

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
15 de outubro a 19 outubro de 2012**

AS CARACTERÍSTICAS DO RÁDIO ANTENA QUE AINDA PERSISTEM NO FAZER RÁDIO NOS DIAS ATUAIS: UMA ANÁLISE DO PROGRAMA REPÓRTER ESPORTIVO

LUCAS MICHELON

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

Prof. Débora Cristina Lopez Freire
Universidade Federal de Santa Maria
Orientadora

Prof. Karen Kraemer Abreu
Universidade Federal de Santa Maria
Coorientadora

Prof. Gonzalo Prudkin
Universidade Federal de Santa Maria

Prof. Leonardo da Rocha Botega
CAFW - Colégio Agrícola de Frederico Westphalen - UFSM
(Suplente)

Frederico Westphalen, 15 de outubro de 2012.

As características do rádio antena que ainda persistem no fazer rádio nos dias atuais: uma análise do programa repórter esportivo.

Lucas Michelon¹
Débora Cristina Lopez²

RESUMO

O presente estudo busca averiguar as características do rádio tradicional que ainda persistem no fazer rádio nos dias atuais, mesmo com todo o avanço tecnológico e a migração do veículo para sítios na internet. Logo, o objetivo é analisar como tal migração esta se dando em relação a linguagem, estrutura e veiculação da informação. Assim, foi feito um estudo de caso sobre o Programa Repórter Esportivo. Os resultados principais destacam que o rádio na *web* carrega consigo fortes características do rádio antena, onde umas das únicas diferenças que podemos levar em conta é a disseminação da informação e a convergência de mídias.

Palavras-Chave: rádio; radiojornalismo; convergência; internet.

INTRODUÇÃO

O rádio vem passando por inúmeras modificações nas últimas décadas. Tudo isso está se dando pelo avanço tecnológico que a humanidade vem sofrendo, e o rádio não ficou fora de tais transformações. Com a inovação e a expansão da internet, o meio radiofônico, assim como vários outros meios de comunicação de massa, se modificou para atender às mudanças e aos avanços impostos pela tecnologia.

Mesmo sendo um dos primeiros meios de comunicação de massa, o rádio desde sua criação vem desempenhando papel fundamental na comunicação. Foi o primeiro que deu imediatismo à informação, podendo falar para milhões, como também podendo falar para cada indivíduo. No rádio as paisagens e afins são criadas dentro de nós mesmos. Tudo isso respeitando características bem específicas do meio de comunicação em questão.

Com a popularização da internet no Brasil na década de 90, muitos autores consideraram que o rádio corria sério risco de ser extinto. Mas o que ocorreu, e vem ocorrendo, é uma adaptação do meio de comunicação ao mecanismo internet, que foi instalado nas redações das emissoras. Assim, as rádios AM (amplitude modulada) e FM (frequência modulada) passaram a usar recursos como interatividade, hipertextualidade e memória, dentre outros meios que caracterizam o uso da *web*. Outro fato importante

¹ Acadêmico do 7º semestre do curso de Comunicação Social. Hab- Jornalismo da UFSM/Cesnors.

² Doutora, professora do Departamento de Comunicação Social da UFSM/Cesnors.

que veio em benefício das rádios com a implantação da internet e a criação de sítios nos ambientes virtuais, foi a quebra das barreiras geográficas, antes limitadas ao alcance da antena. Outro ponto forte que vale ser ressaltado, foi a possibilidade de convergir mídias, agregando assim ao áudio, textos, fotos e vídeos.

Com todo esse avanço, não há como negar que a internet modificou a maneira do consumir e do fazer rádio. A interatividade, por exemplo, sempre foi um ponto alto no rádio e agora é potencializado, com a internet. Com isso, o ouvinte tornou-se um receptor produtor de conteúdo.

O que se percebe é que o rádio na internet é uma combinação que incorpora elementos extras que fortalecem seu conteúdo agregando ao som elementos das demais mídias. Deixando de ter apenas o áudio como elemento central na disseminação da informação, mas mesmo assim mantendo a essência no som. O que se nota também é que as principais características do rádio tradicional, no que diz respeito à estruturação da notícia, linguagem e gêneros ainda persistem no rádio na *web*. À mudança está na forma de disseminação da informação que agora pode agregar outras mídias priorizando sempre o áudio.

O presente estudo busca analisar as características do rádio tradicional que ainda persistem no fazer rádio nos dias atuais mesmo com a expansão da internet. Para isso, foi feita uma análise de conteúdo em torno do programa Repórter Esportivo, veiculado de segunda a sexta-feira, das 17h às 18h30min, na Rádio Guaíba, AM 720 de Porto Alegre/RS. Também se realizou uma comparação do conteúdo do programa em questão com o conteúdo disponibilizado pela emissora em seu *site*. E assim, verificar como o veículo vem se adequando às novas tecnologias.

Para tal estudo, a metodologia de trabalho se fez valer de vários recursos teóricos. Para fomentar os conceitos e enriquecer o estudo, o presente artigo comungou de várias teorias defendidas por autores conceituados em relação ao tema tratado. Tendo como unidade de amostra cinco programas que foram ao ar nos dias 28 de novembro de 2011 a 02 de dezembro de 2011. Para facilitar a análise, foi elaborada uma ficha, onde foram depositados os dados pesquisados. Os itens que compõe essa ficha foram escolhidos de acordo com o que se pretendia buscar e constatar no presente estudo em questão.

Com isso, chegamos a conclusão de que a hipótese inicial de que o rádio na *web* ainda tem, no que diz respeito a estruturação da notícia, linguagem e gêneros, características fortes do rádio antena. Uma das poucas diferenças encontradas é na

disseminação da informação e na convergência de mídias. Assim, confirmando parcialmente a hipótese levantada inicialmente pelo presente estudo. Logo podemos comentar que mesmo sem saber ao certo os rumos que essa migração do rádio para a internet irá tomar as emissoras por sua vez, podem desde já investir nas rádios *Web*, como uma maneira de aumentar a audiência e oferecer a seu público uma programação segmentada agregada a outras mídias sem que o som deixe de ser o fio condutor da informação.

1 AS CARACTERÍSTICAS CLÁSSICAS DO RÁDIO ANTENA

O meio rádio, desde sua criação, vem desempenhando papel fundamental na comunicação, pois foi o próprio meio quem deu imediatismo à notícia. Tudo isso devido à possibilidade da divulgação dos fatos, praticamente no exato momento em que ocorrem. Ortriwano (1985) destaca que a consequência disso permitiu que o homem se sentisse participante de um mundo muito mais amplo do que aquele que estava ao alcance dos seus órgãos sensoriais. Com isso, tornou-se possível saber o que está acontecendo ao redor do mundo, através da nossa capacidade auditiva.

O veículo rádio possui características como instantaneidade, a simultaneidade e a rapidez. Todas essas contribuem assim para fazer do rádio o melhor e mais eficaz meio a serviço da transmissão de fatos atuais. Em vista de tudo isso, é fácil concluir que o rádio é o meio informativo mais adequado. (PRADO 1989, p. 18).

Juntamente com tais características citadas por Prado (1989), Mcleish (2001) enumera também que o rádio pode falar para milhões, pois o termo radiodifusão indica a dispersão da informação produzida, que abrange cada lar, vila ou cidade e país que esteja ao alcance do transmissor. Também pode falar para cada indivíduo, pois diferentemente da televisão onde você está observando algo que sai de uma caixa, as paisagens do rádio são criadas dentro de nós, podendo ter impactos e envolvimento maiores; assim cada um forma o seu cenário próprio. Por conta disso seu público é bastante heterogêneo.

A simplicidade na produção se sobressai aos outros meios. Pois a unidade básica compreende a uma pessoa com um gravador, ou até mesmo, com um celular fazendo intervenções ao vivo na programação, em vez de uma equipe com luzes, câmeras e gravadores de áudio e vídeo, como ocorre na TV. Desta maneira, o meio em destaque baixa os custos de produção, e aumenta a velocidade da informação, características

fundamentais do rádio. A natureza efêmera ou fugacidade, que diz respeito à atenção do ouvinte, ou seja, se o mesmo não estiver ali para ouvir o noticiário perderá a informação, pois o rádio tradicional não dispõe de memória para o armazenamento de dados. O que faz com que o rádio tenha uma personalidade própria, e torna a seleção de notícias bem mais criteriosa.

Mesmo sendo um meio de comunicação de massa, uma das principais deficiências do meio rádio, apontada por Brecht (2005) é que o rádio é unidirecional (uma só via) o que retarda a interatividade. Brecht (2005, p. 42) destaca que “[...] uma proposta para mudar o funcionamento do rádio é preciso: transformar o rádio, convertê-lo de aparelho de distribuição em aparelho de comunicação”. Com isso, o público passaria de mero receptor, para receptor produtor de conteúdo, deixando de ser apenas instruído para instruir, ajudando a produzir um meio que realmente transmita os interesses e necessidades da sociedade na qual está inserido.

Outra característica que marca o rádio em sua essência, é a sua segmentação a partir do início dos anos 60 no Brasil, quando surgem as rádios FM (Frequência Modulada), o que gera uma maior qualidade de som, deixando-o mais limpo e com maior alcance. As duas caras do rádio passam, a partir de então, a serem AM (Amplitude Modulada), informação, e FM, entretenimento³. Ortriwano, (1985, p. 96) em relação às rádios AM e FM, argumenta que “[...] as emissoras que dão maior destaque à informação, são as que transmitem em AM (Amplitude Modulada – Ondas Médias). No extremo oposto, as FM (Frequência Modulada), geralmente apenas cumprem a lei no que diz respeito aos programas jornalísticos”. Desta forma as emissoras FM, usam da informação em suas programações apenas como apêndices, ou seja, para cumprir a lei⁴. Em contrapartida, nas emissoras AM, a informação constitui a “espinha dorsal” da programação. Mas algumas mudanças vêm ocorrendo, a partir do processo de digitalização da informação, impulsionado pela popularização das novas tecnologias.

Com a participação do rádio analógico no ambiente da convergência midiática, por intermédio da internet, e com o processo de digitalização do rádio em estudo,

³ Atualmente essa realidade é um pouco distinta. Pois as emissoras em AM, vem dando espaço para o entretenimento, bem como, as emissoras em FM vem agregando em suas programações informações, ultrapassando os apenas 5% de programas noticiosos que a lei determina.

⁴ A Lei nº 4.117, de 27 de agosto de 1962, do Código Brasileiro de Telecomunicações, determina, em seu Capítulo V, art. 38, letra *h*: “as emissoras de radiodifusão, inclusive televisão, deverão cumprir sua finalidade informativa, destinando um mínimo de 5% de seu tempo para a transmissão de serviço noticioso”.

algumas características básicas do rádio tradicional vêm sofrendo mudanças significativas. Del Bianco (2009) destaca que esta migração implica em mudanças na produção radiofônica e na distribuição da mensagem, pois devido a essa convergência as mesmas informações podem ser distribuídas através de diferentes plataformas de rede (celular, internet), e das mais variadas maneiras (texto, imagens, vídeo, som, de forma interativa ou não). Com isso, conclui-se que o caráter apenas monomídia do rádio antenna tradicional vem caindo por terra. E, com a criação, por parte das emissoras, de sítios na internet, para hospedagem das produções através de *podcast* e similares, a fugacidade, antes vista como um dos grandes problemas do meio analógico vem encontrando solução no armazenamento dos dados com o uso da memória.

Mesmo sendo centenário sob impacto das novas tecnologias, o rádio vem se adequando a elas, ou adquirindo novos recursos. Mesmo assim, a instantaneidade, proximidade com seu público, com notícias de interesse local, continuam como características essenciais do rádio. Ainda que com o avanço tecnológico, o que se pode constatar também, é que boa parte da identidade do rádio, se dá pela especificidade de sua linguagem e estruturação noticiosa, não importando se a difusão da mensagem é feita de forma tradicional (AM, FM), via antenna, ou por outros suportes de transmissão como satélites e a própria internet.

2 GÊNEROS, LINGUAGEM E ESTRUTURA DA INFORMAÇÃO NO RÁDIO TRADICIONAL

É bem verdade que o rádio passou por inúmeras mudanças e adaptações com intuito de sobreviver aos impactos causados pelos avanços tecnológicos. Por consequência, conduziu a uma coabitação de gêneros e suportes multimídia no ciberespaço. Mas os principais gêneros radiofônicos que tornam o rádio um veículo comunicacional único ainda persistem. Barbosa Filho (2003) traça uma ampla caracterização dos gêneros e formatos jornalísticos no rádio:

1. Gênero jornalístico: nota, notícia, boletim, reportagem, entrevista, comentário, editorial, crônica, radiojornal, documentário jornalístico, mesas-redondas ou debates, programa policial, programa esportivo, divulgação tecnocientífica.
2. Gênero educativo-cultural: programa instrucional, audiobiografia, documentário educativo-cultural, programa temático.
3. Gênero de entretenimento: programa musical, programa ficcional, programete artístico, evento artístico, programa interativo de entretenimento.

4. Gênero publicitário: spot, jingle, testemunhal, peça de promoção.
5. Gênero propagandístico: peça radiofônica de ação pública, programas eleitorais, programa religioso.
6. Gênero de serviço: notas de utilidade pública, programete de serviço
7. Gênero especial: programa infantil, programa de variedades.

Dentro das classificações de gêneros apontadas por Barbosa Filho (2003), vale ressaltar que algumas modificações nessa nomenclatura vem ocorrendo devido a participação do rádio analógico no ambiente da convergência midiática, por intermédio da internet. Também é considerado que a linguagem e a estruturação da informação seguem padrões diferenciados de um gênero para o outro.

A linguagem no meio rádio é bastante particular. As informações para se adequarem ao meio radiofônico adquirem formas específicas, sendo assim, a estrutura gramatical de um texto para rádio deve buscar clareza e simplicidade expressiva, onde clareza é uma das principais características da redação radiofônica. Prado (1989) destaca dois pontos ao explicar porque a mensagem radiofônica deve ser clara e simples. A primeira é a diversidade do público, e a segunda, as diferentes situações da audiência. Observando esses conceitos, o objetivo da informação como mensagem radiofônica é manter o ouvinte a par de tudo aquilo que de interessante e atual ocorre em sua volta. Com isso, a linguagem além de simples e clara, deve utilizar a voz ativa, pois utilizar a voz passiva, no texto radiofônico, diminui o impacto da notícia por deslocar o foco de interesse do “quem” para o “quê”. Devido à instantaneidade da informação no rádio, uma das principais características do texto escrito para o meio rádio, é o presente como tempo verbal. Evita-se também plural, preferencialmente usa-se o singular, que bem utilizado, dá a mesma ideia de conjunto. Tudo em texto corrido e em ordem direta ordenando, se possível, a frase em sujeito + verbo+ complemento.

As percepções das formas e da linguagem sonora no meio rádio produzem uma leva de sensações e contribuem para a criação de imagens auditivas. Mas o que se nota, é que esta linguagem não é unicamente verbal, pois os efeitos sonoros, a música e a entonação também fazer parte da construção da linguagem radiofônica.

A linguagem radiofônica é o conjunto de formas sonoras e não sonoras representadas pelos sistemas expressivos da palavra, da música, dos efeitos sonoros e do silêncio, cuja significação vem determinada pelo conjunto dos recursos técnicos/expressivos de reprodução sonora e o conjunto de fatores que caracterizam o processo de percepção sonora e imaginativo-visual dos ouvintes. (BALSEBRE, 2005, p. 329)

Tais características num programa informativo trazem uma conotação simbólica de dinamismo, de novidade, de autoridade profissional e de credibilidade. Portanto, a linguagem radiofônica engloba a palavra, a música, o ruído e o silêncio, fatores que podem atuar isoladamente ou em conjunto, isso tudo com um texto estruturado de maneira simples que se aproxime de seu público.

Levando em conta que é a partir dos gêneros que se define a linguagem e a estrutura da informação, precisamos encontrar o verdadeiro conceito de notícia para fazermos uma estruturação da informação no meio radiofônico. Ortriwano (1985) considera a notícia a base de toda a atuação informativa, dependendo do tratamento que receba na elaboração da mensagem, a notícia pode apresentar-se:

- a) em sua forma pura, limitando ao relato simples do fato em sua essência;
- b) em sua forma ampliada, incluindo-se aí reportagens e comentários, tanto interpretativos como opinativos.

Desta maneira, os critérios e conceitos colocados por Ortriwano (1985), e considerando que o rádio tem um estilo todo próprio de veiculação da informação, a questão é como estruturar a narrativa da notícia, dentro dos conceitos apresentados pela autora, para facilitar o entendimento do ouvinte e conciliando a isso uma linguagem característica do meio dentro de um gênero específico. Sabemos que o rádio (antena) não dispõe de um espaço destinado à memória. O que faz com que o ouvinte esteja sempre atento, pois uma vez transmitida a informação ela não será repetida da mesma maneira. A não ser que haja uma reprise do noticiário, ou que ocorra uma redundância informativa. O que afeta diretamente a linguagem e a estrutura da informação, que tem que ser construída, de acordo, para que assim possa ser repedida.

Mas o que não pode ser negado, é que a estrutura da notícia radiofônica, também tem características próprias, que podem variar de um formato de programa para outro. Mas em geral, segue a regra de construção do lide, onde as notícias são desenroladas e transmitidas em ordem decrescente de importância respondendo às cinco perguntas básicas: Que? Quando? Onde? Como? Por quê? A estruturação do texto jornalístico para rádio tem suas características essenciais que o diferenciam, de certa forma, dos demais textos jornalísticos.

O texto jornalístico é um resumo que inicia sempre pelo aspecto mais importante do fato, hierarquizando os detalhes restantes (técnicas de pirâmide invertida). A notícia no rádio não é, entretanto, apenas correspondente do lide da imprensa escrita. Possui suas próprias características para abertura e desenvolvimento do texto e, em conjunto, deve responder às indagações clássicas do jornalismo (FERRARETO, 2001, p. 202)

Mesmo seguindo as regras básicas do texto jornalístico tradicional, com a estruturação em pirâmide invertida e lide, a notícia radiofônica segue padrões próprios em sua elaboração. Sua linguagem e estruturação devem apresentar o máximo de clareza, correção, concisão e vibração, para assim fisgar e manter a atenção dos ouvintes, que com frequência, dedicam-se a outras atividades enquanto ouvem rádio. Tais procedimentos promovem que este ouvinte compreenda com facilidade a informação no momento exato em que a escuta. Assim sendo, o texto escrito para o rádio, é um texto sonoro. Por isso, é necessário integrar todos os efeitos anteriormente citados, tendo também intensidade, volume, intervalo e ritmo, pois como ensina Balsebre (2005) a linguagem radiofônica é a representação artificial da realidade.

Com os avanços tecnológicos que modificam significativamente tais conceitos a partir do processo de migração do rádio para sítios na internet, boa parcela do público consumidor de rádio passou a ser definido por interesse, e não mais geograficamente. Pois a única exigência para o consumo do rádio, é uma conexão estável com a internet e compreender o idioma de origem da emissora. Assim, o jornalista tornou-se um mediador de conteúdo para seu ouvinte. O que gerou também uma modificação nos paradigmas do fazer notícia para o rádio nos dias atuais.

3 RÁDIO E INTERNET

Com a popularização da internet na década de 90 no Brasil, muitos deram a história do rádio tradicional como encerrada. Mas o que ocorreu na realidade foi a manutenção e crescimento do veículo nas casas brasileiras, como também uma adaptação do mesmo a nova tecnologia em questão. Sendo que essa adaptação ao “novo modelo” se deu pela implantação do suporte tecnológico chamado internet nas redações das rádios. O que fez com que as redações passassem a usar de recursos como a interatividade, hipertextualidade e a memória dentre outros elementos que caracterizam o uso da internet.

O advento da internet, porém, faz surgir uma nova forma de radiofonia, onde o usuário não apenas ouve as mensagens transmitidas, mas também as encontra em textos, vídeos, fotografias, desenhos, hipertextos. Além do áudio, há toda uma profusão de elementos textuais e imagéticos que resignificam o velho invento de Marconi. (PRATA 2008, p. 50).

O rádio na internet oferece maior possibilidade de segmentação, uma vez que é possível transmitir várias programações diferentes simultaneamente. Com a era digital as possibilidades para as rádios foram ampliadas. A digitalização permitiu a expansão do rádio antena, ou seja, a transmissão através das ondas de frequência AM e FM, passaram a estar disponíveis na internet, através das *webrádios* e da telefonia móvel. Ferrareto (2009), nessa mesma linha de raciocínio, enumera três etapas básicas no processo de radiodifusão a partir da convergência.

1) de início, o uso da internet para a transmissão do áudio das emissoras de rádio antes restrita apenas às ondas eletromagnéticas, com este tipo de veiculação gradativamente ocupando, com evidentes vantagens qualitativas, o lugar das antigas irradiações por ondas curtas;

2) a possibilidade de serem disponibilizados arquivos com trechos da programação que cresce em potencial à medida que a internet amplia seu raio de ação tanto em termos de quantidade de usuários quanto em velocidade de acesso;

3) a introdução do *podcasting*, forma de difusão pela rede mundial de computadores de arquivos ou séries de arquivos, mesclando em sua denominação o nome comercial *iPod*, do tocador digital de gravações em MP3 fabricado pela *Apple*, com a expressão inglesa *broadcasting*.

O que se percebe é que o rádio na internet é uma combinação que incorpora elementos extras que fortalecem seu conteúdo agregando ao som elementos de outras mídias como texto, vídeos e imagem, que servem como complemento da informação transmitida pelo próprio áudio. A internet também rompeu com as dimensões territoriais antes limitadas ao alcance das antenas de transmissão. Deste modo, o que se observa é que o rádio não deixou de ser rádio por essência, só incorporou novos recursos.

La ciberradio se expande con nuevas aportaciones y experimentaciones. Además de ser una redifusión de la radio tradicional en Internet con todas sus variantes, ha incorporado innovaciones como la interactividad, el cambio de la sincronía a la asincronía y otras mutaciones en los procesos comunicativos que la definen como una dimensión diferente, ha emprendido otras extensiones como la integración de nuevos sonidos, la introducción de herramientas como las redes de intercambios *P2P*, la *IPVoz*, la sindicación de las *RSS*, las webs y portales de audio, los *podcasting*. (HERREROS, 2009, p. 17)

As novas tecnologias além de potencializar o consumo, também modificam os gêneros e a linguagem jornalística no rádio. Tais mudanças continuarão a acontecer, com a segmentação do rádio devido a sua migração para a internet, assim possibilitando o uso de textos e imagens acompanhadas do som, já característico do rádio tradicional.

Desta forma, Prata (2008) aponta novos gêneros a partir da migração do rádio para a internet como: 1) E-mail; 2) Chat; 3) Entrevista on-line; 4) Vídeo-conferência; 5) Lista de discussão; 6) Endereço eletrônico; 7) Blog. Dentro desses novos gêneros traçados por Prata (2008) algum se agregam aos gêneros já existentes no rádio tradicional, outros vêm supostamente para substituí-los. Sendo que essa substituição é possibilitada devido ao suporte internet que já agrega aos novos gêneros os elementos das outras mídias, como o texto, fotos e vídeos, que veem para complementar a informação veiculada na antena que antes trazia apenas o áudio como meio de disseminação da informação.

Além dos avanços tecnológicos significativos, duas etapas marcam a história do rádio, do ponto de vista de sua linguagem. A primeira foi o advento da TV e, a segunda, acontece agora, com o surgimento da *webradio*, que aponta para um novo modelo de radiofonia. A linguagem radiofônica que se diferencia de um gênero para outro, vem também passando por modificações para se adaptar aos novos suportes. Com a digitalização do rádio as mudanças continuaram significativas, tornando a linguagem do rádio no suporte internet bastante híbrida.

No capítulo 1 desse artigo, citamos algumas características básicas do rádio tradicional. Prata (2008) destaca que a mídia rádio com o suporte internet, algumas marcas permanecem, mas outras perdem sentido e são reconfiguradas. A seguir apresentamos as características propostas pela autora relativizando e atualizando as características observadas no rádio na internet:

1. Linguagem Oral: Essa característica deixa de existir, pois a *webradio* é também textual e imagética. Este item já sofreu algumas mudanças, pois a linguagem oral passa a existir também na antena, mantendo uma relação com a linguagem multimídia que é adotada pela incorporação da *web*. Assim a linguagem oral deixa de ser exclusiva;
2. Penetração: Essa característica se expande, pois a *webradio* tem alcance mundial, podendo ser acessada em todo o planeta, onde haja acesso à internet;
3. Mobilidade: A *webradio* ainda se parece com o velho rádio dos anos 40, mas é uma questão apenas de tempo. Com certeza, brevemente o rádio na internet terá a mobilidade que possui hoje o aparelho receptor de ondas hertzianas. Este item também já sofreu

mudanças, pois atualmente já há essa mobilidade propiciada pelo suporte de internet em celulares e a popularização do 3G, e em breve do 4G;

4. Baixo Custo: A *webradio* ainda é inacessível para boa parte da população, excluída digitalmente. Com o tempo, também se espera que a *webradio* tenha tão baixo custo quanto o receptor tradicional. Hoje em dia com a popularização dos telefones móveis com acesso à internet os custos baixaram significativamente;

5. Imediatismo: Essa característica se mantém na *webradio*;

6. Instantaneidade: Essa característica ganha novidades na *webradio*, pois os arquivos, tanto de áudio quanto de vídeo, permitem o acesso posterior do usuário. Essa característica é ampliada podendo disponibilizar imagens, textos, e sons em tempo real;

7. Sensorialidade: Essa característica permanece apenas com relação ao aspecto sonoro da *webradio*. No tocante aos recursos textuais e imagéticos, a sensorialidade perde o sentido. Algumas observações também podem ser feitas em relação a esse item. A sensorialidade na verdade não se perde ela passa a dialogar com as agregações possibilitadas pelo caráter multimídia do rádio na internet;

8. Autonomia: A *webradio* ainda é presa a fios e tomadas, mas o emissor pode falar a toda a sua audiência como se estivesse falando com cada um em particular.

Mesmo que todo o potencial do rádio na internet ainda não tenha sido explorado, mas com o avanço que vem ocorrendo, podemos apontar que o futuro do rádio é na internet. Se isso se confirmar, as próximas gerações vão ouvir rádio num suporte em que o som vem acompanhado de textos, imagens e vídeos possibilitando uma interação mútua. Em relação a esse ponto Barbeiro e Lima (2001) colocam que, com o advento da internet, os aparelhos de rádio e de televisão, como conhecemos hoje, irão desaparecer e migrarão para o computador.

Mesmo que não esteja bem definido o rumo que essa convergência irá tomar, proporcionada a partir da migração do rádio para internet, as emissoras por sua vez, podem investir na *webradio* como uma forma de ampliar a audiência, oferecendo ao público, cada vez mais exigente, uma programação segmentada e especializada, com a possibilidade de escolher o programa que deseja ouvir em qualquer hora do dia e em qualquer parte do mundo, com a utilização da memória com o uso de *podcast* ou similares, que funcionam como arquivos de áudios disponíveis ao usuário.

O rádio, entre os veículos de comunicação de massa tradicionais, pode se dizer que é o que mais possibilita a interação com o ouvinte, interação essa que vem de décadas, pois o rádio incentiva a participação do ouvinte através da telefonia fixa e

móvel. Mas essa interação vem se adaptando ao suporte internet presente nas redações. Com isso, a interatividade com a emissora passou também a ser feita através de *links* sugerindo informações, email, chats, fóruns e redes sociais.

As rádios conseguiram ampliar sua cultura do diálogo com os ouvintes a relações com qualquer pessoa da sociedade civil, ouvinte ou não da emissora, para ampliar sua capacidade de intercomunicação com os usuários da rede. Buscaram um lugar para estarem presentes nelas e serem seguidas pelos usuários das redes e, além disso, estarem atentas a tudo o que se relata e sobre o que se opina nelas para incluir em suas transmissões como fontes, uma vez verificada sua veracidade, validade e interesse. Uma plataforma converte-se em apoio e reforço da outra. (CEBRIÁN HERREROS, 2011, p. 98)

Sendo que com tal interatividade as rádios também percebem uma maior possibilidade de incrementar sua programação às necessidades dos ouvintes, tornando os usuários participantes. Assim, o que se observa é que a interatividade se tornou, não só uma das características principais do rádio na internet, mas também uma ferramenta útil às emissoras radiofônicas que fazem essa canalização de conteúdo.

4 PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS

Trata-se de uma análise de conteúdo em torno do programa radiofônico Repórter Esportivo, veiculado na Rádio Guaíba, AM 720, Porto Alegre, Rio Grande do Sul. Com essa análise, pretende-se fazer um levantamento das principais características do fazer rádio no modelo tradicional que ainda persistem nos anos atuais, mesmo com todo o avanço tecnológico que vem se observando.

Para atender os objetivos estipulados pelo presente trabalho, a metodologia faz se valer de vários recursos teóricos. Para fomentar os conceitos e enriquecer o estudo, o presente artigo comunga das teorias estudadas e defendidas por autores como Gisela Swetlana Ortriwano (1985), Emilio Prado (1989), Luiz Artur Ferraretto (2001), Eduardo Meditsch (2005), Barbosa Filho (2003) que tratam das características do jornalismo radiofônico, bem como, da estruturação da informação e da linguagem no rádio tradicional. Para maior embasamento teórico, vários outros estudiosos do assunto foram consultados, de modo que também serviram de referências na construção da análise e elaboração do trabalho proposto.

O presente estudo fez uma análise de conteúdo em torno do programa Repórter Esportivo, da Rádio Guaíba, o qual foi a unidade de amostra. O programa em questão

vai ao ar de segunda a sexta, das 17h00min às 18h30min, com a apresentação do jornalista Luiz Carlos Reche.

A amostra do conteúdo estudado equivale a cinco programas, que vão do dia 28 de novembro a 02 de dezembro de 2011. Os dias mencionados para coleta, foram escolhidos pelo fato de serem da semana Grenal, que marcou a última rodada do Campeonato Brasileiro 2011. Para facilitar a análise os programas foram gravados na íntegra. O programa Repórter Esportivo foi escolhido pelo fato de ser veiculado em uma emissora aberta, que possui um *site*, e vem aos poucos se adequando às novas tecnologias para divulgação da informação.

Para facilitar o andamento da pesquisa, uma ficha de análise foi elaborada. Observação e manutenção das principais categorias do rádio tradicional e cultura da convergência, foram as variáveis escolhidas para nortear a pesquisa, mas com possibilidades de surgirem outras durante o trabalho. Os demais itens que fazem parte dessa ficha foram escolhidos de acordo com o que se pretendia com o estudo em questão. Sendo que os mesmos se enquadraram em categorias previamente testadas e passíveis de replicação, empregando dessa forma, uma análise de conteúdo jornalístico quantitativa e qualitativa⁵. Pois de acordo com Herscovitz (2008) as duas formas se complementam para gerar inferências mais complexas e profundas.

As categorias e conteúdos pesquisados que integram a ficha de análise, foram conceituadas no corpus do artigo, com conceitos defendidos por autores já citados. Herscovitz (2008) ainda coloca que para codificar corretamente o conteúdo e evitar discrepâncias no resultado final, as categorias devem ser claras e definidas, as referências e codificações tem de ser fáceis de serem memorizadas e as amostras bem selecionadas.

Com as fichas em mãos começou o processo de tabulação dos dados. Feito, a tabulação pré análise, que serviu para um levantamento prévio do que poderia ser acrescentado ou modificado no próprio procedimento de análise foi efetuada. A mesma também serviu para uma melhor organização e sistematização das ideias propostas pelo estudo. Após a pré análise, foi feito um estudo minucioso dos dados. Com o estudo em mãos, começou o processo de interpretação, para assim consolidar os objetivos

⁵ Pesquisas quantitativas são especialmente projetadas para gerar medidas precisas e confiáveis que permitam uma análise estatística. Tem como objetivo descobrir quantas pessoas de uma determinada população compartilham uma característica ou grupo de características. Pesquisas qualitativas são exploratórias, estimulam os entrevistados a pensarem livremente. São usadas quando se busca percepções e entendimentos sobre a natureza geral de uma questão abrindo espaço para a interação. No artigo em questão os dois tipos de pesquisas foram utilizados pois ambas se complementam.

previstos, e constatarmos as verdadeiras características do rádio tradicional que ainda persistem no fazer rádio nos dias atuais. Como a coleta dos áudios analisados foi feita com antecedência e não se tinha os *prints* da página do *site* analisado, uma análise de busca no próprio *site* foi realizada, bem como, nas redes sociais da emissora e dos repórteres participantes do programa pesquisado.

5 ANÁLISE

Trata-se de uma análise de conteúdo em torno do programa Repórter Esportivo da Rádio Guaíba AM 720, de Porto Alegre/RS. A Rádio Guaíba entrou no ar no dia 30 de abril de 1957, com uma programação que variava entre o jornalismo, entretenimento e serviços. Em 1986 a Companhia Jornalística Caldas Junior foi vendida ao empresário Renato Bastos Ribeiro, e desde 2007 a emissora pertence à Rede Record. O programa analisado faz parte da grade de programação da emissora e é veiculado de segunda a sexta, das 17h às 18h30min, com a ancoragem do jornalista Luis Carlos Reche.

De acordo com Medeiros (2012) a produção do programa é feita por uma estagiária de jornalismo, eventualmente auxiliada por outro estagiário também de jornalismo. Trabalham no programa dez repórteres, sendo que, destes, cinco são diplomados em jornalismo, e um está com o curso de jornalismo em andamento. Dentre os dez repórteres normalmente um viaja quando um dos times de futebol da dupla Grernal joga fora de Porto Alegre. Também há um correspondente no estado do Rio de Janeiro. O Jornalista Rui Guilherme que reside no estado fluminense manda notícias referentes à Confederação Brasileira de Futebol (CBF), arbitragem e times cariocas. A amostra de conteúdo equivale aos dias 28 de novembro de 2011 a 02 de dezembro de 2011. Totalizando cinco programas num total de 6 horas e 52 minutos de áudios analisados.

Com a análise constatamos que o gênero informativo prevalece no programa (apêndice A). Nota; notícia; boletins e entrevistas são encontrados em todos os programas pesquisados, sendo que as notas, os boletins e as notícias são todos ao vivo. O que nós mostra numa soma total dos programas analisados, que 85,5% do conteúdo é ao vivo, e apenas 14,5% gravados. Já as entrevistas são gravadas e ao vivo, prevalecendo o modo ao vivo. Algumas entrevistas são feitas direto das salas de imprensa dos clubes em coletivas, outras entrevistas acompanham as notícias e os boletins. As notas e as notícias geralmente são transmitidas pelo âncora.

Em relação às reportagens só foi encontrado este formato jornalístico na segunda e na sexta-feira. O baixo número de reportagens pode ser explicado pelo fato do programa ser ao vivo e diário, dando assim prioridade ao factual e às notícias menos elaboradas, assim mantendo uma das principais características do rádio antena.

Mesmo as novas tecnologias ofertando uma leva de possibilidades para a ampliação do conteúdo, através da interatividade e da própria troca de informações, o *site* da emissora apenas retransmite na íntegra e ao vivo o áudio da antena, mantendo as características de veiculação e construção da informação tradicionais do rádio antena. Mostrando também que mesmo o rádio migrando para a internet o factual prevalecerá. Mesmo o gênero informativo prevalecendo, o opinativo também aparece com os comentários, estilo bastante encontrado em editorias de esporte. Os comentários aparecem ao longo das próprias notícias, notas, boletins, reportagem e entrevistas e são realizados pelo âncora e ao final dos programas através da participação do comentarista esportivo da emissora Edgar Pascoal Schimidt.

Outro formato do gênero opinativo encontrado foi o editorial, que é passado pelo âncora saudando e enaltecendo os repórteres e a própria emissora, no caso a Rádio Guaíba. O editorial foi encontrado na terça e quarta-feira, mas o que chamou a atenção foi que o editorial não é sobre esporte, editoria que o programa analisado trabalha, mas sim uma auto-promoção da emissora e dos repórteres do programa.

Uma das principais mudanças na emissora foi a sua inserção no mercado virtual com a criação do *site*. Mesmo assim, a tradição do conteúdo estruturado observando as características da antena foi mantida, dando prioridade ao esporte. Com isso, uma das características principais do rádio tradicional, o ao vivo e predomínio do factual também foram observados com maior frequência nos programas analisados (Apêndice B), sendo que o uso do gravador é apenas para veiculação de entrevistas que foram feitas fora do horário de veiculação do programa. O factual são as entradas ao vivo tanto dos repórteres quanto do âncora que trazem informações e algumas entrevistas. As entrevistas gravadas vem nas matérias e reportagens. Com essa inserção da emissora no meio virtual, a mesma passou a fazer uso do suporte internet para veicular seu conteúdo radiofônico diário na internet, disponibilizando-o no site da emissora (<http://www.radioguaiba.com.br/>) onde você clica no ícone ao vivo, localizado à direita, superior, assim vai abrir um servidor próprio da emissora onde você poderá ouvir toda a programação da rádio através da internet.

Com esse sítio na internet proporcionado pela emissora, o programa analisado teve toda sua retransmissão ao vivo e na íntegra via internet. Com isso, as limitações de espaço territorial antes proporcionada pelo rádio antena, agora não existem mais, sendo que para ouvir a Rádio Guaíba é necessário apenas uma conexão estável com a internet e que se saiba português, pois o conteúdo é brasileiro.

Mesmo havendo uma retransmissão na íntegra dos programas veiculados na antena no site, a emissora tenta usar dos adicionais que a própria internet lhe propicia. Como no rádio antena o único meio de transmissão é o meio sonoro, a emissora faz uso das outras mídias para veiculação e complementação das matérias veiculadas na antena e retransmitidas no *site*. De acordo com o apêndice C, constatamos que para complementar o som, textos e fotos foram postadas no *site*. Sendo assim, na terça e sexta-feira somente foi utilizado texto e fotos nas matérias do *site*, já em duas matérias (quarta e quinta) veiculadas no *site* com áudio, o áudio usado foi o mesmo utilizado pelo programa.

Na segunda-feira foi utilizado áudio de outros programas, para complementar a informação. Na soma dos dados de todos os dias da análise foi encontrado no *site* seis matérias veiculadas com texto, foto, e áudio, sendo que dessas seis, quatro utilizavam áudio de outros programas, e não o áudio editado do programa analisado. Também foram encontrados quinze matérias veiculadas com foto e texto, e sete apenas com texto. Lembrando que só foi buscado e analisado no *site*, as matérias veiculadas no programa analisado, para assim averiguarmos se a emissora utiliza-se de outras mídias para veiculação da informação no *site*, e se essas outras mídias agregam e complementam a informação.

Num balanço geral predominaram as matérias com texto e foto, gerando uma conclusão que o *site* não tem no áudio seu principal suporte, mesmo que transmita 24 horas por dia o que é veiculado na antena. Vale ressaltar também, que a maior parte das matérias transmitidas pelo *site* da emissora em textos, fotos e vídeos, vem de outros veículos do grupo, como o Jornal Correio do Povo e o Portal R7, o que nos leva a concluir que mesmo sendo um *site* de uma emissora de rádio, predomina o texto nas matérias veiculadas. Mesmo que a plataforma multimídia não seja explorada ao extremo no ambiente virtual da emissora, o uso de áudios que complementam a informação em algumas matérias, e o uso de fotos que vem num caráter informativo auxiliar na complementação da informação, tudo isso proporcionado pelo suporte internet, figuram de maneira significativa no *site* da emissora.

Uma das principais características, e apontada por muitos como sendo um problema para o rádio tradicional é a fugacidade. Muitos colocam a possível migração do rádio para plataformas na internet como sendo a solução para a questão. Como o programa analisado apenas teve sua retransmissão na íntegra no site, ele foi produzido observando as características do rádio antena. Desta forma, mesmo que haja essa retransmissão ao vivo do áudio da antena no *site*, as características do rádio tradicional se mantêm, pois assim como no áudio antena, o ouvinte-internauta não pode navegar pelo áudio, ou seja, ele não pode voltar a escutar, mas apenas consumir como se estivesse ouvindo o rádio convencional.

Com isso, a fugacidade e a redundância informativa também foram encontradas no programa em questão (Apêndice D). A fugacidade com chamadas para o *site* foi encontrada em todos os dias da análise, sendo que a mesma varia muito se levarmos em consideração o âncora do programa. De segunda a quinta-feira, onde o programa foi ancorado pelo jornalista Luis Carlos Reche, o mesmo teve apenas uma chamada para o *site* por dia. Já na sexta-feira onde o programa foi ao ar com apresentação de Rogério Bohlk, o mesmo teve sete chamadas para o *site*, sendo que todas as chamadas, independente do âncora, eram para votar em enquetes no *site*. As chamadas para o *site*, mesmo que tenham sido para votar em enquetes provocam uma interação do ouvinte com o *site*, e podem levar à exploração da memória, o que teria relação com a fugacidade, pois levam o ouvinte a navegar no *site* da emissora, onde com recursos de outras mídias, o mesmo pode encontrar as informações veiculadas na antena. As chamadas para o *site* apenas eram para votar. Nenhuma chamada para o site que levasse a alguma informação complementar foi constatada nos dias de análise.

Outra característica encontrada e que também tem variações de acordo com os repórteres e âncoras é a redundância informativa. Encontrada em todos os programas avaliados ela depende muito das características do próprio estilo de veiculação da informação por parte dos repórteres, pois alguns passam à informação retomando, ao fim, os pontos fortes da notícia. A redundância informativa, em especial, vem ao fim de cada edição trazendo uma retrospectiva das principais informações do próprio programa. Também com retransmissões de outros programas e repetições das principais notícias por parte do âncora ao fim dos boletins e reportagens, e também como já citado, por parte dos repórteres. Isso leva a crer que a redundância informativa deve ser mantida no rádio tradicional, e até mesmo repercutir mais no conteúdo em suportes

digitais, levando em conta que nem todo o ouvinte do rádio convencional vai acessar o *site*.

Para muitos a solução para o problema da fugacidade no rádio antena, seria sua migração para plataformas na internet, assim fazendo uso da memória os ouvintes poderiam ouvir o programa favorito a hora que quisessem. No *site* da Rádio Guaíba mesmo havendo áudios de matérias de outras editorias e até mesmo de esportes, não foi encontrado nenhum registro de áudios (na íntegra) referente aos programas analisados. O uso da memória vem predominantemente através do *Blaving*, rede social criada em 3 de fevereiro de 2011, que permite aos usuários enviar e receber gravações pessoais de outros contatos, uma espécie de “*Twitter* da voz”. Mesmo o *site* em si fazendo grande uso da memória com armazenamento de informações, na rede social referida, não foi encontrada nenhuma informação sobre os programas analisados. Pois o mesmo comporta no máximo dois minutos de áudio, o que faz que os áudios sejam bem limitados a boletins e notas breves. Mesmo assim, o *Blaving* pode ser considerado, mesmo sendo uma rede social, um fortalecedor da memória no *site*, pois armazena notícias de todas as editorias.

Reportagens especiais também são disponibilizadas em áudio no site, sendo que o mesmo vem na íntegra em um servidor próprio da emissora, mas que só pode ser ouvido no *site* sem a possibilidade de fazer *download*. Com isso, uma das potencialidades do rádio na internet, a memória, é bem explorada para programações menores, mas em relação ao programa analisados a exploração da memória deixa a desejar, pois nenhum programa foi encontrado na íntegra no *site*. O armazenamento das reportagens especiais faz com que o ouvinte possa ouvir o conteúdo antes somente transmitido na antena, quando julgar necessário no próprio site. Mas a existência de um suporte que permita o *download*, poderia ser um complemento na disseminação da informação, pois o ouvinte poderia baixar o arquivo em áudio do *site* e depois passar adiante sem a necessidade de entrar novamente no *site* toda vez que queira ouvir o conteúdo. Nas reportagens especiais também são encontrados vídeos, textos e fotos, funcionando como um canal multimídia, sendo atualizado com pouca frequência.

Em relação aos programas analisados apenas na quarta e quinta (Apêndice E) foram encontrados áudios que vinham para complementar as matérias. Os áudios vinham logo abaixo dos textos, através de um link (Anexo 1) que clicado fazia com que abrisse um servidor próprio da emissora que armazena os áudios, sendo que nesse caso os áudios veiculados eram os mesmos transmitidos no programa. Mesmo os áudios

utilizados sendo apenas de algumas entrevistas realizadas ao vivo durante o programa, isso caracteriza a utilização da memória. Sendo assim, com a análise apenas do programa não podemos tirar uma conclusão exata em relação à utilização da memória, pois observamos que no *site* várias outras matérias de outras editorias são armazenadas na memória, com a utilização do *Blaving* e do servidor próprio da emissora que armazena áudios.

Já em relação a utilização da memória por parte do programa, mesmo que ela exista, com algumas entrevistas editadas e postadas para complementar informações veiculadas em texto, a mesma tem seu uso muito restrito e muito abaixo do esperado a julgar pelas possibilidades ofertadas pela internet. O que se constata com análise apenas do programa em relação a fugacidade é que o programa Repórter Esportivo é todo produzido observando somente as características do rádio antena, descartando as potencialidades da internet, como por exemplo o armazenamento dos programas em suportes de áudio. Nenhum dos programas analisados foi encontrado na íntegra no *site*, a única utilização da memória por parte do programa foi a retransmissão de duas entrevistas, uma na quarta-feira outra na quinta-feira, mas, mesmo assim, as entrevistas vieram apenas para complementar matérias veiculadas em texto. Isso tudo pode ser explicado pelo fato de que o *site* da rádio de acordo com Medeiros (2012) não é alimentado pelos repórteres da rádio, o que confirma a tese de que o *site* em si não prioriza o áudio.

Com a implantação da internet nas redações a interatividade, antes vista apenas por telefone, cartas e afins, ganha um potencial a mais para ser explorada. No *site* da Rádio Guaíba, mesmo havendo um canal para os ouvintes (Anexo 2), onde o mesmo pode participar da programação através do envio de email e pelo *Blaving*. O telefone ainda não perdeu seu espaço, pois está disponível o número de um telefone móvel e o número para o envio de torpedos, mostrando que a velha tradição do rádio, de facilitar a interatividade através de telefones ainda permanece. Isso significa que seu ouvinte está em mobilidade e tem pouco acesso a rede, usando o telefone para a interatividade com a emissora. Mas com a utilização do email e do *Blaving* para a interatividade, a rádio também não deixa de dar atenção aos ouvintes conectados.

Outro ponto forte de interatividade no *site*, vem através das enquetes (Anexo 3) realizadas diariamente, onde o ouvinte participa dando seu voto. A interatividade também aparece em todo o conteúdo disponibilizado pelo *site*, através de espaços destinados aos comentários (Anexo 4), mas mesmo assim não há nada que divulgue as

redes sociais no *site*, a não ser o *Blaving*. O que se observa é que o espaço destinado aos comentários vem para substituir a carta. Outro ponto interessante observado é que as poucas redes sociais divulgadas no *site*, não dialogam com o programa analisado.

A interatividade no Programa Repórter Esportivo vem através de chamadas para o *site* para votar na enquete (Apêndice F). Já o uso de redes sociais por parte da emissora é bastante baixo, a julgar pelas potencialidades que as mesmas oferecem. O *Facebook* da rádio (Anexo 5), é pouco explorado e atualizado. Criado a pouco mais de um ano, o *Facebook* da emissora tem atualização nula. As únicas publicações são de outros usuários em relação a Rádio Guaíba, que trás somente alguns vídeos e matérias, mas muito abaixo das potencialidades ofertadas pela rede social em questão, o mesmo não tem foto alguma. O que leva a concluir que a criação do perfil da emissora no *Facebook* é apenas para criar um espaço de presença institucional nas redes sociais. Já o *Twitter* é usado para replicação das notícias veiculadas na programação, mas mesmo assim sua interatividade é praticamente nula (Anexo 6). No perfil da emissora no *twitter* não há uma interatividade mútua, pois a emissora não responde aos *tweets* dos ouvintes, se tornando apenas um canal de transmissão de informações. A Rádio Guaíba não faz uso de todas as potencialidades da rede social em questão. Mesmo fazendo o uso de redes sociais, a emissora não oferece interatividade com o ouvinte, sendo que o mesmo apenas participa da programação através das redes sociais.

As redes sociais são bastante utilizadas pelos repórteres e pelos âncoras do programa (Apêndice G). Sendo que os *Tweets* avaliados são apenas dos repórteres que participaram dos programas e que mencionaram algo a respeito das matérias veiculadas no próprio programa, bem como, algumas opiniões próprias e *retweets*. (Anexos 7 e 8). Seus *Tweets* servem para replicar, complementar e divulgar matérias e o programa em si e compartilhamento de links, e para divulgarem informações postadas por atletas do futebol em suas redes sociais. Isso tudo mostra que a preocupação com a interatividade parte muito mais dos repórteres e dos âncoras do que do próprio programa em si. Outras redes sociais pesquisadas nenhuma menção aos programas analisados foram encontradas. Foi dessa interatividade entre repórter e ouvinte, que possibilitou a veiculação de alguns conteúdos produzidos pelos ouvintes no programa (Apêndice H). Sendo que tais conteúdos foram apenas leituras de alguns *Tweets* de ouvintes, bem como, algumas indagações feitas pelos repórteres em entrevistas motivadas pelas redes sociais.

Mesmo havendo um uso razoável da interatividade por parte dos repórteres e âncoras através das redes sociais, a remissão das mesmas no conteúdo veiculado na antena foi baixo (Apêndice I), onde só na terça e quarta-feira houve a remissão do *Twitter* do âncora no programa e leituras de *Tweets* de outros jornalistas, alguns ouvintes e jogadores, por parte dos repórteres. Como o programa não faz uso de rede social alguma, nenhuma remissão de redes sociais foi constatada na antena, a não ser as dos repórteres e dos âncoras.

No *site* também foram encontradas algumas matérias que não foram ao ar no programa tratado (Apêndice J), sendo produzidas apenas para o *site* e para outras mídias, mas não houve nenhuma menção desse conteúdo produzido exclusivo para o *site* no programa. Isso serve como mais um indicativo de que a produção do programa vê o seu ouvinte antena como distinto do ouvinte e consumidor do *site*, produzindo assim, seu conteúdo observando as potencialidades do rádio tradicional⁶.

Podemos citar como uma das principais mudanças da emissora a criação do *site*, bem como, a disponibilização do áudio da antena no *site*. Mas o que acontece é uma mera reprodução do conteúdo radiofônico da antena no *site*. Os conteúdos adicionais vem através das outras mídias. A tradição do conteúdo da emissora é mantida com uma ênfase maior no esporte e na produção de áudios com características do rádio antena tradicional.

Com a análise não só do programa, mas também do *site*, observamos que o uso de textos, fotos e algumas vezes dos áudios, constituem um conteúdo multimídia. Sendo que assim como já foi citado, o baixo uso do áudio no *site* nos conduz a concluir que os áudios servem apenas como um acessório mantendo as principais características do rádio antena em sua linguagem, estruturação e formatação da notícia.

6 CONSIDERAÇÕES FINAIS

A hipótese inicial era constatar que realmente a migração do rádio para a internet está se dando muito mais em caráter de dispositivo (aparelho receptor) e na forma de disseminação da informação, do que em sua estrutura da informação e linguagem no diz

⁶ O ouvinte do programa na antena geralmente esta em mobilidade. O mesmo tem no rádio a sua fonte informacional diária, e vê no próprio rádio um meio de informação completo. Já o ouvinte e consumidor do *site*, além de ouvir as notícias via áudio, procura outras mídias em texto, imagens e vídeos que possam complementar a informação, ou seja, é um ouvinte que esta sempre conectado em busca de mais informações.

respeito à notícia. Com os resultados da análise em torno do programa Repórter Esportivo, e do *site* da Rádio Guaíba, a hipótese se confirmou parcialmente. Mostrando que o que realmente há, é uma mera reprodução do conteúdo da antena no *site*. Conteúdo esse construído observando as características apenas da antena, deixando de explorar todas as potencialidades que a internet lhe propicia.

Mesmo que haja uma retransmissão na íntegra de todo o conteúdo da antena no *site*, o número maior de conteúdo informacional encontrado no próprio *site* é em texto. O que deixa bem claro, que mesmo sendo um *site* de uma emissora de rádio, a preocupação da emissora no *site* não é com o áudio, pois a retransmissão do áudio serve muito mais pra quebrar com as barreiras geográficas impostas pela antena.

Levando em conta os áudios do programa e o conteúdo do *site*, percebeu-se que a memória, uma potencialidade proporcionada pela internet, é utilizada parcialmente. Pois num total de cinco programas analisados, em apenas dois ela foi utilizada. A mesma funciona como um banco de dados das matérias postadas, e só algumas são transmitidas na antena. O que deixa claro que a utilização da memória, bem como, a interatividade, características principais do rádio na internet, ficaram muito abaixo do esperado, mesmo que a interatividade seja possibilitada em todo o conteúdo veiculado no *site*, através dos comentários e figurando também no *site* com a participação nas enquetes.

A emissora deixa um pouco a desejar no que diz respeito às redes sociais que são pouco utilizadas, e, quando utilizadas, suas potencialidades são pouco usufruídas. Apenas os repórteres fazem uso das redes sociais para replicar, complementar e divulgar matérias e o programa em si. Já o próprio programa não faz uso de rede social alguma. O mesmo acontece com outra característica fundamental do rádio como a redundância informativa que é pouco explorada.

É bem verdade que com tal migração para a internet, e fazendo uso de suas potencialidades, a forma de disseminação da informação se modificou, com o uso de fotos, textos e vídeos que vem para acompanhar e complementar a informação. Mesmo assim, o som continua sendo o fio condutor da informação nas rádios *web*. Com isso observa-se que ocorre no *site* uma possibilidade multimídia, no entanto, essa multimídia não é explorada ao extremo. O que deixa claro e nos leva a concluir que o rádio na internet ainda não explora todas as suas especificidades do meio, e carrega consigo as principais características herzeianas, como podemos observar no quadro abaixo.

| As principais características do rádio antena | Persiste | Modificou parcialmente | Modificou totalmente |
|--|-----------------|---|--------------------------------------|
| Linguagem | Persiste | | |
| Estrutura da informação | Persiste | | |
| Instantaneidade | Persiste | | |
| Simplicidade na produção | | Devido o áudio agregar elementos de outras mídias | |
| Fugacidade | | Devido o uso da memória | |
| Monomídia | | | Devido o som deixar de ser exclusivo |
| Gêneros e formatos | | Nesse caso, alguns continuam os mesmos, outros são reconfigurados, outros novos surgem | |
| Interatividade | | O telefone deixou de ser o único meio de interatividade com a popularização das redes sociais | |
| Autonomia | Persiste | | |
| Mobilidade | | Devido à popularização da internet em celulares | |
| Penetração | | Devido à quebra das barreiras geográficas propiciada pela internet | |
| Linguagem oral | | Deixou de ser exclusiva | |

Quadro 6.1 – Quadro resumido das principais características do rádio que persistem, que se modificaram parcialmente ou que se modificaram totalmente no fazer rádio nos dias atuais, montado de acordo com a análise efetuada no site da Rádio Guaíba e nos Programas Repórter Esportivo.

Através da pesquisa bibliográfica, conseguiu-se compreender melhor como a convergência afetou os meios de comunicação. Assim pode ser dito, que no caso do rádio, pode ser considerado como certo, que seu futuro será digital. Certamente, gerações futuras ouvirão rádio em um aparelho que possibilite além do áudio o vídeo, telefonia, texto, transmissão e recepção de dados. Mesmo assim, o elemento chave continuará sendo o som, agregando características de outras mídias. Com isso o som vai ser o principal elemento definidos seguido pelas outras mídias. No rádio o som deve ser sentido por si só, sendo que as novas mídias apenas agregarão um complemento à informação, não sendo necessárias para compreensão do conteúdo em si.

Com a teoria comungada pelo presente artigo, foi possível entender melhor os aspectos do rádio tradicional e o da internet. Com isso, podemos constatar que o rádio tradicional é muito mais um meio de distribuição de informação, do que um meio de comunicação, pois não tem uma interatividade mútua, ao contrário do que se propõe o

rádio na *web*. Migrando para a internet o rádio passaria de aparelho de distribuição para aparelho de comunicação. Tornando o público produtor de conteúdo e não mais apenas receptor⁷.

Ao término da análise em torno dos áudios colhidos e dos *prints* do *site*, notou-se que a mudança, por enquanto, está se dando apenas no que diz respeito à disseminação do conteúdo. Pois o que acontece é uma mera reprodução do áudio da antena na internet. Com isso, o ouvinte de rádio passou a ser definido por seu próprio interesse e não mais por limite geográfico. Possibilitando que em qualquer lugar do mundo, desde que se tenha uma conexão estável a internet e que se compreenda a língua portuguesa, no caso de conteúdos brasileiros, o ouvinte possa acompanhar a programação da sua rádio preferida, o que não deixa de ser um avanço significativo. Enfim, conclui-se que a hipótese levantada no início dessa pesquisa foi parcialmente confirmada.

Portanto, é preciso investir mais em profissionais qualificados com habilidades múltiplas que trabalhem observando os avanços tecnológicos, produzindo conteúdo multimídia com uma disseminação multiplataforma. Para tentar assim, se afastar dos paradigmas do rádio tradicional. Dessa forma, é possível construir um modelo diferenciado para o rádio na *web*. Mas o principal investimento deve vir dos meios de comunicação, que além de investir em profissionais gabaritados para tal exercício, devem apostar em sítios na internet qualificados observando e fazendo uso de todas as possibilidades ofertadas pelo meio.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

BALSEBRE, Armand. **A linguagem radiofônica**. In: MEDITSCH, Eduardo (org). **Teorias do rádio: textos e contextos**. Vol I. Florianópolis: Insular, 2005. 368 p.

BARBEIRO, H; DE LIMA, P.R. **Manual de radiojornalismo: produção. Ética e internet**. 2º. ed. Rio de Janeiro: Elsevier, 2001. 239 p.

BARBOSA FILHO, A. **Gêneros radiofônicos: os formatos e os programas em áudio**. 1º. ed. São Paulo: Paulina, 2003. 160 p.

⁷ Tal interatividade potencializada pela inserção do rádio na internet, pode ser maximizada também conforme o gênero e formato do programa. Alguns programas priorizam a interatividade, fazendo com que a internet venha para facilitar tal contato entre emissor e receptor.

BRASIL. Lei n. 4.117, de 27 de agosto de 1962. **Código Brasileiro de Telecomunicações**, Brasília, DF. Disponível em: <<http://www.sertpr.org.br/upload/Codigo%20Brasileiro%20de%20Telecom.pdf>>. Acesso em: 30 mar. 2012.

BRECHT, Bertolt. **Teoria do rádio**. In: MEDITSCH, Eduardo (org). **Teorias do rádio: textos e contextos**. Vol I. Florianópolis: Insular, 2005. 368 p.

CEBRIÁN, M. Expansión de la ciberradio. **Revista venezolana de información, tecnología y conocimiento**, Venezuela, v. 6, n. 1, p. 11-23, abril. 2009.

CEBRIÁN HERREROS, M. O rádio no contexto da comunicação multiplataforma. **Rádio-Leituras**, v. 2, n. 2, p. 69-105, jul/dez. 2011.

DEL BIANCO, Nelia. O Futuro do Rádio no Cenário da Convergência Frente às Incertezas Quanto aos Modelos de Transmissão Digital. Disponível em: <<http://www.intercom.org.br/papers/nacionais/2009/resumos/R4-0651-1.pdf>>. Acesso em: 29 mar. 2012.

FERRARETO, L.A. Alterações no modelo comunicacional radiofônico: perspectivas de conteúdo em um cenário de convergência tecnológica e multiplicidade da oferta. Disponível em: <<http://www.intercom.org.br/papers/nacionais/2009/resumos/R4-0091-1.pdf>>. Acesso em: 20 abril. 2012.

FERRARETO, L. A. **Rádio: o veículo, a história e a técnica**. 2º. ed. Porto Alegre: Sagra Luzzato, 2001.

HERSCOVITZ, Heloiza. **Análise de conteúdo em jornalismo**. In: LAGO, Cláudia; BENETTI, Marcio (orgs). **Metodologia de pesquisa em jornalismo**. 2º. ed. Petrópolis: vozes, 2008. 286 p.

MCLEISH, R. **Produção de rádio: um guia abrangente de produção radiofônica**. 4º. ed. São Paulo: Summus, 2001. 248 p.

MEDEIROS, Renata de. **Entrevista concedida ao autor em 22 de maio de 2012**. Porto Alegre, 2012.

ORTRIWANO, G. S. **A informação no rádio: os grupos de poder e a determinação dos conteúdos**. 5º. ed. São Paulo: Summus, 1985. 117 p.

PRADO, E. **Estrutura da informação radiofônica**. 5º. ed. São Paulo: Summus, 1989. 101 p.

PRATA, N. **Webradio: novos gêneros, novas formas de interação**. Tese de Doutorado - Programa de Pós Graduação em Estudos Lingüísticos, Universidade Federal de Minas Gerais, Belo Horizonte. 2008.

APÊNDICE A

Ficha de análise dos gêneros informativo e opinativo na antena.

| Predomínio dos gêneros informativos | Segunda | Terça | Quarta | Quinta | Sexta |
|--|--|--------------|---------------|---------------|--------------|
| Nota | 7 | 5 | 13 | 10 | 9 |
| Notícia | 15 | 11 | 14 | 13 | 22 |
| Boletim | 7 | 8 | 7 | 9 | 11 |
| Reportagens | 1 | | | | 1 |
| Entrevistas | 3 | 3 | 4 | 5 | 5 |
| Comentários | Notas, notícias e boletins todos ao vivo. Entrevistas gravadas e ao vivo, vindas junto com as notícias e com boletins. Nota e notícia geralmente passadas pelo âncora. Entrevistas ao vivo em coletivas. | | | | |
| Predomínio dos gêneros interpretativos e opinativos | | | | | |
| Comentários | 5 | 3 | 2 | 6 | 4 |
| Editorial | | 2 | 2 | | |
| Crônica | | | | | |
| Comentários | Os comentários vem dentro das próprias notícias, notas, boletins, reportagem e entrevistas por parte do âncora e ao final dos programas através de um pessoa específica e especializada no assunto tratado. Editorial por parte do âncora saldando os repórteres e a emissora. | | | | |

APÊNDICE B

Ficha de análise do factual (ao vivo) e reportagem e entrevistas gravadas na antena.

| | Segunda | Terça | Quarta | Quinta | Sexta |
|-----------------------------------|--|--------------|---------------|---------------|--------------|
| Predomínio do factual (ao vivo) | 15 | 18 | 16 | 15 | 21 |
| Reportagem e entrevistas gravadas | 5 | 1 | 2 | 2 | 4 |
| Comentários | O factual são as entradas ao vivo tanto dos repórteres quanto do âncora que trazem informações e em algumas entrevistas. As entrevistas gravadas vem nas matérias e reportagens. | | | | |

APÊNDICE C

Ficha de análise de conteúdo multimídia do *site*.

| | Segunda | Terça | Quarta | Quinta | Sexta |
|---|---|--------------|---------------|---------------|--------------|
| Multimídia (uso de áudios, textos e fotos que complementem a notícia) | Sim | Sim | Sim | Sim | Sim |
| Comentários | Em 2 matérias (quarta e quinta) veiculadas no <i>site</i> com áudio, o áudio usado foi o mesmo do programa. Na segunda-feira foi utilizado áudio de outros programas e na terça e sexta-feira somente utilização de texto e fotos nas matérias do <i>site</i> . Sendo que só foram analisadas as mesmas matérias veiculadas no programa. Sendo que num balanço geral predominaram as matérias com texto e foto. | | | | |

APÊNDICE D

Ficha de análise da fugacidade e redundância informativa na antena.

| | Segunda | Terça | Quarta | Quinta | Sexta |
|---|---|--------------|---------------|---------------|--------------|
| Fugacidade: chamadas para o <i>site</i> | 1 | 1 | 1 | 1 | 7 |
| Comentários | Chamada para o <i>site</i> para votar em enquete. | | | | |
| Fugacidade: redundância informativa | 7 | 4 | 4 | 2 | 10 |
| Comentários | Em especial ao fim dos programas trazendo uma retrospectiva das principais informações do próprio programa. Retransmissões de outros programas e repetições das principais notícias por parte do âncora ao fim dos boletins e reportagens, também por parte dos repórteres. | | | | |

APÊNDICE E

Ficha de análise da fugacidade e uso da memória no *site*.

| | Segunda | Terça | Quarta | Quinta | Sexta |
|-----------------------------------|---|--------------|---------------|---------------|--------------|
| Fugacidade: uso da memória | Não | Não | Sim | Sim | Não |
| Comentários | Mesmo o <i>site</i> em si fazendo grande uso da memória com armazenamento de informações, nada foi encontrado referente ao programa no <i>Blaving</i> (rede social utilizada pela emissora para armazenamento dos áudios) sendo que apenas nas matérias em texto no <i>site</i> na quarta e quinta foi encontrado áudios, que vinham para complementar as matérias, sendo que o áudio fora o mesmo utilizado no programa, o que caracteriza a utilização da memória apenas nesses dias. | | | | |

APÊNDICE F

Ficha de análise da interatividade do programa.

| | Segunda | Terça | Quarta | Quinta | Sexta |
|--------------------------------------|--|--------------|---------------|---------------|--------------|
| Interatividade por parte do programa | Sim | Sim | Sim | Sim | Sim |
| Comentários | Interatividade apenas com o voto do ouvinte no <i>site</i> . Mesmo havendo espaço para a interatividade no <i>site</i> em si, não são mencionadas no programa. | | | | |

APÊNDICE G

Ficha de análise da interatividade por parte dos repórteres do programa.

| | Segunda | Terça | Quarta | Quinta | Sexta |
|--|---|--------------|---------------|---------------|--------------|
| Interatividade e uso da memória por parte dos repórteres | Sim | Sim | Sim | Sim | Sim |
| Comentários | <p>Uso do <i>twitter</i> por parte dos repórteres para replicar, complementar e divulgar matérias e o programa em si e compartilhamento de <i>links</i> e para divulgarem informações postadas por jogadores em suas redes sociais. Os <i>twitter</i> avaliados são apenas dos repórteres que participaram dos programas e que mencionaram algo a respeito das matérias veiculadas no próprio programa.</p> | | | | |

APÊNDICE H

Ficha de análise de conteúdos produzidos por ouvintes.

| | Segunda | Terça | Quarta | Quinta | Sexta |
|---------------------------------|---|--------------|---------------|---------------|--------------|
| Conteúdo produzido por ouvintes | Não | Sim | Não | Sim | Não |
| Comentários | Leitura de alguns <i>twitter</i> no programa e algumas indagações feitas pelos repórteres em entrevistas motivadas pelas redes sociais. | | | | |

APÊNDICE I

Ficha de análise da remissão das redes sociais dos repórteres na antena.

| | Segunda | Terça | Quarta | Quinta | Sexta |
|--|---|--------------|---------------|---------------|--------------|
| Redes sociais repórteres (Remissões na antena) | Não | Sim | Sim | Não | Não |
| Comentários | Remissão do <i>twitter</i> do âncora no programa e leituras de <i>twitter</i> de outros jornalistas, alguns ouvintes e jogadores, por parte dos repórteres. | | | | |

APÊNDICE J

Ficha de análise de conteúdo produzido exclusivo para o *site*.

| | Segunda | Terça | Quarta | Quinta | Sexta |
|-------------------------------------|--|--------------|---------------|---------------|--------------|
| Conteúdo exclusivo para <i>site</i> | Sim | Sim | Sim | Sim | Sim |
| Comentários | Matérias escritas que não foram ao ar, outras que complementam as que foram ao ar com uso de textos e fotos, e áudios de outros programas. | | | | |

APÊNDICE K

Tabela completa utilizada para análise do Programa Repórter Esportivo

Emissora: Rádio Guaíba, AM 720.

Período de análise: 28/11/2011 a 02/12/2011

| Observação ou manutenção das principais características do rádio tradicional | Segunda-feira 28/11/2011 | Terça-feira 29/11/2011 | Quarta-feira 30/11/2011 | Quinta-feira 01/12/2011 | Sexta-feira 02/12/2011 |
|---|---|---------------------------|----------------------------|----------------------------|---------------------------|
| Fugacidade: chamadas para o <i>site</i> | 1 | 1 | 1 | 1 | 7 |
| Comentários | Chamada para o site para votar em enquete. | | | | |
| Fugacidade: redundância informativa | 7 | 4 | 4 | 2 | 10 |
| Comentários | Em especial ao fim dos programas trazendo uma retrospectiva das principais informações do próprio programa. Retransmissões de outros programas e repetições das principais notícias por parte do âncora ao fim dos boletins e reportagens, também por parte dos repórteres. | | | | |
| Predomínio do factual (ao vivo) | 15 | 18 | 16 | 15 | 21 |
| Reportagem e entrevistas gravadas | 5 | 1 | 2 | 2 | 4 |
| Comentários | O factual são as entradas ao vivo tanto dos repórteres quanto do âncora que trazem informações e em algumas entrevistas. As entrevistas gravadas vem nas matérias e reportagens. | | | | |
| Predomínio dos gêneros informativos | | | | | |
| Nota | 7 | 5 | 13 | 10 | 9 |
| Notícia | 15 | 11 | 14 | 13 | 22 |
| Boletim | 7 | 8 | 7 | 9 | 11 |
| Reportagens | 1 | | | | 1 |
| Entrevistas | 3 | 3 | 4 | 5 | 5 |
| Comentários | Notas, notícias e boletins todos ao vivo. Entrevistas gravadas e ao vivo, vindas junto com as notícias e com boletins. Nota e notícia geralmente passadas pelo âncora. Entrevistas ao vivo em coletivas. | | | | |
| Predomínio dos gêneros interpretativos e opinativo | | | | | |
| Comentários | 5 | 3 | 2 | 6 | 4 |

| | | | | | |
|---|---|------------|------------|------------|------------|
| Editorial | | 2 | 2 | | |
| Crônica | | | | | |
| Comentários | Os comentários vem dentro das próprias notícias, notas, boletins, reportagem e entrevistas por parte do âncora e ao final dos programas através de um pessoa específica e especializada no assunto tratado. Editorial por parte do âncora saldando os repórteres e a emissora. | | | | |
| Cultura da convergência | | | | | |
| Fugacidade: uso da memória | Não | Não | Sim | Sim | Não |
| Comentários | Mesmo o <i>site</i> em si fazendo grande uso da memória com armazenamento de informações, nada foi encontrado referente ao programa no <i>Blaving</i> (rede social utilizada pela emissora para armazenamento dos áudios) sendo que apenas nas matérias em texto no <i>site</i> na quarta e quinta foi encontrado áudios, que vinham para complementar as matérias, sendo que o áudio fora o mesmo utilizado no programa, o que caracteriza a utilização da memória apenas nesses dias. | | | | |
| Interatividade por parte do programa | Sim | Sim | Sim | Sim | Sim |
| Comentários | Interatividade apenas com o voto do ouvinte no <i>site</i> . Mesmo havendo espaço para a interatividade no <i>site</i> em si, não são mencionadas no programa. | | | | |
| Interatividade e uso da memória por parte dos repórteres | Sim | Sim | Sim | Sim | Sim |
| Comentários | Uso do <i>twitter</i> por parte dos repórteres para replicar, complementar e divulgar matérias e o programa em si e compartilhamento de <i>links</i> e para divulgarem informações postadas por jogadores em suas redes sociais. Os <i>twitter</i> avaliados são apenas dos repórteres que participaram dos programas e que mencionaram algo a respeito das matérias veiculadas no próprio programa. | | | | |
| Conteúdo produzido por ouvintes | Não | Sim | Não | Sim | Não |
| Comentários | Leitura de alguns <i>twitter</i> no programa e algumas indagações feitas pelos repórteres em entrevistas motivadas pelas redes sociais. | | | | |
| Reedição do conteúdo da antena no <i>site</i> | Sim | Sim | Sim | Sim | Sim |
| Comentários | Todos os programas foram retransmitidos ao vivo na íntegra no <i>site</i> . | | | | |
| Conteúdo exclusivo para <i>site</i> | Sim | Sim | Sim | Sim | Sim |
| Comentários | Matérias escritas que não foram ao ar, outras que complementam as que foram ao ar com uso de textos e fotos, e áudios de outros programas. | | | | |
| Multimídia (uso de áudios, textos e fotos que complementem a notícia) | Sim | Sim | Sim | Sim | Sim |
| Comentários | Em 2 matérias (quarta e quinta) veiculadas no site com áudio, o áudio usado foi o mesmo do programa. Na segunda-feira foi utilizado áudio de outros programas e na terça e sexta-feira somente utilização de texto e fotos nas matérias do <i>site</i> . Sendo que só foram analisadas as mesmas matérias veiculadas no programa. Sendo que num balanço geral predominaram as matérias com texto e foto. | | | | |

| | | | | | |
|---|---|------------|------------|------------|------------|
| Redes sociais do programa (Remissões na antena) | Não | Não | Não | Não | Não |
| Comentários | Apenas houve chamadas para o <i>site</i> . | | | | |
| Redes sociais repórteres (Remissões na antena) | Não | Sim | Sim | Não | Não |
| Comentários | Remissão do <i>twitter</i> do âncora no programa e leituras de <i>twitter</i> de outros jornalistas, alguns ouvintes e jogadores, por parte dos repórteres. | | | | |

ANEXO 01

Link de áudio que complementa matéria no site.

Feliz no Olímpico

Contratado pelo Grêmio durante o segundo semestre deste ano, Julio Cesar ainda pertence ao Fluminense. Ele comentou a mudança de fase que atravessou na carreira, quando em 2010 decidiu o Brasileirão e agora atua em uma equipe que apenas cumprirá tabela na última rodada. "Ano passado estive na decisão do campeonato, mas a fase que eu vivo no Grêmio é muito boa. Prefiro ficar onde estou, vestindo a camiseta do Tricolor. Estou feliz porque no Olímpico reencontrei meu futebol e isso eu não troco por nada", finalizou.



Próximo confronto

BRASILEIRÃO 2011

INTER X GRÊMIO

04/12 | 17h | Beira Rio

SHARE 

Ouçã o áudio: Julio Cesar fala do momento que vive no Grêmio

Fonte: Correio do Povo

ANEXO 02
Canal para o ouvinte (interatividade)



Canal do
Ouvinte

Participe de pesquisas, fale com o apresentador, dê o seu boletim. Canal do ouvinte é espaço para você expressar a sua opinião.

Fone: **(51) 8595-6290**
Torpedo: **77016**



blaving

Envie o seu e-mail

ANEXO 03

Enquete e participação pelo *Blaving* (interatividade)



ANEXO 04

Comentários (interatividade)

The screenshot shows the top section of a news website. On the left, it displays 'RADIO GUAÍBA' with frequencies '101.3 FM' and '720 AM'. In the center, there is a weather widget for 'Porto Alegre' showing 'Tempo Agora' at 12°C and 'Previsão para Amanhã' with temperatures of 12° and 24°. On the right, there is a portrait of a man and the text 'Gua com Ore Sábado da'. Below this is a navigation menu with tabs for 'Capa', 'Notícias', 'Esportes', 'Blogs', 'Serviços', and 'Especiais'. A red banner highlights the article's category 'Notícias > Geral' and a toolbar with icons for 'Imprimir', 'Comentários (0)', 'Enviar', 'Fale com a redação', and 'Letra'. The main article title is 'Quatro das cinco cidades cobertas pela Força-Tarefa da BM já registraram assassinatos', followed by a sub-headline 'Foram dez casos, seis deles na Capital. Gravatai é a única ainda sem mortes violentas desde a noite de sexta-feira' and a short introductory paragraph.

RADIO GUAÍBA
101.3 FM 720 AM

Tempo Agora
Porto Alegre
12°C

Previsão para
Amanhã
12° 24°

Porto Alegre, 16 de Maio de 2012

Gua
com Ore
Sábado da

Capa Notícias Esportes Blogs Serviços Especiais P

Notícias > Geral

Imprimir Comentários (0) Enviar Fale com a redação Letra

15/05/2012 16:22 - Atualizado em 16/05/2012 00:38

Quatro das cinco cidades cobertas pela Força-Tarefa da BM já registraram assassinatos

Foram dez casos, seis deles na Capital. Gravatai é a única ainda sem mortes violentas desde a noite de sexta-feira

Após a chegada de 200 PMs do Interior para a Força-Tarefa da Brigada Militar que combate o aumento de homicídios verificado no

ANEXO 05

Facebook Rádio Guaíba (interatividade)

The image shows a screenshot of the Facebook page for Rádio Guaíba. The page header includes the profile picture (a globe logo), the name "Rádio Guaíba", and the frequency "101.3 FM". Below the name, it says "338 curtiram · 12 falando sobre isso". There are buttons for "Curtir" and "Mensagem". The page is categorized as "Mídia, Notícias, Publicidade".

On the right side, there is a "Crie uma página" button and a "Agora" section showing the date "Abril 2012" and the text "Entrou no Facebook".

The main content area is divided into two columns. The left column has a "Destiques" dropdown menu, a "Publicação" section with a text input field "Escreva alguma coisa.", and an "Atividade" section for the month of "Maio". Below that, it shows "Pessoas que curtiram isso" with a large number "23".

The right column is titled "Publicações recentes de outros usuários sobre Rádio Guaíba" and lists several posts:

- Otávio Avila**: Que a Guaíba...entrevistando Conselheiro do Gremio no Bair... domingo às 15:33
- Fernando Bolsoni**: 2 X O...PODIA SER MAIS... 12 de Maio às 17:44
- Fernando Bolsoni**: O MEU UNIAO FREDERIQUENSE AFUNDOU O BRASIL DE PEL... 12 de Maio às 17:43
- Gerê Fernandes**: Tem aplicativo pra ouvir a Guaíba em Smartphone?

ANEXO 06
Twitter Rádio Guaíba (interatividade)

Twitter interface showing the profile of **Rádio Guaíba** (@guaiba720). The profile includes the name, handle, bio, location (Porto Alegre), website (<http://www.radioguaiba.com.br>), and statistics: 49.362 TWEETS, 3 SEGUINDO, and 4.088 SEGUIDORES. The profile is currently being followed (Seguindo).

The navigation menu includes: Início, Conectar, Descobrir, and a search bar (Buscar).

The main content area displays a list of tweets:

- Tweetar para Rádio Guaíba**
@guaiba720
- Tweets**
 - Rádio Guaíba** @guaiba720 39 s
Feridos seriam 35 em choque de trens do metrô em SP: Colisão ocorreu na zona leste da capital paulista bit.ly/KxDWFS
Expandir
 - Rádio Guaíba** @guaiba720 31 min
Operação Delta recolherá lixo nas Ilhas do Guaíba: Edição passada recolheu 7 toneladas de detritos bit.ly/K8U1Pb
Expandir
 - Rádio Guaíba** @guaiba720 1 h

ANEXO 07
Tweets âncora e repórteres (interatividade)

OBS: Somente repórteres que participaram do programa nos dias analisados e fizeram referência ao que foi veiculado no programa.

Luiz Carlos Reche, apresentador.



Luiz Carlos Reche @luizcarlosreche

29 Nov

Mais detalhes sobre a saída de Roth do Grêmio no Repórter Esportivo a partir das 17h em AM 720, FM 101.3 e no j.mp/d7511L

Expandir

Rodrigo Oliveira, repórter.



Rodrigo Oliveira @roliveiraAOVIVO

29 Nov

"Olho-por-olho-dente-por-dente" parece coisa medieval. Lembra a intolerância da A. Saudita ou do Irã! Não é compatível com direitos humanos

Expandir



Rodrigo Oliveira @roliveiraAOVIVO

29 Nov

É justo Bolívar ficar meses suspenso? Até pode ser. Mas jamais vou concordar com o "olho-por-olho-dente-por-dente" na justiça brasileira!

Expandir



Rodrigo Oliveira @roliveiraAOVIVO

29 Nov

O auditor disse ter certeza que Bolívar não teve a intenção de machucar Dodô. Mas entende que a violência do lance justifica punição rígida

Expandir



Rodrigo Oliveira @roliveiraAOVIVO

29 Nov

O presidente da comissão do STJD que puniu Bolívar, Dr. Henrique Domenici, concedeu entrevista na Rádio Guaíba pela manhã...

Expandir

ANEXO 08

Tweets de repórteres do programa (interatividade)

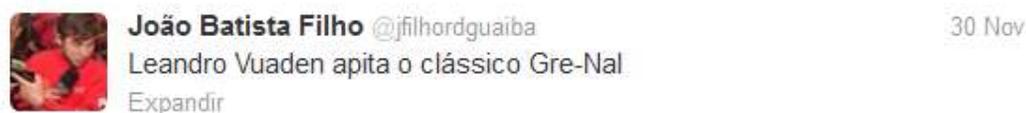
Rui Guilherme, repórter e correspondente no Rio de Janeiro.



Renata de Medeiros, auxiliar de produção.



João Batista Filho, repórter.



Cristiano Silva, repórter.



ANEXO 09

CD com cópia digital do TCC e arquivos de áudio analisados.