências de validade declaradas em tal momento, e, uma vez ajustado, será considerado como dispositivo deste Acordo, como se tivesse sido originalmente incluído. Caso o dispositivo invalidado seja de tal natureza que não possa ser ajustado, será, então, considerado excluído deste Acordo, como se tal dispositivo jamais tivesse sido incluído. Em qualquer um dos casos, os dispositivos remanescentes deste Acordo, serão interpretados de forma a alcançar da melhor e mais razoável maneira, a intenção original das partes.

13. Nenhuma alteração deste Acordo será vinculatória em relação à outra parte, exceto que tal modificação seja apresentada por escrito e assinada por cada uma das partes.

14. Todas as notificações ou outras comunicações contempladas por este Acordo, deverão ser apresentadas por escrito e serão consideradas como devidamente entregues quando: (i) entregues pessoalmente ou (ii) enviadas por correio, registradas e com notificação de recebimento ao endereço da outra parte, conforme descrito no preâmbulo deste Acordo ou endereço alternativo informado esporadicamente pela outra parte;

15. Este Acordo será regido e interpretado pelas Leis da República Federativa do Brasil.

16. As Partes declaram conhecer as normas de prevenção à corrupção previstas na legislação brasileira, dentre elas o Código Penal Brasileiro, a Lei de Improbidade Administrativa (Lei nº 8.429/1992) e a Lei nº 12.846/2013 e seus regulamentos (em conjunto, "Leis Anticorrupção") e se comprometem a cumpri-las fielmente, por si e por seus sócios, administradores e colaboradores, bem



(X) CONFIDENCIAL ( ) INTERNA ( ) PÚBLICA

*[Handwritten signatures and initials]*

# KANTAR IBOPE MEDIA

como exigir o seu cumprimento pelos terceiros por ela contratados. Adicionalmente, a KANTAR IBOPE MEDIA declara que tem e manterá até o final da vigência deste contrato um Código de Ética e Conduta próprio, cujas regras se obriga a cumprir fielmente. Sem prejuízo da obrigação de cumprimento das disposições de seu Código de Ética e Conduta, a KANTAR IBOPE MEDIA e as demais Partes desde já se obrigam a, no exercício dos direitos e obrigações previstos neste Contrato e no cumprimento de qualquer uma de suas disposições: (i) não dar, oferecer ou prometer qualquer bem de valor ou vantagem de qualquer natureza a agentes públicos ou a pessoas a eles relacionadas ou ainda quaisquer outras pessoas, empresas e/ou entidades privadas, com o objetivo de obter vantagem indevida, influenciar ato ou decisão ou direcionar negócios ilicitamente e (ii) adotar as melhores práticas de monitoramento e verificação do cumprimento das Leis Anticorrupção, no caso da KANTAR IBOPE MEDIA, incluindo também às regras e normas de conduta definidas pela lei federal americana denominada FCPA – Foreign Corrupt Practices Act, e pela UK Bribery Act, que visam combater a corrupção e o suborno público e privado, com o objetivo de prevenir atos de corrupção, fraude, práticas ilícitas ou lavagem de dinheiro por seus sócios, administradores e colaboradores ou terceiros por ela contratados. A violação de qualquer das obrigações previstas nesta cláusula é causa para a rescisão unilateral deste Contrato, sem prejuízo da cobrança das perdas e danos causados à Parte inocente.

17. As Partes elegem o foro Central da Comarca da Capital de São Paulo como o competente para dirimir quaisquer controvérsias oriundas do Acordo, com renúncia a qualquer outro, por mais privilegiado que seja ou venha a ser.

E POR ESTAREM JUSTAS E ACORDADAS, cada uma das partes firma o presente Acordo, em três (3) vias, através de representantes autorizados.

Belo Horizonte, 23 de janeiro de 2020.



KANTAR IBOPE PESQUISA DE MÍDIA LTDA.





RÁDIO INCONFIDÊNCIA LTDA.



VELISE DE OLIVEIRA MACIEL

Testemunhas:

  
Nome Nelson Silva de Freitas  
RG: 8.024.525

  
Nome Pedro Henrique Vieira  
RG: 10.575.173



CONFIDENCIAL    INTERNA    PÚBLICA

