

## XII Congresso SOPCOM

### Comunicação & Disrupção: desafios culturais, sociais e tecnológicos

#### ***Três por todos! A rádio e o audiovisual em tempos de pandemia***

Desde o seu aparecimento, há mais de um século, a rádio é o meio de comunicação que mais se tem reinventado, primeiro perante da chegada de novos média, como a televisão, depois com o surgimento da internet, nos anos 90, e finalmente com o aparecimento das redes sociais, já no século XXI. Com efeito, face à emergência da *web*, a rádio pode atualmente ser lida no site, vista em *streaming* e em *podcast*, e participada através das redes sociais.

Inovar não é, portanto, uma novidade para o meio sonoro e também não é apanágio das rádios mais jovens. A comprová-lo, a *Renascença*, com mais de 80 anos de existência, foi pioneira ao conceber e transmitir uma emissão ininterrupta de mais de 50 horas, a partir de um estúdio móvel instalado na Praça do Rossio em Lisboa, a que deu o nome *Três por todos*.

Foram mais de dois dias (entre 16 e 18 de Junho) ao vivo e em direto com as mesmas três locutoras, numa emissão durante a qual a equipa não dormiu, como forma de mobilizar a sociedade para a necessidade de um forte apoio financeiro aos artistas, técnicos, promotores de eventos musicais e outros setores da cultura, que viram os seus espetáculos cancelados por causa da Covid 19.

Nunca esquecendo a sua matriz solidária, a Emissora Católica e o programa *Três por todos* cumpriram um desafio inédito: realizar o maior programa de rádio de sempre, conduzido pelas as três locutoras da manhã contando, nos bastidores, com vários técnicos de som, de imagem, de edição áudio e vídeo e produtores.

Num tempo de distanciamento social, a rádio, também ela afetada pela pandemia com um decréscimo de receitas em publicidade, provou ser, uma vez mais, o elo de ligação entre ouvintes, seguidores e espetadores dispersos geograficamente, através de um programa multimédia e multiplataforma, que contemplou atuações ao vivo, momentos de humor, entrevistas, leilões online, reportagens de rua e a presença de vários artistas e personalidades em estúdio.

É este fenómeno disruptivo que o presente artigo procura analisar. Para o efeito, foi realizado um estudo aprofundado da construção de *Três por todos* da *Renascença*, que recorreu à análise do guião da emissão e respetivo alinhamento musical, e a entrevistas aos principais intervenientes desta iniciativa - diretor de programação, animadoras, produtores e técnicos – procurando apurar como se operacionalizaram 51 horas de programa outdoors, quantas pessoas estiveram envolvidas no processo, como foi divulgada e apoiada esta ação, e quais os custos de produção de um evento desta natureza, quando o próprio setor da rádio precisa de investimento.

A partir desse estudo, apresentam-se os resultados do impacto e envolvimento que este programa-maratona *non stop* levado a cabo por uma emissora privada teve, com números de audiência e montantes angariados para a União do Audiovisual, numa altura em que os profissionais do espetáculo continuam a manifestar-se contra a falta de incentivos do Estado, condenando a ausência de uma estratégia nacional concertada que apoie o setor da cultura.

**Palavras chave:** rádio, Renascença, disrupção, audiovisual, pandemia