

TCC I – Trabalho de Conclusão de Curso I

**Universidade Federal de Santa Maria
Centro de Educação Superior Norte – RS
Departamento de Ciências da Comunicação
Curso de Comunicação Social – Jornalismo
27 de junho a 08 de julho de 2011**

PROGRAMAÇÃO E ESTRATÉGIAS NA RÁDIO VIA INTERNET DO MINISTÉRIO DA SAÚDE

GIOVANA DE MARCHI CASTELLI

Artigo científico apresentado ao Curso de Comunicação Social – Jornalismo como requisito para aprovação na Disciplina de TCC I, sob orientação do Prof. Marcelo Freire Pereira de Souza e avaliação dos seguintes docentes:

Prof. Marcelo Freire Pereira de Souza
Universidade Federal de Santa Maria
Orientador

Prof. Luciano Klöckner
Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul – PUC/RS

Prof. Débora Cristina Lopez
Universidade Federal de Santa Maria

Prof. Karen Kraemer
Universidade Federal de Santa Maria
(Suplente)

Frederico Westphalen, 20 de junho de 2011

Programação e estratégias na rádio via internet do Ministério da Saúde

Giovana De Marchi Castelli¹
Marcelo Freire Pereira de Souza²

RESUMO

Este artigo trata das implicações na transmissão de uma rádio web e das peculiaridades provocadas com a comunicação radiofônica somente pelo meio on-line, por meio da pesquisa da estrutura da programação da Web Rádio Saúde e de sua ligação com o conteúdo textual de sua página on-line. É investigada também a hierarquização e escolha de conteúdos para a programação da rádio, já que ela está ligada ao Ministério da Saúde, sendo produzida e pertencente à Assessoria de Comunicação dessa organização. Tendo em vista esclarecer este relacionamento entre conteúdo jornalístico da rádio e a produção de assessoria, é feita a relação da página da Web Rádio Saúde com a capa do site do Ministério da Saúde e a página Sala de Imprensa.

PALAVRAS-CHAVE: programação radiofônica, rádio on-line, assessoria de imprensa, jornalismo especializado.

Introdução

O jornalismo é difundido por diversos suportes midiáticos e para cada meio de comunicação existente há uma maneira de produção e recepção de seu conteúdo. E a cada modificação trazida com a melhora das tecnologias, os processos comunicacionais vão modificando-se.

O rádio, um dos primeiros meios de comunicação de massa, sofreu diversas adaptações ao longo de sua história, além das mudanças culturais e sociais ao longo dos anos. As novidades tecnológicas trouxeram meios concorrentes como a televisão e a internet. Mas essa concorrência trouxe na verdade a soma das possibilidades de difusão de notícias e entretenimento. Numa era digital, onde grande parte da população tem e quer acesso à informação, a Internet possibilitou convergências antes não imaginadas. Ao migrar para a internet o rádio se modificou, tem o poder de alcançar um público muito maior do que as suas antenas transmissoras permitem, tem um espaço livre, sem a necessidade de licença ou regras do governo, além de poder disponibilizar ao seu público textos, fotos e informações interligadas.

¹ Acadêmica do sétimo semestre do curso de Comunicação Social - habilitação em Jornalismo, UFSM/Cesnors. E-mail: castelligiovana@gmail.com

² Mestre e doutorando pelo Programa Pós-graduação em Comunicação e Cultura Contemporâneas da FACOM/UFBA e professor assistente do Departamento de Ciências da Comunicação da UFSM/Cesnors. E-mail: marcelofreire@gmail.com

O público ouvinte das rádios, nesse século XXI, pode tornar-se ouvinte-internauta, interagindo por meio do ciberespaço com sua rádio favorita. O ouvinte-internauta que se populariza com o aumento do acesso à rede, pede participação na construção da notícia. De acordo com Lopez, o novo ouvinte-internauta deseja interação e atualização, o que fez com que as emissoras passassem a, além de transmitir o áudio, disponibilizar espaços de interação e informações jornalísticas atualizadas e organizadas (LOPEZ, 2010, p.115).

E dentro desse conceito de convergência do rádio este artigo analisa uma rádio essencialmente on-line, a Web Rádio Saúde. A rádio, vinculada ao Ministério da Saúde propõe-se a utilizar da convergência para produzir seu conteúdo de jornalismo de saúde e pautar a programação, voltada aos profissionais e funcionários da saúde e jornalistas.

A pesquisa é feita com base na análise de conteúdo da programação e da estrutura da Web Rádio Saúde e procura descobrir quais as estratégias desta rádio, bem como definir em que gênero ela se enquadra, pois se trata de uma rádio produto de assessoria de imprensa. A busca pela percepção destes itens serve para esclarecer como uma rádio on-line monta sua programação, ainda mais sendo ligada a uma assessoria de imprensa com temática especializada.

1 Programação radiofônica

No ano de 1922, durante a comemoração do centenário brasileiro, foi realizada a primeira demonstração pública de uma transmissão radiofônica. O espanto e encanto causado com a apresentação, levaram à criação da primeira rádio brasileira oficial no ano seguinte, 1923. Segundo Calabre (2004, p.11-31), a Rádio Sociedade do Rio de Janeiro, organizada por Roquette Pinto e Henrique Morize, abriu os caminhos da transmissão radiofônica em solo brasileiro e serviu de exemplo para a criação de muitas outras rádios no país.

Da Rádio Sociedade à instalação das rádios comerciais passaram-se anos de especializações e adequações do conteúdo para atrair o público e os patrocinadores para bancarem as transmissões. Conforme Calabre (2004, p.31-33), o principal expoente, surgido nos “anos dourados” (1940-1950), foi a rádio Nacional, que ditou a programação de suas concorrentes, criando quatro grupos de temas a serem explorados: música, dramaturgia, jornalismo e programas de variedade. A música sempre foi o carro chefe da programação, entretendo o público enquanto em outros setores a rádio mantinha atualizadas as informações sobre o final da guerra, sobre esportes, serviços, femininas, e emocionava com as crônicas, radionovelas e radioteatros, as comédias e crônicas humorísticas (CALABRE, 2004, p.11-33).

A mudança no modelo de sucesso dos “anos dourados” só aconteceu com a chegada da televisão, que levou as estrelas e programas de maior audiência do rádio para a tela, em 1950. O rádio então se adaptou modificando sua programação para manter-se competitivo, pois dividia não só a atenção do público, mas de patrocinadores, que migraram para a televisão e fizeram diminuir a renda disponível para pagar os altos custos da programação mantida durante os “anos dourados” (CALABRE, 2004, p.49).

Esse período de mudanças pode ser exemplificado com a situação atual dos meios de comunicação: a chegada de mais um ambiente comunicacional, a Internet, faz com que os outros meios, rádio e televisão, criem maneiras de adaptar-se, modificando suas estruturas para conseguir manter público e espaço, e a principal ferramenta é a criação de novos modelos de programação.

Quanto ao rádio, a programação vem sofrendo modificações desde o início das rádios comerciais, antes, durante e no fim dos “anos dourados”. Dentre as distintas possibilidades testadas até hoje, surgiram múltiplos meios e tipos de classificação. Diversos autores citam as organizações por tipo de conteúdo transmitido, pelo público a ser atingido ou pela temática. Em seus trabalhos, Cebrián Herreros (2001, p.424) coloca que antes de qualquer subdivisão, toda a programação de uma rádio pode ser dividida em três grandes blocos de conteúdo: macrounidades, unidades e microunidades.

As macrounidades de programação (CEBRIÁN HERREROS, 2001, p.424) englobam diversos conteúdos em muitos programas, cuja repetição dentro da programação pode ser: cíclica (repetição a cada semana, mudando apenas os assuntos), seriada (repetição a cada semana, porém em continuidade ao que foi transmitido) e intermitente (repetição ocorre durante toda a programação, mas com pequenas modificações editoriais).

As unidades de programação que Cebrián Herreros (2001, p.425) propõe são os programas fechados, com duração, conteúdo e ritmo próprio. Nas unidades de programação encontram-se programas com duração de cinco minutos ou de horas, podendo ser noticiários ou programas musicais. Já as microunidades de programação (CEBRIÁN HERREROS, 2001, p.425) são conteúdos que podem ser incorporados dentro de outros programas, por possuírem unidade e reconhecimento (aparecem geralmente em programas mais variados, como revistas e noticiários).

As três grandes divisões de conteúdos propostas por Cebrián Herreros (2001, p.424) englobam todos os tipos de modelos e enfoques de programação que surgem em cada rádio, não importando seu conteúdo ou estrutura. Seguindo outra linha de classificação, Prieto (2001, p.49,52-53) organiza a programação a partir da definição de rádio: especializada ou

convencional. Uma rádio convencional caracteriza-se pela oferta de conteúdos variados, informativos, musicais e de entretenimento, dirigindo-se para um público diverso, podendo subdividir programas para certas parcelas da audiência. A rádio especializada surge de duas maneiras: monotemática, explorando apenas um tema em toda a programação, ou voltada a apenas um tipo de público.

Apesar das diferenças para iniciar a estruturação de uma rádio, tanto Cebrián Herreros (2007, p.138) como Prieto (2001, p.49-50) utilizam modos semelhantes de formatar a programação. Ambos apontam a distribuição dos “conteúdos de uma programação nos formatos mosaico e por blocos”, Cebrián Herreros (2007, p.143) acrescenta o “formato em continuidade”.

A programação mosaico proposta pelos dois autores sugere a justaposição de programas de curta duração, sem conteúdos semelhantes. Prieto (2001, p.50) acrescenta que esse tipo de programação “não permite consolidar públicos estáveis para as rádios, já que o conteúdo dos programas não tem sequência ou ligação” (PRIETO, 2001, p.50).

A programação por blocos apresenta longa duração, até quatro horas, e é conduzida por um apresentador que confere continuidade, unidade e coerência na difusão dos conteúdos. Normalmente esse apresentador torna-se o elemento diferenciador. Para Prieto (2001, p.50) “a programação fica coerente sem perder a variedade que tanto atrai a audiência”.

Cebrián Herreros (2007, p.143) acrescenta a programação em continuidade, que acontece durante a cobertura de grandes acontecimentos, em que “a programação é interrompida para a constante transmissão de informações novas, opiniões, entrevistas e testemunhos” (CEBRIÁN HERREROS, 2007, p. 143).

Outro formato de programação a ser ressaltado é o chamado relógio. Ortiz e Volpini (1995, p.173) apontam como chave desse formato a repetição. A programação é organizada de maneira que “a cada hora há repetição do conteúdo, durante as 24 horas do dia” (VOLPINI, 1995, p.173). Este formato se assemelha à classificação em macrounidades em que Cebrián Herreros (2011, p.424-425) cita o rádio intermitente, com a mesma sequência de repetição, porém com modificações de acordo com cada programa.

Essas classificações ajudam a encadear a programação e ajustar o conteúdo de cada programa de acordo com o perfil da rádio, sendo que existem outras propostas para encadear a programação de uma rádio. Prieto (2001, p.30) aponta três tipos de sequência de programação: vertical, horizontal e cíclica.

Há programas que têm uma sequência vertical dentro da programação diária como os noticiários, quando são transmitidos várias vezes no mesmo dia; há outros que tem sequência horizontal, porque dentro da programação estão alocados na mesma hora, mas em dias diferentes e há programas que possuem sequência cíclica, quando sua aparição corresponde a um dia por semana (PRIETO, 2001, p.30).³

Reunindo as propostas de estrutura da programação de uma rádio, percebe-se a amplitude e diversidade de programas que podem existir. Sendo assim, a construção da programação de uma rádio requer o entendimento dos tipos de conteúdo a serem transmitidos. Cebrián Herreros (2007, p.144) classifica grandes grupos de conteúdos: gêneros de ficção, realistas ou informativos, publicitários, musicais, educativos e de variedades.

Nesses grupos são classificados praticamente todos os tipos de programas em rádio que outros autores como Prieto (2001) e Ortiz e Volpini (1995) citam. No gênero de ficção estão os seriados, radiocomédias e radionovelas. O gênero publicitário engloba toda difusão cuja proposta seja promover produtos ou serviços. O gênero musical é caracterizado pela transmissão de canções pré-gravadas ou música ao vivo e é, segundo os autores, o mais utilizado nas programações. O gênero educativo se propõe à motivação de aprendizagem de valores, conhecimento e comportamento ético-social. O gênero de variedades conglomeram os programas humorísticos ou competitivos. E por fim, o gênero informativo que centra boa parte dos conteúdos jornalísticos de uma emissora de rádio. Nesse último gênero, encontramos as notícias, reportagens, documentários, entrevistas e debates.

Portanto, conhecendo as inúmeras possibilidades de programas a serem transmitidos, as sequencialidades dentro da programação da rádio devem ser realizadas, observando a adequação ao plano editorial, o público ou especialização dessa rádio, pois esses fatores nivelam quais programas merecem mais ou menos tempo e recursos dentro da programação. É também observando a maneira como a programação é estruturada que o ouvinte irá adaptar-se ou não à escuta da rádio. Para a análise desse estudo, serão utilizadas as definições que correspondem à distribuição do conteúdo na programação (mosaico, por bloco, relógio) propostas por Cebrián Herreros, Prieto e Ortiz e Volpini, e das sequencialidades indicadas por Prieto (vertical, horizontal e cíclica).

A distribuição dos programas dentro da estrutura de uma programação aqui referidos são relacionados ao rádio convencional, por transmissão em antena, o que difere em uma rádio com transmissão por internet, pois essa tem a possibilidade de modificar as estruturas de

³ “Hay programas que tienen una secuencia vertical dentro de la programación diaria como los noticieros, cuando se transmiten varias veces en el mismo día; hay otros que tienen una secuencia horizontal, porque dentro de la programación están ubicados a la misma hora, pero en diferentes días y hay programas que poseen una secuencia cíclica, cuando su aparición corresponde a un día, semana a semana” (PRIETO, 2001, p.30).

sua programação de acordo com a plataforma utilizada no site de transmissão. Além dessa possibilidade de modificação na estrutura, outras mudanças podem ocorrer entre a transmissão por antena e on-line.

2 O rádio na internet

A utilização da internet para transmissão de conteúdos jornalísticos provoca mudanças na criação e na proposta desses conteúdos. Há uma adaptação na produção dos programas para sua distribuição na *Web*. Segundo Franciscato (2004, p.17), com a internet, a atividade jornalística se modifica, no mínimo, em quatro modos: “a natureza e a forma do conteúdo jornalístico; as rotinas da atividade jornalística; o ambiente e a estrutura das redações jornalísticas; e a redefinição das relações entre organizações noticiosas, jornalistas, públicos e fontes de informação” (FRANCISCATO, 2004, p.17).

Essas mudanças que reconfiguram as estruturas e modos de fazer jornalístico são ocasionadas pelas ferramentas que a *Web* proporciona, como a maior interatividade com o público, que manifesta-se na possibilidade de comunicação com as emissoras por meio de e-mail, *chat* ou redes sociais. Por exemplo, o rádio, que antes só poderia valer-se das ondas de seus transmissores, com a Internet pode utilizar além do *streaming* de áudio, com transmissão ao vivo, on-line, conteúdos com imagens e textos, utilizando melhor o novo ambiente. Outra possibilidade é o contato praticamente simultâneo com o ouvinte, por meio das redes sociais, do e-mail, dos *chats* e dos comunicadores instantâneos.

Os diversos formatos disponíveis no espaço on-line podem ser relacionados também convergindo os conteúdos e relacionando-os de maneira a um complementar o outro. Essa possibilidade é chamada hipertextualidade, estrutura pela qual diversos *links* agregam os diversos tipos de textos jornalísticos, em áudio, texto ou vídeo. A hipertextualidade é considerada a base das principais características do conteúdo no ciberespaço, da interatividade e da multimídia do webjornalismo, que corresponde à ligação e complementação entre os conteúdos transmitidos. Como trata Mielniczuk (2001, p.04), a multimídia é a convergência dos formatos das mídias tradicionais (imagem, texto e som) recompostos na narração do fato jornalístico de maneira a integrar os conteúdos, textuais ou não.

Com essas diversas possibilidades, pode ocorrer certa confusão quanto à diferenciação do que corresponde à produção jornalística e ao conteúdo produzido por internautas, bem como quais plataformas podem ser consideradas produtos jornalísticos. Quanto ao meio radiofônico on-line, onde não há consenso quanto a nomenclatura utilizada, Bufarah (2003, p.04) adverte que convencionou-se chamar de *net radio* ou *web radios* não só as emissoras

que transmitem seu conteúdo on-line, mas também as várias formas de experiências de áudio na Internet, como *downloads* de conteúdos sonoros. Dentro desse contexto, utiliza-se neste estudo a definição de Kischinhevsky (2009), que esclarece que a rádio, como meio de comunicação, deve ser vista sob duas formas:

Consideraremos, aqui, o rádio de uma forma ampla: 1) como meio de comunicação massivo que possibilita a transmissão e a emissão de formas discursivas, trilha musical e outros efeitos sonoros aos quais a sociedade atribui sentido, com veiculação por ondas hertzianas e/ou distribuição por redes digitais (serviços via satélite, cabo, MMDS, modem, telefonia móvel etc.); e 2) como dispositivo técnico pelo qual conteúdos sonoros podem ser recebidos por um ou mais ouvintes, seja por alto-falantes ou fones de ouvido, por meio de radiorreceptores, celulares, computadores etc., em múltiplas temporalidades (ao vivo ou sob demanda). (KISCHINHEVSKY, 2009, p.09)

Dessa maneira, a rádio na internet configura-se de forma ampla como o envio e recepção de conteúdo sonoro ao vivo ou não. Defende-se neste trabalho que a definição do que é rádio na internet depende não só do suporte, mas das técnicas de produção realizadas para a transmissão do conteúdo, como também ocorre nas rádios convencionais.

Nesse panorama, mesmo possuindo práticas produtivas semelhantes, as rádios on-line se classificam de acordo com o tipo de plataforma com que são transmitidas, de acordo com seu *streaming*, que segundo FREIRE (mimeo, p.05-06), pode ser de duas maneiras:

- 1) *streaming* linear – modelo idêntico ao do rádio convencional. A rádio transmite o conteúdo sonoro ao vivo, em fluxo contínuo, de maneira síncrona. Nesse tipo de transmissão, o ouvinte não tem ferramentas para adiantar ou retroceder o conteúdo.
- 2) *streaming on demand* – onde é o usuário que controla o áudio. A rádio disponibiliza a programação e o internauta pode adiantar ou retroceder o conteúdo. As informações não são ao vivo, ou seja, assíncronas.

Para Freire (mimeo, p.15), a única diferenciação do *streaming on demand* do *download*, é o local onde é executado o arquivo: “no *download*, há cópia do arquivo para uma futura execução e no *on demand*, o arquivo é executado direto do servidor, salvo como arquivo temporário” (mimeo, p.15).

O principal gerador para o surgimento dessas mudanças foi a necessidade de o rádio adaptar-se ao seu ouvinte, que modificou sua atitude perante às informações, como argumenta Lopez (2010): “o rádio não fala para um ouvinte passivo, mas para alguém que deseja participar, contribuir. O ouvinte – agora também ouvinte-internauta – busca outras fontes de informação, cruza, contesta, discute, corrige, atualiza, conversa com o jornalista que está no ar” (LOPEZ, 2010, p.115). Essa interação é o principal foco do radiojornalismo

hipermidiático, onde em primeiro plano está o conteúdo sonoro, entretanto há a produção de outros conteúdos em outros suportes e linguagens. Lopez (2010) acredita que:

embora a produção do rádio através de múltiplas plataformas e linguagens seja crucial para o jornalista, para a emissora atrair uma nova parcela do público, o rádio em si precisa se manter como tal. O áudio precisa ser independente e, ao mesmo tempo, complementar. Nem todo ouvinte pode – ou quer – buscar um aprofundamento, uma multiplicidade de linguagens – seja através do rádio digital ou do suporte *web* da emissora. (LOPEZ, 2010, p.119)

A principal consequência desse novo tipo de produção é a necessidade de o jornalista tratar a notícia nos diversos tipos de plataforma. Como exemplifica Lopez (2010, p.26), um jornalista de rádio ao produzir um vídeo para o site de sua emissora não precisa preocupar-se com a semelhança de qualidade dessa produção quando feita por um jornalista televisivo. O imprescindível do radiojornalismo hipermidiático é a complementaridade, criatividade e veracidade nos conteúdos noticiados. A preocupação máxima com qualidade técnica fica no carro chefe da emissora, o áudio.

Apesar das diferenças do produto radiofônico no meio on-line, a relação entre emissor e receptor do rádio convencional permanece. Como aponta Salomão, o reconhecimento e a adesão perpetuam-se, isso porque o “meio digital não tira dos encontros entre locutor e ouvinte a condição de operação de linguagem, mesmo que estes não se dêem mais apenas essencialmente em forma sonora” (SALOMÃO apud PRATA, 2008, p.05-06). Sendo assim, apesar do ajuste no novo meio, a rádio ainda necessita de constante foco no seu público, buscando sempre integrar as ferramentas disponíveis para melhor adaptar-se e agradar, mostrando o conteúdo ao seu ouvinte de maneira a responder aos seus interesses. Essa busca também é feita em outras instâncias da comunicação.

3 Assessoria de imprensa no rádio

A busca pela atenção do público às notícias veiculadas não é só uma meta das empresas jornalísticas e meios de comunicação de massa em geral, mas também é atividade de assessorias de imprensa. A atividade da assessoria de imprensa é discutida dentro dos serviços de comunicação que podem ser prestados às empresas e organizações, juntamente com outros profissionais dessa área como Relações Públicas, Publicidade e Propaganda e Marketing, as chamadas Assessorias de Comunicação. Cada profissional de uma Assessoria de Comunicação tem uma função específica nesta, dentre as especificações ao campo jornalístico, cabe ao jornalista ser o assessor de imprensa, realizando a “intermediação das

relações entre o assessorado e os veículos de comunicação, tendo como matéria prima a informação e como processo sua abordagem na forma de notícias” (FERRARETTO; FERRARETTO, 2009, p.13). O jornalista, assessor de imprensa, não perde seu papel na apuração de notícias, ele desempenha este e agrega outros referentes à manutenção da organização e alcance das metas dentro do planejamento da comunicação na assessoria de imprensa.

A assessoria de imprensa atua gerenciando um processo “para garantir a visibilidade e a percepção clara do papel da instituição e de sua inserção na sociedade” (CALDAS, 2008, p.309). O assessor de imprensa deve trabalhar de maneira a conduzir o conhecimento de forma ética aos profissionais da comunicação e ao público, pois como afirma Duarte (2008):

por sua ação de mediador, o assessor pode não apenas aumentar a presença das fontes na imprensa, mas também democratizar o acesso da sociedade à informação, iluminar o contexto em que a organização está inserida para os dirigentes e estimular o envolvimento dos empregados com questões que lhes afetam. (DUARTE, 2008, p.237)

Dessa maneira, coloca-se que é dever ético do assessor de imprensa prestar as informações com transparência. E esse dever é acrescido quando este trabalha para instituições governamentais de nível federal, estadual ou municipal. Como afirma Martinez: “a comunicação de governo tem de ser vista como política pública, fundamental e necessária, já que o Estado é responsável pela administração e desenvolvimento de uma série de serviços públicos” (MARTINEZ, 2008, p.231). Eid acrescenta que a assessoria no governo deve ser considerada uma “atividade de prestação de serviços de transmissão de notícias à mídia e, portanto, à sociedade. Ambas – a primeira como veículo e a segunda como destinatária – têm direito às informações geradas nos organismos públicos” (EID *apud* FERRARETTO; FERRARETTO, 2009, p.51).

Um exemplo da importância da assessoria de imprensa na esfera governamental é a necessidade desta na divulgação de projetos e serviços sociais e no enfrentamento de momentos de crise, pois as ações do governo estão sempre em discussão pela mídia e pelo público. Como acredita Monteiro (2008), tornar público o que se refere à sociedade, é uma “prestação de contas, para que ela possa avaliar o que está sendo feito e verificar se está de acordo com seus interesses e necessidades, tornando-se, assim, uma aliada da organização e, portanto, comprometida com sua manutenção” (MONTEIRO, 2008, p.149).

Para atingir o sucesso em suas divulgações, uma assessoria de comunicação precisa de planejamento. Como sintetiza Rego (1984) “planejar significa identificar políticas, selecionar

prioridades, corrigir desvios nos fluxos de comunicação empresarial. E também adequar as publicações às situações conhecidas” (REGO, 1984, p.99). O planejamento leva à instituição de metas a serem alcançadas e conhecer o potencial de cada meio é uma necessidade estratégica. O Ministério da Saúde, por exemplo, tem como principal estratégia a criação de campanhas nos meios de comunicação para alcançar as metas da saúde pública. As campanhas com datas bem definidas voltam-se aos cuidados e metas em saúde da população. Durante os períodos de divulgação, as campanhas do governo esclarecem e provocam na mídia nacional seus assuntos de interesse por meio de divulgação de datas, dados, conquistas e necessidades.

Fora desses períodos, o Ministério utiliza seu *site* para o contato tanto com o público quanto com a imprensa, com a qual utiliza um serviço diferenciado de assessoria, a “Sala de Imprensa”. A página on-line é onde os jornalistas e editores podem encontrar notícias, eventos, informações sobre os serviços, lista de contatos, agenda do ministro, possibilidade de busca, entre outras ferramentas que facilitam a apuração jornalística. Ferraretto e Ferraretto (2009) acreditam que esse tipo de produto é um “exercício de cidadania, pois amplia o acesso do jornalista e do público às notícias institucionais, de maneira clara e rápida” (FERRARETTO; FERRARETTO, 2009, p.52-53).

A criação das “Salas de Imprensa” é, assim, uma mostra de como a continuidade do trabalho de uma assessoria baseia-se muito em saber utilizar o potencial dos meios de comunicação, adaptando e criando produtos específicos. Essa afirmação abrange a todos os outros meios de comunicação. No rádio, meio de comunicação caracterizado por ampla difusão popular, simultaneidade, instantaneidade, largo alcance e baixo custo, porém com grande nível de dispersão do público, as assessorias tendem a abordar estratégias diferentes, como as próprias propagandas do rádio, que sempre buscam integrar-se com a programação, como afirma Rodríguez:

a propaganda no meio rádio não utiliza sempre a mesma forma. Suas mensagens adotam estruturas e embalagens diferentes que, em muitas ocasiões, pretendem se integrar ao fluir programático para minimizar a desconexão mental do ouvinte e reduzir a saturação publicitária (RODRÍGUEZ, 2008, p. 365).

Um dos formatos da propaganda no rádio, muito utilizado pelas assessorias, é o comunicado. Rodríguez (2008, p. 368-369) afirma que este se assemelha a um boletim informativo: “a notícia deve parecer que tem interesse social, porém é uma ‘notícia comercial’, cumpre com objetivos publicitários” (RODRÍGUEZ, 2008, p. 368-369). Outro espaço citado, e muito utilizado pelas assessorias, são os micros espaços da rádio. Nesse

formato, a veiculação de notícias, informações, entrevistas, promoções, etc., são feitas durante alguns minutos da programação normal, “dentro de um programa, mediado pelo próprio locutor da rádio, dando ao ouvinte a impressão de que o conteúdo é jornalístico, e não produzido com intenções comerciais” (RODRÍGUEZ, 2008, p. 368-369), conhecido no meio impresso como Informe Comercial.

Apesar de nos dois formatos citados acima haver pouca abertura para modificações por parte da emissora, as assessorias de imprensa têm um problema extra com publicações no rádio, pois faz parte de seu trabalho coletar e avaliar o que foi publicado, o chamado clipping. Em meios como Internet, jornais impressos e revistas, esse trabalho é mais fácil, mas no rádio o assessor tem de procurar os áudios passados, gravar toda a programação, terceirizar o clipping eletrônico ou “adotar súmulas ou sinopses, que consistem em texto escrito, que sintetiza o conteúdo veiculado” (DUARTE, 2008, p.243).

Esse controle do conteúdo é necessário, pois se há a necessidade de planejamento em uma assessoria de imprensa, é também necessária uma avaliação, para que possa haver “uma nova projeção, com condições de aprimorar o trabalho e corrigir falhas” (FERRARETTO; FERRARETTO, 2009, p.37), buscando a interação com as expectativas do assessorado e os interesses do público.

Em empresas e organizações onde há divulgação de assuntos de interesse público, porém com tipo específico de conteúdo, o planejamento e avaliação são mais necessários, para analisar o que é realmente de interesse e qual a maneira adequada para a divulgação das notícias.

4 Jornalismo de saúde

A procura por mostrar a realidade da forma mais correta e concreta sempre foi uma das principais preocupações do jornalismo. E na busca pelo formato e melhor técnica para realizar esse desejo, os jornalistas aguçaram os sistemas de busca pela notícia e passaram do uso do seu senso à seleções com uso de critérios, que, com o jornalismo diário, fez surgir os critérios de noticiabilidade.

Os critérios de noticiabilidade são um conjunto de valores que determinam se um acontecimento ou assunto irá ser divulgado nos meios de comunicação. Segundo Traquina (2008, p.63), é esse critério que “julga merecedor um acontecimento de ser transformado em matéria noticiável”. Esse autor também cita alguns critérios utilizados para definir a importância de um acontecimento: a proximidade, a relevância, a atualidade, se o fato é

inesperado, ou envolve pessoas públicas, escândalos, morte, entre muitas outras possibilidades.

Além dos critérios de noticiabilidade, outro fator envolve a escolha das notícias, o perfil editorial da empresa jornalística. Traquina (2008) afirma que a política editorial influencia o produto final do jornalismo, pois ela cria suplementos e seções específicas que “estimulam mais notícias sobre esses assuntos ou temas, porque tais espaços precisam ser preenchidos” (TRAQUINA, 2008, p.93).

Os suplementos criados pelas empresas, citados por Traquina (2008, p.93), envolvem os grandes agrupamentos de assuntos: política, polícia, economia, educação, notícias mundiais ou locais, além do conteúdo científico, que engloba novas tecnologias, saúde e descobertas em todas as áreas do conhecimento.

Calvo Hernando (1981) acredita que aliar ciência e jornalismo deve ser um dos referenciais às empresas jornalísticas, pois os jornalistas “devem ser os porta-vozes e caixas de ressonância dos milhares de homens e mulheres que estão inteiramente dedicados a preparar o mundo de amanhã em seus diversos aspectos” (CALVO HERNANDO *apud* ERBOLATO, 1981, p.42). O autor deixa claro, dessa maneira, que a gestão do saber é também tarefa do jornalista, por meio do jornalismo científico.

Para definir o jornalismo científico, é preciso antes determinar o que é divulgação científica. Nesse estudo é utilizada a definição de Calvo Hernando que explica divulgação científica como “toda a atividade de explicação e difusão de conhecimento, desde que ocorra fora de ambientes educacionais e com a intenção de agregar conhecimentos às pessoas e pesquisadores de outras áreas” (CALVO HERNANDO, 1992, p.18).⁴

Quanto ao jornalismo científico, é também usada a definição de Calvo Hernando (1992, p.23), que o classifica como:

um processo social articulado a partir da relação entre organizações de comunicação e o público, através de canais de difusão, como jornais, revistas, etc., que asseguram a transmissão de informações atuais de natureza científica e tecnológica, em função de interesses e expectativas (CALVO HERNANDO, 1992, p.23).⁵

⁴ “Divulgación científica es toda actividad de explicación y difusión de los conocimientos, de la cultura y del pensamiento científico y técnico, con dos condiciones, dos reservas: la primera, que la explicación y la divulgación se hagan fuera del marco de la enseñanza oficial o equivalente; la segunda, que estas explicaciones extra-escolares no tengan como objetivo formar especialistas o perfeccionarlos en su propio campo, pues lo que se pretende, por el contrario, es completar la cultura de los especialistas fuera de su especialidad” (CALVO HERNANDO, 1992, p.18).

⁵ “Periodismo científico como un proceso social que se articula a partir de la relación entre organizaciones formales (editoras, emisoras) y la colectividad (públicos, receptores), a través de canales de difusión (diario, revista, radio, televisión, cine) que aseguran la transmisión de informaciones (actuales) de naturaleza científica y tecnológica, en función de intereses y expectativas (universos culturales o ideológicos).” (CALVO HERNANDO, 1992, p.23).

Dessa maneira, percebe-se que a carga social de construção do conhecimento é do jornalismo, com função informativa, educativa, cultural e social; à divulgação científica cabe somente informar o público de cientistas e pesquisadores, sem pretender atingir ou educar um público generalizado, como faz o jornalismo.

Assim sendo, o jornalismo científico apresenta algumas peculiaridades no que se refere à transmissão da notícia. Calvo Hernando (1992, p.100) afirma a necessidade e obrigatoriedade de tradução dos termos científicos para o texto jornalístico, utilizando de metáforas e transposições para fazer entender o conteúdo. Nessa mesma linha, Erbolato (1981, p.49) acrescenta que o jornalista deverá evitar “abreviações desconhecidas, traduzir princípios, teorias e afirmações mais profundas” (ERBOLATO, 1981, p.49).

Uma distinção quanto à estrutura da notícia científica, abonada por Calvo Hernando (1992), é a importância de informar quem disse, como foi feito, o que, por que e para que.

No Jornalismo Científico, é importante quem disse algo (o jornalista-enciclopédia e onisciente não é apresentável em nenhuma especialidade do jornalismo, mas muito menos na científica); o como, porque quase sempre na investigação científica tem tanto valor o feito em si como seus antecedentes, suas consequências, seus instrumentos, a metodologia usada; o que, claro; e o por que e para que: por que se iniciou a investigação, quais parcelas do conhecimento cobre, quais aspectos da vida cotidiana podem ser afetados; o para que confere à notícia sua dimensão utilitária, seja pelas aplicações do descobrimento ou pelo de que possa significar de contribuição à humanidade (CALVO HERNANDO, 1992, p. 115).⁶

Todas as peculiaridades citadas quanto ao jornalismo científico se aplicam ao jornalismo de saúde, pois esse é um braço desta especialização jornalística. A saúde tem o maior espaço entre os assuntos científicos. Burkett (1990, p.160) exemplifica observando a presença constante de uma coluna sobre o assunto em revistas, principalmente as femininas, igualmente “quando um jornal expande sua equipe noticiosa para incluir especialistas em ciência, geralmente escolhe um redator médico primeiro” (BURKETT, 1990, p.159).

Além de cobrir as notícias da saúde para os jornais, esse setor também emprega muitos jornalistas como assessores, preparando materiais educativos para funcionários, pacientes e público, editando relatórios de pesquisas e anunciando suprimentos médicos e medicamentos.

⁶ En el periodismo científico, es importante quién dijo algo (el periodista enciclopédico y omnisciente no es presentable en ninguna especialidad del periodismo, pero mucho menos en la científica); él cómo, porque casi siempre en la investigación científica tiene tanto valor el hecho en sí como sus antecedentes, sus consecuentes, sus instrumentos, la metodología utilizada; el qué, por supuesto; y el por qué y el para qué: por qué se inició la investigación, qué parcelas del conocimiento trata de cubrir, qué aspectos de la vida cotidiana pueden quedar afectados; el para qué confiere a la noticia su dimensión utilitaria, ya sea por las aplicaciones del descubrimiento o por lo que pueda significar de aportación al acervo de la humanidad”(CALVO HERNANDO, 1992, p. 115)

Outros empregadores de comunicadores na área da saúde, citados por Burkett(1990, p.159) incluem o governo, nos níveis federal e estadual, além de organizações de voluntários, agências e associações que tornam-se importantes fontes de informação para jornalista de ciência e medicina que escrevem para a imprensa tradicional.

Convém destacar que além de todas as características e necessidades que demandam o jornalismo científico, o jornalismo de saúde deve ser mais criterioso e responsável com sua função na gestão do saber e na humanização da medicina e da ciência para responder de forma positiva ao caráter de responsabilidade social, inerente ao profissional da comunicação, ao despertar a consciência crítica do público para os assuntos da ciência.

Porém quando se fala em jornalismo especializado praticado dentro de empresas e organizações, mais especificamente sua relação com as assessorias de imprensa, como é o caso do objeto deste artigo, são necessárias estratégias por parte dos assessores para atingir suas metas e realizar uma comunicação clara. Burkett (1990) esclarece que os assessores de imprensa de uma organização voltada a assuntos de jornalismo especializado tem que observar além do seu público alvo externo, os “empregados e equipe da instituição. Seu trabalho mais importante é explicar a instituição e suas atividades às pessoas que têm ou podem ser persuadidas a ter um interesse direto na organização, incluindo seu progresso financeiro e tecnológico” (BURKETT,1990, p.146). Sendo assim, as assessorias de imprensa que trabalham com assuntos relacionados à saúde, tem como atividade gerir a divulgação científica entre pesquisadores e cientistas e transmitir as descobertas, técnicas e novas práticas para os meios de comunicação e, através destes, para o público em geral. Essa prática pode ser vista nas ações da assessoria de comunicação do Ministério da Saúde e nos produtos gerados por ela, como a Web Rádio Saúde.

5 Metodologia

O estudo realizado neste artigo busca compreender como é a programação e a estrutura de uma rádio essencialmente on-line, tendo como objeto a Web Rádio Saúde, parte integrante dos produtos de assessoria de comunicação do Governo Federal Brasileiro.

Para a análise do objeto foi escolhido o método de análise de conteúdo, pois permite a observação e o pensamento lógico na condução do estudo. Segundo Earl Babbie (*apud* HERSCOVITZ, 2008, p.124) é um dos métodos livres de intromissão direta no objeto de estudo. Não obstante, a análise de conteúdo permite maior interpretação e compreensão de dados, de maneira quantitativa ou qualitativa.

A Web Rádio Saúde iniciou suas transmissões em março de 2010, pelo *site* do Ministério da Saúde. Com espaço e plataforma específica no *site* desse Ministério, a rádio propõe divulgar conteúdos voltados a interesses de funcionários da saúde e jornalistas. Com transmissão 24 horas, durante toda a semana, ela possui em sua página o *streaming* para ouvir a rádio, além de proporcionar ao usuário uma ferramenta de busca que permite acesso a todas as notícias, por busca geral ou por estado e também há a possibilidade de *download* de todo o conteúdo do *site* relativo a notícias da programação.

O corpus de análise da pesquisa é formado por semana construída de áudio e visualização de dados no *site*. A semana construída possibilita, de acordo com Herscovitz “uma amostra variada, com distribuição equitativa e contendo o mínimo possível de distorções” (HERSCOVITZ, 2008, p.131).

Deste modo, a coleta do áudio abrange toda a programação diária, durante sete dias escolhidos aleatoriamente; os conteúdos são analisados em relação à temática e repetições. A observação do *site* refere-se à capa e à seção “Últimas Notícias” da Web Rádio Saúde, além da capa dos portais “Cidadão” e “Imprensa” do *site* do Ministério da Saúde. A seleção desse material é feita concomitante a dos dias de coleta de áudio, de modo a relacionar o conteúdo sonoro e textual veiculado.

A análise do áudio procura esmiuçar as características da programação da rádio:

- como ela foi estruturada,
- quais suas características e classificações, e
- qual a relação e diferenças que ocorrem com a transmissão radiofônica somente via *web*.

Agregando à pesquisa a parte textual da rádio, busca-se encontrar a semelhança entre o conteúdo transmitido na rádio e no *site*:

- se há duplicação ou modificação do conteúdo,
- qual a hierarquização das principais notícias nas duas plataformas,
- se há alguma relação referente às principais notícias transmitidas com a capa do *site* da Web Rádio Saúde.

Referente somente à parte textual é visto se há alguma relação entre os conteúdos da capa e “Últimas notícias” da Web Rádio Saúde com o conteúdo de outros dois portais de público do *site* do Ministério da Saúde, o “Cidadão” e “Imprensa”. A investigação e comparação dos conteúdos disponíveis nessas páginas têm como fundamento a verificação de

quais as pautas que repetem-se, das ligações entre os públicos categorizados e a diferença do conteúdo disponibilizado.

Outra verificação feita pela análise é a relação do conteúdo de assessoria e de jornalismo de saúde, tendo como base a observação das notícias divulgadas dentro da rádio, e comparar se a especialização em saúde é influenciada mais pela divulgação do conhecimento ou para auto-promoção da entidade.

6 Análise

A Web Rádio Saúde iniciou suas transmissões em março de 2010, pelo *site* do Ministério da Saúde. Com espaço e plataforma específica no *site* desse Ministério, a rádio propõe divulgar conteúdos voltados a interesses de funcionários da saúde e jornalistas.

Com transmissão 24 horas, durante toda a semana, a rádio possui em sua página (Anexo A – Fig. 1) o *streaming* para ouvi-la (Anexo A – Fig. 2), além de proporcionar ao usuário uma ferramenta de busca (Anexo A – Fig. 3) que permite acesso a todas as notícias, por busca geral ou por estado, e também há a possibilidade de *download* de todo o conteúdo do *site* relativo a notícias da programação (Anexo A – Fig. 4). Em relação à parte sonora analisada, foram ouvidas 76 horas e 22 minutos da programação. A construção da semana de áudio aconteceu durante os meses de maio e junho de 2011.

De acordo com o tipo de transmissão, usada por Freire (mimeo), a Web Rádio Saúde pode ser classificada com *streaming* linear, pois o conteúdo é transmitido ao vivo, síncrono, sem que o ouvinte possa interferir, adiantando ou retardando o conteúdo. A rádio também disponibiliza o *download* dos áudios (Anexo A – Fig. 5) de todas as notícias postadas no *site*. Dessa maneira, o ouvinte copia o arquivo e pode executá-lo em qualquer momento, sem ter ligação com a rádio.

Quanto à sua programação, a Web Rádio Saúde estrutura-se em seu *site* (Anexo A – Fig. 6) com quatro programas: Noticiário, Flash Saúde, Clipping do Dia e Sesta Musical. A rádio detalha cada programa por meio do *site*, da seguinte maneira:

O Noticiário, transmitido entre 10 e 11 horas, 14 e 16 horas e a partir das 17 horas, veicula ‘ao vivo as principais notícias do dia da área de saúde no Brasil e no mundo: avanços da medicina, pesquisas, ações do Ministério da Saúde e prevenção de doenças’. O Clipping do Dia é transmitido das 11 às 12 horas, com ‘informações de saúde nos principais jornais e revistas do Brasil. O clipping é intercalado com músicas brasileiras de qualidade’. O Flash Saúde veiculado entre às 12 e 13 horas e 16 e 17 horas, é descrito como ‘pílulas de informações curtas sobre os destaques da saúde’ (Detalhamento, Ministério da Saúde).

No Detalhamento da Programação (Anexo A – Fig. 7), o site não especifica o programa Sesta Musical, veiculado entre 13 e 14 horas, entretanto aponta outro programa, não encontrado dentro do horário da programação disponibilizada pelo *site*, o Saúde em Ação. No *site* também não há descrição se a programação é a mesma durante a semana e o final de semana.

Com a construção da semana de áudio, percebeu-se que a rádio não segue a programação descrita em seu *site* e também não é locucionada. Durante o período de análise, o único programa que seguiu o horário descrito e que teve locução foi o Clipping do Dia. Esse programa esteve presente na semana construída de segunda a quinta-feira; na sexta-feira, sábado e domingo ele não foi transmitido.

Observou-se, na escuta da rádio, a presença de conteúdo musical com rápidas intervenções de notícias de no máximo quatro minutos. De acordo com a descrição da programação do *site*, ela se assemelha a proposta do programa “Flash Saúde”. Entretanto, para cada notícia veiculada pela rádio surgia antes o nome do que serão considerados neste trabalho como programas, que se repetiram durante a semana construída. Dessa maneira, os programas da rádio são: Clipping do Dia, Saúde em Ação, Vida Saudável, Receita Musical, Saúde do seu filho, Web Rádio Saúde Notícias, Saúde é bom saber!, Brasil Sorridente, Doe Sangue, Doe órgãos, Brasil unido contra Dengue e Vítimas no Trânsito. Desses programas, dois aparecem na lista da programação da rádio: o Clipping do Dia e o Saúde em Ação. Contudo, a descrição dada pelo site somente é real para o primeiro, a do segundo não confere ao escutado na transmissão.

Ainda com a exceção do Clipping do Dia, todos os programas veiculados não têm horários ou sequência específica. Por exemplo, no sábado, onde não houve veiculação do Clipping do Dia, das 8 horas e 20 minutos de programação observada, apenas 42 minutos são considerados de conteúdo noticioso. Nesse dia foram transmitidos: sete programas Vida Saudável, um Receita Musical, sete Vítimas no trânsito, um Brasil unido contra Dengue, quatro Web Rádio Saúde Notícias, um Doe Sangue e dois Brasil Sorridente.

Outra amostra é na segunda-feira, onde das 11 horas e 25 minutos de escuta, apenas 1 hora e 10 minutos é de conteúdo noticioso. Nesse dia foram transmitidos: nove Vida Saudável, quatro Saúde em Ação, um Receita musical, oito vítimas no trânsito, três Brasil unido contra Dengue, três Web Rádio Saúde Notícias, um Doe Sangue, três Brasil Sorridente, um Saúde do seu filho, três Saúde é bom saber! e o Clipping do Dia. Em todos os dias analisados, ocorreu a repetição dos dois casos acima descritos, como pode ser visto na tabela abaixo.

Tabela 1 - Número de aparições de cada programa

Programas / dia: tempo de análise	Segunda: 11:25h	Terça: 10:05h	Quarta: 10:42h	Quinta: 9:37h	Sexta: 16h	Sábado: 8:20h	Domingo: 10:13h
Vida Saudável	9	9	9	8	12	7	10
Saúde em Ação	4	1	3	2	6	-	5
Receita Musical	1	1	1	-	1	1	1
Vítimas no trânsito	8	7	8	6	11	7	8
Brasil unido contra Dengue	3	2	4	2	6	1	5
Web Rádio Saúde Notícias	3	4	4	4	8	4	4
Doe Sangue	1	1	-	1	2	1	3
Doe órgãos	-	1	1	1	1	-	1
Brasil Sorridente	3	4	3	3	3	2	2
Saúde do seu filho	1	-	-	-	1	-	2
Saúde é bom saber!	3	2	2	1	2	-	2

Os programas estão distribuídos aleatoriamente dentro da programação diária, de maneira que não há como traçar uma sequência lógica entre eles, pois a quantidade de vezes em que cada um aparece é diferente a cada dia analisado. A exceção desse caso é o Clipping do Dia que diferentemente dos outros programas é apresentado em até quatro blocos de notícias dentro do horário da programação definida no site.

Para a classificação da programação da rádio, também é necessário perceber a repetição de conteúdos dentro da programação. Nesse item, a Web Rádio Saúde apresenta apenas dois programas sem ou com poucas repetições durante a semana construída, o Clipping do Dia e o Web Rádio Saúde Notícias. Neste último, foram notadas apenas seis repetições. Em todos os outros programas transmitidos houve repetição integral do conteúdo veiculado, em alguns casos durante o mesmo dia, mas também, e principalmente, de um dia para o outro.

Tendo em vista todas essas observações, pode-se classificar a Web Rádio Saúde, quanto à programação transmitida, de duas maneiras: no formato relógio de Ortiz e Volpini (1995), pois há repetição do conteúdo durante o dia; e formato mosaico de Prieto (2001), com a justaposição de programas de curta duração sem conteúdos semelhantes. Entretanto, há a exceção de um programa, o Clipping do Dia, que se apresenta em formato de bloco com a necessidade de apresentação e continuidade para que haja entendimento. Portanto, para definir a programação da rádio unem-se classificações, de maneira a considerá-la mosaico e relógio, com um programa em bloco.

As contínuas repetições da programação da Web Rádio Saúde também podem ser vistas sob a sequência de programação de Prieto (2001): definindo a rádio, vertical e horizontal, por haver, como dito anteriormente, repetições durante o dia e um programa com o mesmo horário em dias diferentes.

Em relação ao conteúdo transmitido pela rádio, ela se caracteriza como monotemática (PRIETO, 2001), utilizando unidades de programação (HERREROS, 2001), pois a maior parte dos programas da rádio são fechados, com duração e ritmo próprio, sem que haja necessidade de encadeamento para a compreensão do conteúdo transmitido.

Por ser uma rádio vinculada e produto de Assessoria de Imprensa, outro ponto observado na análise é o conteúdo veiculado pela rádio, que se propõe a divulgar notícias de saúde, portanto de jornalismo de saúde. Com a observação da análise, perceberam-se três tipos básicos de conteúdo transmitido: notícias de jornalismo de saúde, de assessoria de imprensa e notícias/spots de campanhas do Ministério da Saúde. Partindo desses três conteúdos vistos, no Gráfico 1 pode ser observada a relação de notícias que foram analisadas e categorizadas nas três possibilidades de conteúdo: na categoria Assessoria de Imprensa (15%) estão classificadas todas as notícias relacionadas à divulgação de ações do Ministério da Saúde; em Campanhas (34%) estão os programas e notícias de divulgação de campanhas de saúde, como doação de sangue e órgãos, combate à dengue e à violência no trânsito; e na categoria Jornalismo de Saúde (51%) fica comprovado que o conteúdo observado na semana construída é em sua maior parte de jornalismo de saúde, estando nesse item todas as notícias, novas pesquisas, dicas de saúde e bem-estar transmitidas. O programa Clipping do Dia foi contabilizado no Gráfico de acordo com o conteúdo transmitido, portanto as notícias desse programa estão classificadas em Jornalismo de Saúde ou Assessoria de Imprensa. O conteúdo musical não está presente no Gráfico, bem como o programa Receita Musical, pois este não foi considerado jornalístico por consistir em indicações/solicitações de música de médicos e dentistas.

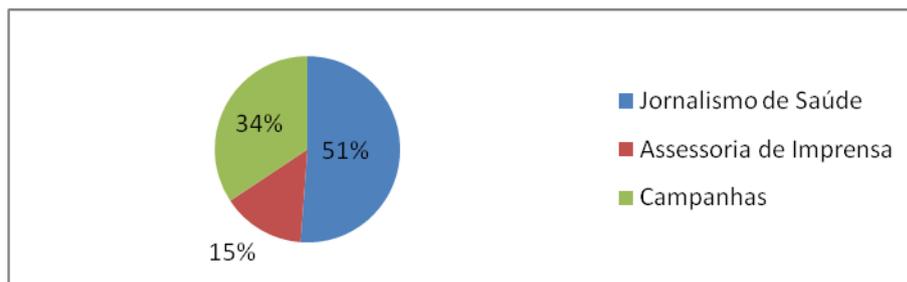


Gráfico 1 – Classificação do conteúdo sonoro da Web Rádio Saúde

A classificação dos conteúdos da rádio nas três categorias demonstra que a parte noticiosa feita pela Web Rádio Saúde é realmente coerente à proposta da rádio de realizar jornalismo de saúde, inclusive quando detalhada somente em um dia. Por exemplo, no domingo analisado é possível perceber a tendência da rádio, pois foram transmitidas vinte e duas notícias de conteúdo classificado como Jornalismo de Saúde e apenas três notícias de Assessoria de Imprensa. Contudo se as Campanhas fossem catalogadas juntamente com as notícias categorizadas como de assessoria, a proposta da rádio seria desvirtuada, como se percebe no Gráfico 1, o valor seria praticamente igual ao de notícias de jornalismo de saúde. No domingo analisado foram dezoito notícias/spots de Campanhas, que quando somadas às notícias de Assessoria de Imprensa quase alcançam o mesmo número de notícias de saúde. Porém como as notícias/spots catalogadas em Campanhas são em sua maioria com conteúdo não atualizado, repetidas e com maior interesse propagandístico é descartada a união dos dados dessas categorias.

Além do *streaming* linear, a rádio ainda disponibiliza o *download* de todo o conteúdo noticioso postado em seu *site*. O *download* disponibilizado pela rádio compreende exatamente o mesmo conteúdo das notícias postadas no site. Dessa maneira percebe-se uma ligação muito particular entre o textual e o áudio da Web Rádio Saúde.

Em relação ao conteúdo do *site*, no Gráfico 2, pode ser percebida a predominância de conteúdo de Assessoria de Imprensa, tanto na capa do *site* do Ministério da Saúde (Anexo A – Fig. 5), como nas páginas Sala de Imprensa (Anexo A – Fig. 6) e Web Rádio Saúde, em contrapartida às notícias de Jornalismo de Saúde.

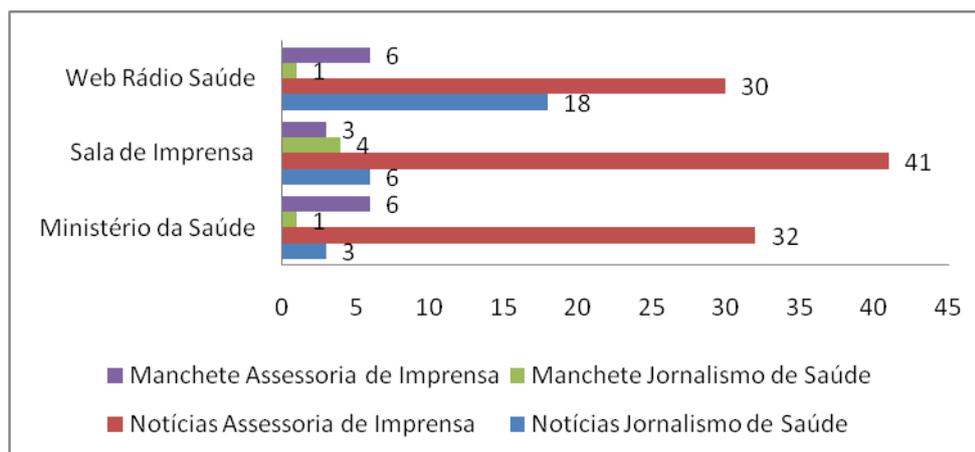


Gráfico 2 – Conteúdos observados no site

As três páginas do *site* tratam, sobretudo, da difusão de notícias de assessoria de imprensa, inclusive a Web Rádio Saúde, que apesar de apresentar mais notícias de jornalismo de saúde que as outras páginas ainda tem como conteúdo predominante notícias de assessoria, fato que se comprova com os dados das manchetes, visto que apenas um dos sete dias analisados apresenta conteúdo de jornalismo de saúde.

Analisando as manchetes das páginas citadas, também é possível perceber que há repetição de conteúdo entre elas. Por exemplo, na segunda-feira foi notada a repetição de quatro notícias entre a capa do Ministério da Saúde e a capa da Web Rádio Saúde, entretanto as principais manchetes eram diferentes. Já na quarta-feira, há a repetição da mesma notícia nas três páginas analisadas. O conteúdo das notícias repetidas é o mesmo, entretanto na Web Rádio Saúde ele sofre modificação para se adequar ao padrão de notícias postadas na página rádio, em formato de script de rádio, com marcação de locução e entrevistado (Anexo A – Fig. 4).

Um fato peculiar, constatado durante a semana construída, é de que há um maior número de notícias principais (no Gráfico 2, divididas em dois tipos de conteúdos de manchetes) de assessoria de imprensa nas páginas da Web Rádio Saúde e da capa do *site* do Ministério do que na página Sala de Imprensa, produto específico das assessorias de imprensa voltado ao ambiente on-line.

Ainda referente ao conteúdo da Web Rádio Saúde, mas traçando uma relação somente entre a página da rádio e da parte sonora, percebe-se que não há relação entre as notícias veiculadas por áudio no *streaming* da Web Rádio Saúde e as notícias do *site*. Não ocorre essa semelhança, pois a rádio não transmitiu em nenhum dos programas, durante a semana construída, notícias que estavam atualizadas na capa e na seção “Últimas Notícias” do *site* da

rádio. Entretanto, percebe-se que há notícias atualizadas no *site* disponíveis para *download* do áudio. Sendo assim, a Web Rádio Saúde e seu *site* não compartilham as mesmas hierarquizações de conteúdo, mas há disponibilização de conteúdo atualizado ao ouvinte-internauta. A comprovação dessa afirmativa se faz na comparação dos dados apontados pelos gráficos: no primeiro, onde é visto somente o conteúdo sonoro da rádio, percebe-se a predominância de notícias de Jornalismo de Saúde, no segundo gráfico fica exposta a preponderância do conteúdo de assessoria de imprensa na página da Web Rádio Saúde. Essa discrepância entre os dados é a principal mostra de que não há ligação entre os conteúdos noticiosos, sonoro e textual, da rádio.

7 Considerações Finais

Após a realização da pesquisa, é conveniente ressaltar que a Web Rádio Saúde difere em seu conteúdo convergido, transmitindo em seu áudio mais conteúdo de jornalismo de saúde, porém em seu *site* é encontrado mais conteúdo de divulgação de assessoria de imprensa.

A rádio prioriza em seu áudio informativo o jornalismo de saúde, assim como promete em sua descrição, mas bombardeia seu ouvinte com muita música e diversos spots das campanhas do Ministério da Saúde. No entanto, como parte integrante e produto de assessoria de imprensa, a rádio divulga e viabiliza a retransmissão de seu conteúdo de interesse por meio de seu *site*, que mostra-se mais voltado à divulgação do Ministério e suas campanhas do que à transmissão de jornalismo científico, pois permite o *download* de suas notícias e também as posta com marcações do que é, ou deve ser texto do locutor e das fontes, para uma possível transmissão sem a utilização de *download*. Entretanto a rádio não se adapta às características do ouvinte-internauta, por não disponibilizar ao vivo essas informações.

Outra ação percebida na análise é o não seguimento da programação proposta, o que pode atingir a fidelização do público. A Web Rádio Saúde se propõe, estrutura e divulga sua programação de uma maneira, porém sua transmissão é feita de maneira quase totalmente oposta, num sistema relógio aparentemente aleatório.

Além disso, não fica clara a ligação entre a Web Rádio Saúde e sua página. A principal comprovação é o fato de que não houve a transmissão de nenhuma notícia atualizada do *site*. Entretanto, esse argumento também induz ao fato de a rádio abusar nas repetições de notícias, que ocorrem durante o mesmo dia, mas também, e de maneira mais concreta, em todos os dias analisados. As mesmas notícias foram repetidas diversas vezes durante a semana

construída, demonstrando a falta de atualização do conteúdo da rádio e sua disparidade com o site, que esteve em constante atualização.

Entretanto, sob outra percepção, as diferenças entre o conteúdo da Web Rádio Saúde e sua página podem surgir por uma diferenciação de públicos entre ambas. No site, que volta-se ao conteúdo de assessoria, pode ser prioridade o público de jornalistas, e na rádio, onde não há uma programação sendo seguida e cuja principal marca é a repetição de conteúdos e campanhas e o fundo musical, o público variado dos profissionais e funcionários de saúde ajustam-se como alvos.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

BRASIL. Ministério da Saúde. **DETALHAMENTO DA PROGRAMAÇÃO**. Disponível: <http://www.webradiosaude.com.br/saude/detalhamento.php> Acesso em: 02 jun. 2011.

BUFARAH JR., Á. Rádio na Internet: Convergência de possibilidades. In: XXVI INTERCOM – CONGRESSO BRASILEIRO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO. Belo Horizonte (MG), 09/2003. **Anais do XXVI INTERCOM – Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação**. São Paulo: Intercom, 2003. CD.

BURKETT, W. **Jornalismo Científico**: como escrever sobre ciência, medicina e alta tecnologia para os meios de comunicação. Rio de Janeiro: Forense Universitaria, 1990.

CALABRE, L. **A era do rádio**. 2. ed. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Ed., 2004.

CALDAS, G. **Relacionamento Assessor de Imprensa/Jornalista**: somos todos jornalistas! In: DUARTE, Jorge (org.). **Assessoria de imprensa e relacionamento com a mídia**. 2ª Ed. São Paulo: Atlas, 2008.

CALVO HERNANDO, M. **Periodismo Científico**. Madrid: Editorial Paraninfo, 1992.

CEBRIÁN HERREROS, M. **Información Radiofónica**: Mediación técnica, tratamiento y programación. 1.ed. Madrid: Síntesis, 2001

CEBRIÁN HERREROS, M. **Modelos de radio, desarrollos e innovaciones**. 1.ed. Madrid: Editora Fragua, 2007.

DUARTE, J. (org.). **Assessoria de imprensa e relacionamento com a mídia**. 2.ed. São Paulo: Atlas, 2008.

ERBOLATO, M. **Jornalismo especializado: emissão de textos no jornalismo impresso**. São Paulo: Atlas, 1981.

FERRARETTO, E. K.; FERRARETTO, L. A. **Assessoria de imprensa: teoria e prática**. 5.ed. São Paulo: Summus, 2009.

FRANCISCATO, C. E. **As novas configurações do jornalismo no suporte *on-line***. Revista de Economía Política de las Tecnologías de la Información y Comunicación - www.eptic.com.br, v.6, n.3, 2004.

FREIRE, M. **Transmissões de áudio pela internet: um mapeamento preliminar**. Mimeo.

HERSCOVITZ, H. G. **Análise de Conteúdo em jornalismo**. In: LAGO, C.; BENETTI, M. **Metodologia de Pesquisa em Jornalismo**. 1.ed. Petrópolis: Vozes, 2007.

KISCHINHEVSKY, M. **Cultura da portabilidade: Novos usos do rádio e sociabilidades em mídia sonora**. Observatorio (OBS*), v. 3, p. 223-238, 2009.

LAGO, C.; BENETTI, M. **Metodologia de Pesquisa em Jornalismo**. 1.ed. Petrópolis: Vozes, 2007.

LOPEZ, D. C. **Radiojornalismo hipermidiático**. Covilhã: LabCom Books, 2010.

MARTINEZ, M. R. E. **Implantando e administrando uma assessoria de imprensa**. In: DUARTE, J. (org.) **Assessoria de imprensa e relacionamento com a mídia**. 2ª Ed. São Paulo: Atlas, 2008.

MEDITSCH, E.; ZUCULOTO, V. (org.). **Teorias do Rádio**. Florianópolis: Insular, Vol. II, 2008.

MIELNICZUK, L. **Características e implicações do jornalismo da Web**. Tese doutoral. Universidade Federal da Bahia, 2001.

MONTEIRO, G F. **A notícia institucional**. In: DUARTE, J (org.). **Assessoria de imprensa e relacionamento com a mídia**. 2ª Ed. São Paulo: Atlas, 2008.

ORTIZ, M. Á. ; VOLPINI, F. **Diseño de programas en radio: guiones, géneros y fórmulas**. 1ª ed Madrid: Espasa Libros, 1995.

PRATA, N. **Webradio: novos gêneros, novas formas de interação**. In: XXXI INTERCOM – CONGRESSO BRASILEIRO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO. Natal (RN) 09/2008. **Anais do Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação**. São Paulo: Intercom, 2008. CD.

PRIETO, I. **Programación radiofónica y espacios informativos**. 2001, 1ª ed, República Bolivariana de Venezuela, La Universidad del Zulia, Facultad de Humanidades y Educación, 2001.

REGO, F.G. T. do. **Comunicação empresarial, comunicação institucional**: conceitos, estratégias, sistemas, estrutura, planejamento e técnicas. São Paulo: Summus, 1986.

RODRÍGUEZ, K. B. **Os formatos publicitários no rádio**. In: MEDITSCH, E.; ZUCULOTO, V. (org.). **Teorias do Rádio**. Florianópolis: Insular, 2008, v.2.

TRAQUINA, N. **Teorias do Jornalismo**. 2. ed. Florianópolis: Insular, 2008, v. 2.

ANEXO A – Figuras: páginas do site do Ministério da Saúde

The image shows a screenshot of the Web Rádio Saúde website. The browser address bar displays "www.webradiosaude.com.br/saude/". The website header features the "Saúde Ministério da Saúde" logo and a search bar. Below the header is a navigation menu with categories like "Cidadão", "Profissional e Gestor", "Sobre o Ministério", "Sobre o SUS", and "Imprensa". The main content area is divided into several sections:

- REDE CEGONHA | 19/04**: A featured article titled "Programa vai combater violência contra mulher" with a circular logo and a brief description of the program's goals.
- PÁSCOA**: A section titled "Chocolate amigo da saúde".
- REDE CEGONHA**: A section titled "Amazônia Legal e o Nordeste vão receber as primeiras ações do programa".
- COMBATE À DENGUE**: A section titled "Governos libera R\$4 milhões para o Ceará".
- DENGUE**: A section titled "Casos graves da doença caem em 69% no primeiro trimestre de 2010".

Below these sections are several promotional banners for "COMBATE À DENGUE NAS CIDADES" and "ESPECIAL PARA DENGUE MATA". A "ÚLTIMAS NOTÍCIAS" section lists various health-related news items with dates from 21/04/2011. At the bottom, there is a "Rádio INCA" section with information about cancer prevention and a "Transparência Pública" logo.

Figura 1: Página da Web Rádio Saúde



Figura 2: Streaming da Web Rádio Saúde

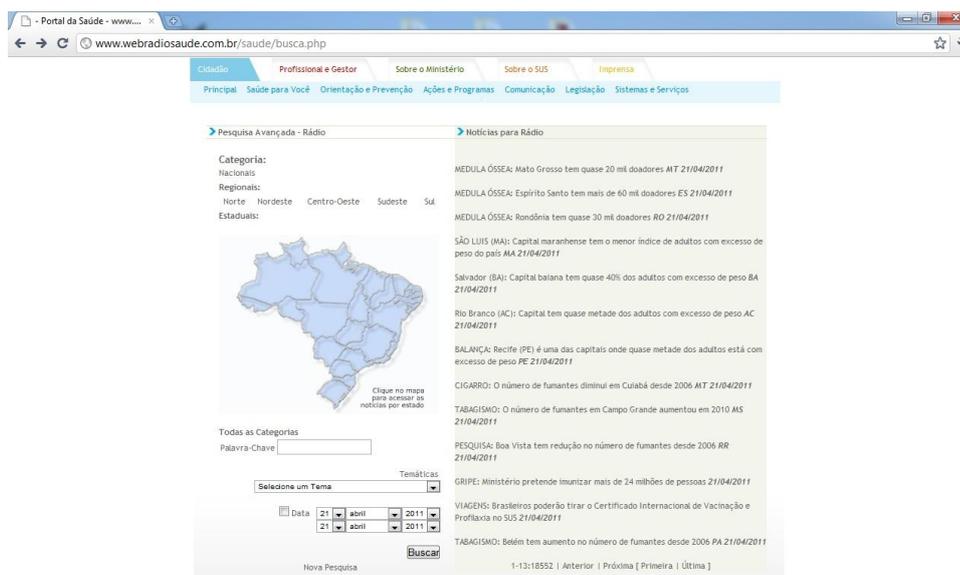


Figura 3: Ferramenta de busca da Web Rádio Saúde

The screenshot shows a web browser window with the URL www.estacaodoradio.com.br/saude/visualizar.php?codigo_noticia=PDMS110541. The page header features the 'saúde Ministério da Saúde' logo and a search bar. Below the header, there are navigation tabs for 'Cidadão', 'Profissional e Gestor', 'Sobre o Ministério', 'Sobre o SUS', and 'Imprensa'. A secondary navigation bar includes links for 'Principal', 'Saúde para Você', 'Orientação e Prevenção', 'Ações e Programas', 'Comunicação', 'Legislação', and 'Sistemas e Serviços'. The main content area displays four icons: 'IR PARA A HOME DA RÁDIO', 'OUÇA AO VIVO', 'BUSQUE NA RÁDIO', and 'PROGRAMAÇÃO'. The article title is 'REDE CEGONHA: Programa vai combater violência contra mulher', dated 20/04/2011. Below the title, there are options for 'Versão para impressão' and 'Baixar o áudio' (1076.23 kbytes). The article text includes a quote from the Minister of Health, Alexandre Padilha, regarding the 'REDE CEGONHA' program and its focus on combating violence against women during pregnancy.

20/04/2011

REDE CEGONHA: Programa vai combater violência contra mulher

Versão para impressão Baixar o áudio -- 1076.23 kbytes

Tempo do áudio - 1min08seg

LOC/REPÓRTER: O combate à violência sofrida por gestantes durante a gravidez até o parto é uma das prioridades do Ministério da Saúde. A afirmação foi feita pelo ministro Alexandre Padilha durante apresentação do programa Rede Cegonha a representantes de países da América do Sul. Na ocasião, o ministro citou pesquisa da Fundação Perseu Abramo que revela grande incidência de maus-tratos a grávidas. De acordo com o estudo, 27% das mulheres relatam algum tipo de violência durante o período de gestação. Alexandre Padilha ressaltou que o programa visa o cuidado integral às mães e aos bebês.

TEC/SONORA: Alexandre Padilha - ministro da Saúde

"Esse é um direito que toda mulher e toda criança tem e o SUS tem que garantir esse direito, com a rede que articula, da unidade básica de saúde, passando pelo hospital, passando pelo transporte seguro, até a de terapia intensiva, e depois a volta dessa criança à unidade básica de saúde."

LOC/REPÓRTER: Outro assunto mencionado pelo ministro da Saúde, no evento, foi a situação dos mamógrafos no País. Ele anunciou que o Ministério da Saúde vai iniciar, a partir de maio, uma força tarefa para verificar as condições dos equipamentos distribuídos na rede pública.

Reportagem, Alexandre Souza

< Voltar

Figura 4: Matéria da Web Rádio Saúde

The image shows the homepage of the Brazilian Ministry of Health website. At the top, there is a navigation bar with the logo 'Saúde Ministério da Saúde' and 'BRASIL'. Below this is a search bar and a menu with categories like 'Cidadão', 'Profissional e Gestor', 'Sobre o Ministério', 'Sobre o SUS', and 'Imprensa'. The main content area is divided into several sections:

- SAÚDE EM DESTAQUE:** A large banner for 'SEMANA 18 JUNHO PARA CRIANÇAS MENORES DE 5 ANOS'.
- SAÚDE NAS REDES:** Social media icons for Twitter, Facebook, YouTube, and others.
- WEB RÁDIO:** A section for live audio streaming.
- NOTÍCIAS:** A news section with a headline 'Secretarias de Saúde das cidades-sede discutem preparativos para Copa 2014'. Below it are several smaller news items, including 'Brasil participa de encontro mundial para discussão sobre Aids' and 'SUS mobiliza todo o país para vacinar crianças contra paralisia infantil e sarampo'.
- TRANSPARÊNCIA:** A section with links to 'Sala de Situação em Saúde', 'Consulta Pública', 'Licitação e Processo de Contas', 'Contratações Participativas', and 'Repasse Municipais'.
- LIRAA 2010:** A section for the 'LIRAA 2010 DENGUE MATA' campaign, featuring a map of Brazil and a link to 'Mapa mostra a presença do mosquito da Dengue no País'.
- ACÓRDÃO Nº 16/2010:** A section for a government decree regarding the evaluation of health actions.
- ESPECIAL:** A section for 'Entenda a Dengue' with a graphic of a mosquito.
- CD-ROM DA DENGUE:** A section for a CD-ROM about dengue, with a link to 'PROFISSIONAL DA SAÚDE'.
- SAÚDE É BOM SABER:** A section with a video thumbnail and the text 'Como manter hábitos saudáveis?'. Below it is the 'OUIDORIA' section, which is a space for suggestions and complaints.
- GESTÃO DE PESSOAS NO MS:** A section for 'Gestão de Pessoas'.
- SECRETARIAS:** A vertical sidebar on the right listing various health services like 'SAMU 192', 'MAIS SAÚDE', 'Farmácia Popular', 'Saúde da Família', 'Década de ação para a segurança no trânsito', 'Combate à Dengue', 'Brasil Sorridente', and 'UPA 24 horas'.
- 14ª CNS:** A section for the '14ª Conferência Nacional de Saúde'.
- REDE CEGONHA:** A section for the 'PROCESSO DE ADESAO COMECE POR AQUI'.
- BOLSA FAMÍLIA:** A section for 'Informe Alimentação e Nutrição'.
- CEBAS:** A section for 'Recadastre E OU CADASTRE SUA ORTODONTIA AQUI'.

At the bottom of the page, there is contact information for the Ministry of Health, including the phone number 'DISQUE SAÚDE 0800 61 1997' and logos for 'DATASUS PDTI 2010 - 2013', 'Transparência Pública', and 'AAA Acreditação'.

Figura 5: Capa do site do Ministério da Saúde

Portal da Saúde - www.Sa...
portal.saude.gov.br/portal/saude/imprensa/default.cfm

Saúde
Ministério da Saúde

BRASIL

Busca OK Temas mais acessados mapa do site | fale conosco | links de interesse

Cidadão Profissional e Gestor Sobre o Ministério Sobre o SUS **Imprensa**

Sala de Imprensa

> NOTÍCIAS

Brasil avança no combate ao tabagismo, mas fumo ainda é desafio para saúde pública

Proibição de propaganda, aumento de impostos e advertências nos maços de cigarro reduzem índice de fumantes. Governo amplia em 43% verba para tratar dependente

Veja Também:

- Brasil é signatário de tratado internacional
- País tem queda importante no número de fumantes
- Fumo aumenta chance de morte por doença respiratória

Ministério capacita médicos e enfermeiros da rede privada para o diagnóstico precoce de dengue

Consea acompanhará acordos para redução de sódio e gordura nos alimentos

Rede Cegonha é a principal estratégia para redução de mortes maternas

Ampliação do acesso e qualificação dos cuidados materno-infantil serão reforçados pelo governo federal. Brasil já avançou nas estatísticas: óbitos maternos reduziram 56% dos últimos 18 anos

Saúde divulga resultados de sífilis e HIV em população indígena sexualmente ativa

Em três anos, projeto inédito testou 45 mil índios que vivem em aldeias (representando 54,7% da população indígena do Amazonas e Roraima). Meta é levar o teste para outras comunidades indígenas

Sala de Imprensa | Agenda da Saúde | Comunicados | Reportagens Especiais **Mais notícias**

> AGENDA DO MINISTRO

Quinta-feira, 09 de Junho

Agenda da ministra interina Márcia Amaral

Despachos internos

* Agenda sujeita à alterações

> FALE COM A ASSESSORIA

Telefones: (61) 3315-3580 / 2351
Fax: (61) 3315-0000
E-mail: jornalismo@saude.gov.br
Endereço: Esplanada dos Ministérios, Bloco G, 5º andar, sala 546, Brasília (DF)
CEP: 70000-000

Expediente e contatos por área

Arquivo para impressão (PDF)

*Configure paisagem e imprima frente e verso

> RÁDIO SAÚDE

WÉBRÁDIO SAÚDE

- Ouça ao vivo
- Acesse notícias

> ESPECIAL

Entenda a Dengue

> BANCO DE IMAGENS

Pesquise, abra, copie e reproduza fotos por evento

> ARTIGOS E ENTREVISTAS

SAÚDE

A gripe pandêmica não conhece fronteiras

O nó da Saúde está na emergência dos hospitais - José Gomes Temporão

Lei Seca: um basta às mortes violentas no trânsito - José Gomes Temporão

Mais artigos e entrevistas

DISQUE SAÚDE 0800 61 1997
Ministério da Saúde
Esplanada dos Ministérios - Bloco G - Brasília / DF
CEP: 70058-900

DATASUS PDTI 2010 - 2013
Plano Diretor de Tecnologia da Informação

Transparência Pública

AAA
Acreditação
ACQUER/BRASIL

Figura 6: Página Sala de Imprensa