

Agência do Rádio dá suporte a 3,8 mil emissoras do País na cobertura dos Jogos Rio 2016

Contratada desde abril deste ano pelo Ministério do Esporte, por meio da FSB Comunicação, com a missão de divulgar ações de fomento ao esporte do governo federal, a agência tem atendido a 3.800 emissoras de rádio.

18/08/2016 11:00:15

A Agência do Rádio Brasileiro (ARB), empresa que há mais de uma década distribui gratuitamente materiais jornalísticos para emissoras de rádio de todo Brasil, está abastecendo comunicadores e radialistas com conteúdos relacionados aos Jogos Rio 2016.

Contratada desde abril deste ano pelo Ministério do Esporte, por meio da FSB Comunicação, com a missão de divulgar ações de fomento ao esporte do governo federal, a agência tem atendido a 3.800 emissoras de rádio, com a produção e envio de uma série de boletins diários, reportagens especiais e sonoras de atletas e autoridades.

Tanto o texto quanto o áudio são enviados por e-mail e publicados na internet, no portal da agência (www.agenciadoradio.com.br) e no perfil oficial do ministério no SoundCloud, hospedado na área reservada aos profissionais de imprensa do portal brasil2016.gov.br.

Os materiais distribuídos desde a abertura dos Jogos, no último dia 5, servem para atualizar os profissionais de rádio e deixá-los permanentemente informados sobre o andamento e resultados das disputas, os acontecimentos em torno dos locais das competições e os posicionamentos e manifestações dos atletas, dirigentes e público presente nos jogos. Todo conteúdo pode ser utilizado na íntegra ou em partes, bastando apenas que a integridade da informação seja mantida.

Dados da própria agência revelam que mais da metade das 3,8 mil rádios está em municípios com população inferior a 25 mil habitantes. E as emissoras dessas localidades contam com nenhuma ou quase nenhuma estrutura jornalística para abastecer suas programações.

Para o apresentador Narcizo Peroni, da Rádio Dinâmica FM, de Laranjal Paulista, município paulista com uma população de um pouco mais de 25 mil pessoas, segundo o IBGE, os materiais são muito importantes para compor sua grade de notícias. “Utilizamos, sem dúvida, 100% dos que recebemos.

Com destaque especial, agora, para as Olimpíadas, que nos informa sobre os jogos e novidades. Isso ajuda muito na montagem de nossa programação”.

O diretor da agência, Raimundo Rocha, trata a cobertura como um desafio, do qual poucos países sedes dos jogos enfrentaram: o de alimentar diariamente um batalhão de emissoras de rádio com notícias das Olimpíadas.

“Procuramos transformar os Jogos em uma Olimpíada bem brasileira, envolvendo os mais diversos e até os mais distantes municípios brasileiros, onde só o rádio é capaz de falar de forma particularizada ou onde só o rádio é capaz de chegar”, conta Rocha.

O número de emissoras de rádio envolvidas na experiência brasileira é digno de recorde, como destaca o diretor da ARB. Raimundo Rocha cita que, desde os jogos de Los Angeles de 1932, origem do formato dos jogos atuais, apenas os Estados Unidos (Los Angeles, 1984, e Atlanta, 1996), o Canadá (Montreal, 1976), a ex-União Soviética (Moscou, 1980) e China (Pequim, 2008), países com extensões territoriais continentais, como o Brasil, não há registro de envolvimento de uma estrutura de comunicação em rádio tão ampla como esta montada para os jogos Rio 2016.

Mesmo com as novas tecnologias digitais, o meio rádio , continua a reinar como o mais abrangente do Brasil. Segundo pesquisa do Instituto Ibope Media, o veículo atinge 52 milhões de ouvintes no País.