



Rádio e Tecnologia: Um Estudo Sobre os Usos da Interatividade e da Memória nas Emissoras de Porto Alegre e Região Metropolitana¹

Bárbara AVRELLA²

Daniela SILVEIRA³

Gabriella BELLÉ⁴

Maurício Emanuel CATTANI⁵

Ricardo Júnior CARLESSO⁶

Débora Crstina LOPEZ⁷

Universidade Federal de Santa Maria, Frederico Westphalen, RS

RESUMO

O presente trabalho visa analisar como o avanço tecnológico aliado a comunicação molda uma nova perspectiva no jornalismo, em especial, no rádio. Nossos objetos de análise são 32 rádios da Grande Porto Alegre e seus respectivos *sites*, conseguidos através de um mapeamento da região. Optou-se pela análise dos *sites*, pois, atualmente, muitas emissoras usam-nos como forma de aumentar o seu alcance e expandir o seu conteúdo, o que se torna uma ferramenta fundamental nesse processo evolutivo através do uso da Internet. Em uma etapa sequente, foi realizada a tabulação de dados, com o preenchimento de tabelas a fim de verificar os principais pontos em comum desses *sites*. Foram encontradas características como hipertextualidade, multimidialidade, convergência, personalização, instantaneidade etc. Porém, concluímos que as mais presentes são interatividade e memória, enfatizadas ao longo do texto.

Palavras-chave: Rádios; *Sites*; Internet; Interatividade; Memória.

1 Introdução

As tecnologias da informação e da comunicação colaboraram para o avanço do jornalismo nos seus diversos meios, como rádio, TV e impresso. O aparelho celular e, principalmente, a Internet, contribuíram para uma maior abrangência de conteúdo e de público. Neste trabalho⁸, demos ênfase ao uso da tecnologia no rádio, usando como base

¹ Trabalho apresentado na Divisão Temática Jornalismo, da Intercom Júnior – Jornada de Iniciação Científica em Comunicação, evento componente do XXXIII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação

² Estudante de Graduação 6º. semestre do Curso de Jornalismo da UFSM, email: Barbara.avrella@hotmail.com

³ Estudante de Graduação 6º. semestre do Curso de Jornalismo da UFSM, email: daani.h@hotmail.com

⁴ Estudante de Graduação 6º. semestre do Curso de Jornalismo da UFSM, email: gabriella.belle@hotmail.com

⁵ Estudante de Graduação 4º. semestre do Curso de Jornalismo da UFSM, email: mauricioecattani@gmail.com

⁶ Estudante de Graduação 6º. semestre do Curso de Jornalismo da UFSM, email: rcarlesso@gmail.com

⁷ Orientadora do trabalho. Professora do Curso de Jornalismo da UFSM, email: deboralopezfreire@gmail.com

⁸ Esta é uma pesquisa vinculada ao projeto "Jornalismo radiofônico multimídia no Rio Grande do Sul: novos gêneros, habilidades e formatos do rádio all news em ambiente de convergência", do Grupo de Pesquisa Convergência e Jornalismo. O estudo é desenvolvido pelos pesquisadores Debora Cristina Lopez, Gabriella Bellé, Daniela Silveira, Bárbara Avrella, Maurício Cattani, Ricardo Jr Carlesso, Gustavo Menegusso, Morgana Fischer, Roscéli Kochhann e Josiane Canterle.



de análise dos sites de emissoras e grupos de comunicação da Grande Porto Alegre⁹. A partir disso, observamos algumas características predominantes do *webjornalismo*¹⁰, principalmente a memória e a interatividade.

O uso de tecnologias móveis, como o aparelho celular, proporcionou ao radiojornalismo mais agilidade. Além disso, tornou-se um aparelho híbrido com “funções múltiplas de edição de texto, navegação na web, acesso a bancos de dados, capacidade de registro e edição de vídeos, fotos e áudios” (SILVA, 2008, p.2). Esses recursos, somados à Internet, expandiram a abrangência e os recursos do radiojornalismo, integrando-o as diversas plataformas de informação.

Para Canavilhas (s/d, p.1) “Com base na convergência entre texto, som e imagem em movimento, o *webjornalismo* pode explorar todas as potencialidades que a internet oferece”. O público do rádio, que antes apenas ouvia as informações e tinha poucas formas de contato com as emissoras, viu na rede uma forma de aproximação, por meio de componentes direcionados a interatividade, e maior aprofundamento dos conteúdos veiculados pelo meio radiofônico.

Ainda por intermédio da Internet, o ouvinte, que agora passa a ser leitor e produtor de material, tem acesso a conteúdos antigos, como fotos, áudios e textos que são arquivados no site. O rádio está se adaptando a essa nova realidade, proporcionando ao usuário, recursos para a complementação de informações, sejam elas factuais ou não.

Sessões como “Fale Conosco” tornam-se indispensáveis dentro de um site jornalístico. A partir dele, o espectador entrará em contato com a produção, com aos apresentadores, enfim, com o veículo de comunicação aumentando o vínculo e a confiança do público para com a emissora. O surgimento de redes sociais é outro fator importante quando se pensa em interatividade. Por meio de *Twitter*¹¹ ou *Orkut*¹², o

⁹ As emissoras analisadas foram: Atlântida FM, Alegria FM, Aliança FM, Antena 1 FM, Universidade FM, Pop Rock FM, Jovem Pan FM, Gaúcha FM, Gaúcha AM, Eldorado FM, Cidade FM, Continental FM, Guaíba FM, Guaíba AM, Bandeirantes AM, 104 FM, Band News FM, Aleluia FM, Caiçara AM, Cultura FM, CBN AM, Esperança AM, Farroupilha AM, Ipanema FM, Itai AM, Itapema FM, Liberdade FM, Pampa FM, União FM, Rural AM, Princesa AM, Princesa FM.

¹⁰ “De certa forma, o conceito de jornalismo encontra-se relacionado com o suporte técnico e com o meio que permite a difusão das notícias. Daí derivam conceitos como jornalismo impresso, telejornalismo e radiojornalismo.” (MURAD apud CANAVILHAS, s/d, p.2), ou seja, o jornalismo feito para Internet é chamado de *webjornalismo*.

¹¹ Twitter (pronuncia-se “tuíte”) é uma rede social e servidor para microblogging que permite aos usuários que enviem e recebam atualizações pessoais de outros contatos (em textos de até 140 caracteres, conhecidos como “tweets”), através do website do serviço, por SMS e por softwares específicos (pt.wikipedia.org/wiki/Twitter).

¹² O Orkut (ou orkut) é uma rede social de relacionamento onde é possível publicar fotos e vídeos pessoais, criar comunidades em formato de fórum de discussão, enviar e ler novidades “scraps” de sua rede de contatos. (www.creativehost.com.br/suporte/glossario/o.htm).

ouvinte fica em contato direto com sua emissora e vê o resultado imediato de sua colaboração.

Neste estudo, analisamos 32 rádios da Grande Porto Alegre, utilizando o método de análise de conteúdo, onde buscamos relacionar as características do *webjornalismo* ao tipo de programação e conteúdos apresentados por essas emissoras. Para tanto, fizemos um breve histórico sobre elas e discutimos a interface entre rádio e tecnologia, para, então, chegar aos fatores mais observados em nossa pesquisa: memória e interatividade.

2 Rádios Em Porto Alegre

As emissoras de rádio que cobrem a cidade de Porto Alegre e região metropolitana tiveram o seu início em meados da década de 20. Sendo que a primeira emissora emitir seu sinal na capital do estado do Rio Grande do Sul foi de acordo com Ferraretto (2002) a Rádio Sociedade Rio-Grandense AM. Inaugurada no ano de 1924, esta estação parou suas transmissões logo nos primeiros anos de sua criação. Pois, na época não se via uma rádio com um potencial comercial. Já no FM a emissora mais antiga em funcionamento é a Rádio Cidade que está em atividade há 31 anos.

Atualmente a capital gaúcha possui 13 rádios que operam na frequência de amplitude modulada (AM) e 19 estações que transmitem em frequência modulada (FM), tendo como base o estudo realizado por Raddatz (2010).

A maior parte das emissoras são controladas por grupos empresariais da área de comunicação representando 68,75% do total sendo que 12,5% integram mais de um grupo. Entretanto, 18,75% das rádios não pertencem a nenhum grupo de comunicação. Das 32 emissoras existentes, 30% são da Rede Pampa de Comunicações, 26,66% do Grupo RBS de Comunicação, 10% do Grupo Bandeirantes, 6,66% do Grupo Record, 3,33% do Grupo Antena Uno, 3,33% da Ulbracom, 3,33% da Fundação Cultural Piratini e 3,33% da Rede Sinodal.

Outro fato que se percebe em Porto Alegre é que 39,97% das emissoras compõem ou geram sinal de redes via satélite, como é o caso da Rádio Jovem FM, que integra a Rede Jovem Pan Sat 2. Já a Rádio Atlântida é a matriz da Rede Atlântida. A Rádio CBN AM faz parte da Rede CBN. A Rádio Bandeirantes AM integra a Rede Bandeirantes de São Paulo. A Rádio Band News FM, faz parte da Rede Band News. Já a Rádio Gaúcha AM é geradora da Rede Gaúcha Sat. A Rádio Itapema FM é a matriz

do da Rede Itapema. Outra emissora que gera seu sinal para afiliadas é a Rádio Pop Rock FM. Já a Rádio Aleluia faz parte da Rede Aleluia.

As rádios que transmitem na cidade de Porto Alegre possuem em grande parte uma programação dedicada à música representando 52,38% das emissoras. Outro gênero de programação que tem relevância é o jornalístico tendo 35,75% das rádios com este perfil. Apenas 4,76% das estações têm uma programação com caráter cultural. Já as emissoras com estilo de programação voltada para religião, opinião e prestação de serviços representam 7,14% do total.

3 Rádio e tecnologia

A revolução tecnológica não modificou apenas a sociedade, como também os meios de comunicação, que se viram obrigados a adaptar-se a isso. Conforme García Avilés *et al* (*apud* LOPEZ; FREIRE, 2010, p.32) a relação entre jornalismo e tecnologia não é recente, “se fortaleceu ainda nos anos 90, com a difusão cada vez maior de tecnologias aplicadas ao jornalismo e à comunicação”, principalmente pelo surgimento do aparelho celular e da Internet.

No rádio, esse processo teve início em 1947, com a criação do transistor, tecnologia que tinha como objetivo ampliar os sinais elétricos, através de aparelhos portáteis. Sua tecnologia se popularizou na década de 1950, mesmo período de surgimento da televisão. Ela aparece como novo meio de entretenimento e informação, instigando a audiência, que até então era dominada pelo rádio.

[...] dois marcos se mostram como fundamentais para a configuração do rádio: a transistorização, que propiciou portabilidade ao meio de comunicação; e o surgimento de emissoras em FM, que atribuiu um novo caráter ao rádio, uma renovação de identidade que ele demandava devido ao surgimento e fortalecimento da televisão, que levava, gradualmente, os anunciantes do rádio e assumia seu papel de principal meio de informação do público. (LOPEZ; FREIRE, p. 32, 2010).

Assim como o transistor facilitou o desenvolvimento do rádio, o aparelho celular aparece de maneira a contribuir tanto na apuração, quanto na instantaneidade, já que o telefone fixo limitava a transmissão de informações e as Unidades Móveis, apesar da mobilidade, tem curto alcance de sinal. No jornalismo, a telefonia móvel auxiliou na agilidade de captação e de transmissão de dados, que agora, podem ser enviados diretamente do local independentemente da distancia da emissora.

O desenvolvimento de novas tecnologias para o celular propiciou novas funções a ele, que deixou de funcionar apenas como aparelho telefônico. Para Ribeiro (2005, p. 172) “nos últimos anos os telefones celulares evoluíram e já existem modelos que integram em um único aparelho câmera digital de foto e vídeo, MP3, PDA e receptor FM”, além da Internet. Alguns desses recursos possibilitam a criação de um jornalista multimídia, o qual recorre a fotografias e vídeos, buscando um novo público e plano de atuação, acarretando em experiências textuais e narrativas e novos caminhos de representação.

O rádio encontrou na Internet o meio ideal para o desenvolvimento dessas inovações. Hoje, é comum que as emissoras possuam páginas na *web* ampliando a abrangência e o contato com o público, além de explorar todos os ângulos das notícias ou, simplesmente, ser usada como ferramenta de complementação e apuração da informação.

O ingresso do rádio ao ciberespaço, ampliou seu alcance e os canais para a circulação da mensagem além do aparelho receptor tradicional de sinais de antena; qualquer computador que tenha conexão à rede pode aceder ao meio. Com a rede, o rádio diversificou seus serviços, seus conteúdos e suas emissões, dando-lhe outro ritmo de produção e distribuição diferente ao modo linear conhecido, que transmite em tempo real e ao vivo. (URIBE, 2006, p. 2)

A esse processo, dá-se o nome de convergência. Segundo Lopez (2009), “trata-se de um contexto mais amplo, que envolve não só a comunicação, mas o ambiente em que ela se insere, as tecnologias presentes nele e os reflexos que elas têm nas ações e comportamentos do homem”. No caso da rádio, ela possibilita que o usuário a ouça pela Internet, via *streaming*¹³, e, ao mesmo tempo, acompanhe as notícias através do site da emissora, por meio de textos, vídeos e imagens. Além disso, proporciona ao ouvinte/leitor, mais interatividade, com fóruns, sugestões, sessão “fale conosco”, redes sociais etc. Esses fatores trazem mais proximidade entre ouvinte e emissora, agora que eles vêem sua participação quase que imediatamente. Além disso, a Internet colaborou para o aumento de público jovem, que se sente mais atraído a participar de uma programação interativa com diversas funções, que antes não eram possíveis apenas com o rádio.

No jornalismo, esses avanços tecnológicos não implicam apenas na linguagem utilizada ou na captação da notícia com diversos recursos (vídeo, fotografia etc.), mas

¹² Tecnologia que permite a transferência de áudio e vídeo em tempo real. www.moodle.ufba.br/mod/glossary/view.php

também no funcionamento, na cobertura, na difusão, na recepção dos meios de comunicação de massa e, principalmente, na interação entre as redações, característica forte da convergência¹⁴. Essa interação pressupõe que as equipes de redações dos meios estejam interagindo para a produção de conteúdo, como afirmam Salaverría e Negrodo (2008, p. 7) “la clave del proceso de convergencia multimedios consiste, sobre todo, en organizar la redacción em función de los contenidos y no definirla solo por sus productos o por las tecnologías que emplea”.

Esse jornalismo praticado ou feito para a Internet chama-se de *webjornalismo*. Canavilhas (apud, MIELNICZUK, 2003) diz que a nomenclatura encontra-se relacionada com o meio, assim justificando-o. O rádio se apropria de características próprias desse meio, adaptando-as à especificidade do foco no conteúdo sonoro. São elas: multimedialidade/convergência, hipertextualidade, personalização, instantaneidade. Entretanto, em nossa pesquisa destacaremos a interatividade e a memória, pois, como verificaremos, foram os itens mais presentes nas emissoras analisadas.

4 Memória

O jornalismo online disponibiliza diversos recursos que ampliam o acesso à informação. Dentre esses recursos está a memória, uma ferramenta bastante utilizada dentro do webjornalismo, elaborando um papel fundamental na exploração da pesquisa e na busca de conteúdo. Palacios e Mielniczuk (2003, p.20) afirmam que a memória é aquilo que foi arquivado e pode ser consultado posteriormente pelos internautas:

Memória são os modos específicos que os *sites* jornalísticos desenvolvem para operar e viabilizar consultas e aproveitamentos de informações produzidas em uma dimensão distante temporalmente da última atualização do site, mas, mesmo assim, passível de ser resgatada para compor o sentido de tempo presente.

Ela funciona como um processo de acúmulo de informações e na web é onde essa ferramenta tem seu melhor desempenho. A disponibilização de informações através da memória facilita o direcionamento do usuário a determinados conteúdos. Esta ferramenta possibilita que o internauta busque conteúdos antigos, tais como: imagens, áudios, vídeos e textos que são arquivados no *site*. Ela surge como o incremento mais rápido na pesquisa de dados. “A memória, por exemplo, passa a ser acessível ao leitor, que realiza pesquisas em bancos de dados e tem, à sua disposição, uma ampla gama de

¹⁴ Essa característica é mais presente em grupos de comunicação. Entretanto, em nossa pesquisa, analisamos, também, emissoras que não fazem parte de grupos.

informações para subsidiá-lo” (LOPEZ, 2009, p. 33). Se o ouvinte-internauta, por exemplo, perdeu a programação da emissora em determinado dia, ele tem disponível dentro do *site* da emissora os conteúdos já transmitidos, desta forma, o usuário tem a possibilidade de baixar o arquivo com o áudio do programa e assim, ouvi-lo.

Essa gama de informações faz parte do avanço tecnológico do último século. O jornalismo teve que se adaptar a essas transformações já que, os conteúdos que antes eram apenas veiculados no rádio, televisão ou no jornal impresso, agora são veiculados também na Web. Ao mesmo tempo em que informa no rádio, a notícia deve ser divulgada na Internet, um complementando o outro.

Rapidez e agilidade. Essas são as palavras que melhor definem a Internet. Tudo é muito rápido, a informação é instantânea. A partir de uma única matéria, é possível se chegar a dezenas, centenas ou milhares de outras. E isso com apenas alguns cliques. Não é só o rádio que trabalha com o imediatismo, a atualização rápida de notícias. O jornalismo on-line usufrui desse moderno e atraente meio para informar os usuários que acessam as páginas em busca da notícia rápida (ARAUJO, 2005).

Por isso os meios de comunicação devem se desenvolver na mesma velocidade que a internet, fazendo dela um meio complementar, ou seja, inserindo conteúdos via Web como um complemento e não apenas na própria emissora. O rádio hoje está se inserindo nesse novo modelo, adaptando-se a essa nova rotina jornalística.

No rádio, a internet começou a ser usada como ferramenta de trabalho, logo após as estações começaram a disponibilizar alguns conteúdos em *sites* de sua propriedade. Hoje em dia muitas rádios produzem conteúdos específicos para o público online. “Os novos suportes permitem a introdução de componentes (gráficos, tabelas, fotografias, textos escritos, imagens de vídeo) que vêm complementar a informação disponibilizada pelo meio” (CORDEIRO, p. 4), acarretando, assim, uma maior interatividade entre emissora e público.

5 Interatividade

O rádio, desde o seu princípio, surgiu como um meio interativo, cartas e telefonemas sempre fizeram parte da programação. Hoje, com sua inserção na Internet, ele tornou-se ainda mais interativo através de *e-mails*, MSN e *blogs*, ferramentas bastante utilizadas para interagir com o público. A interatividade é entendida como a participação do público através de uma comunicação mediada por um veículo de

comunicação. Ela tem como papel fundamental desenvolver uma aproximação entre a mídia e o público. Com o tempo, a interatividade se potencializou e abriu espaço para novas ferramentas.

Interatividade é a disponibilização consciente de um mais comunicacional de modo expressivamente complexo, ao mesmo tempo atentando para as interações existentes e promovendo mais e melhores interações – seja entre usuário e tecnologias digitais ou analógicas, seja nas relações “presenciais” ou “virtuais” entre seres humanos (SILVA apud BONILLA, 2002).

A interatividade no rádio acontece de diversas formas, não importando o tempo e espaço onde é contextualizada. Antes mesmo do surgimento da internet, o rádio, por si só, já era interativo: seu público sempre teve voz ativa. A interatividade desenvolve uma espécie de influência mútua entre meio e indivíduo. Este contato é fundamental para obtenção da resposta do público para com o meio, auxiliando assim no desenvolvimento do material a ser produzido. Algumas rádios, como a Atlântida FM, por exemplo, usam o *blog* como ferramenta de interatividade, onde o ouvinte-internauta envia conteúdos como piadas, novidades etc., que são veiculados na rádio e postados nos *blogs* dos programas da emissora. Com isso, o público torna-se parte atuante da emissora.

As estruturas técnicas de rede permitem implementar novas e mais complexas formas de interação social, fazendo emergir a possibilidade da troca imediata no ciberespaço. Dessa forma, os indivíduos tornam-se, ao mesmo tempo, receptores e emissores, produtores e consumidores de mensagem. A comunicação deixa definitivamente, de ser linear e de mão única, para tornar-se poliglota, polissêmica e policêntrica (MAGALHÃES apud MACIEL, 2009, p. 14).

A partir dessas novas estruturas, o público deixa apenas de receber as informações e começa a também produzi-las, se inserindo na emissora, sentindo-se presente e atuante. Quando recebe a informação, pode-se concordar ou discordar do que está sendo veiculado. Através dessas novas possibilidades o ouvinte-internauta consegue imediatamente dar o *feedback* necessário. É aproveitando as novas ferramentas e trabalhando de forma diferenciada que o rádio encontra um caminho para não se tornar estagnado.

O jornalismo, de uma forma geral, teve de se adequar a essa tendência, pois, caso não evoluísse junto com as tecnologias, ele perderia sua função principal que é de informar o público com qualidade e rapidez, como afirma Lopez (2009, p.80): “O jornalismo se rendeu à crescente participação do internauta e reconfigurou,

gradualmente, o seu conteúdo para uma maior interatividade em todas as etapas da produção jornalística”. Os meios de comunicação de massa como um todo aproveitaram essas mudanças para modificarem suas rotinas de trabalho. O papel do jornalista foi ampliado: não basta dominar apenas uma área, ele se tornou polivalente.

A internet tornou-se uma das principais ferramentas do rádio atual. Ao fazer parte da rede mundial de computadores, o rádio teve de se adequar a essas mudanças para que pudesse sobreviver a nova era digital. A criação de ferramentas como, *e-mail*, MSN, *Twitter*, *Facebook*¹⁵, entre outras, facilitaram a comunicação com o público. O rádio, através da internet, ampliou ainda mais sua rede de abrangência utilizando a ferramenta de *streaming* programação ao vivo em qualquer lugar do mundo.

A nova geração já está adaptada à velocidade, liberdade, consumo, individualismo e tecnologia. Isso tudo rege o modo de vida atual. O rádio sempre desempenhou um papel essencial no desenvolvimento da sociedade, por isso deve buscar, cada vez mais, o aperfeiçoamento através das novas tecnologias para que possa evoluir junto dela.

6 Memória e interatividade nas rádios de Porto Alegre

Para essa análise, foi realizado mapeamento de 32 rádios presentes na Grande Porto Alegre. Para tanto, foi feita a tabulação de dados por meio de fichas com a finalidade de verificar os conteúdos dos sites de cada emissora. Desta forma, acredita-se ser possível compreender de que maneira as emissoras utilizam a internet.

Através da análise dos sites, percebeu-se que do total de rádios analisadas, 40,62% usam a ferramenta de memória dentro de seus sites. Alguns dos arquivos disponibilizados são: áudio, imagem, texto e vídeo, aparecem no site como banco de dados, sendo que 34,37% permitem ao usuário fazer download do conteúdo. Um exemplo é o site da Rádio Gaúcha AM, onde é disponibilizado um espaço dedicado ao armazenamento dos programas que o ouvinte tem a possibilidade de fazer o *download* dos arquivos de áudio.

Com a opção de fazer *download*, o ouvinte tem a possibilidade de baixar os arquivos e colecioná-los, o que o torna mais próximo da rádio, estreitando sua relação com ela, pois rompe com a barreira do tempo e espaço, uma das características básicas

¹⁵ O Facebook é uma comunidade social de relacionamento que liga pessoas que vivem, estudam ou trabalham em torno de você e que provavelmente você não conhece. Permite publicar fotos, notícias, ver novidades de seus amigos e publicar vídeos. (www.creativehost.com.br/suporte/glossario/f.htm)

da internet que o rádio começa a se apropriar. Com isso o ouvinte tem a chance de ouvir os programas gravados na hora que quiser no dispositivo que considerar melhor.

As principais rádios do Rio Grande do Sul estão se adequando a essa nova era da informação digital. Mesmo com esse avanço, 59,37% das emissoras pesquisadas não fazem uso desta ferramenta, isto mostra que mais da metade ainda não se adaptou para integrar-se a esta realidade. Nota-se que as rádios que fazem uso da memória ainda se limitam a disponibilizar apenas os programas veiculados na grade de programação. Percebe-se que, no geral, ainda não acontece uma produção exclusiva voltada para internet. Porém, as emissoras que realizam alguma produção exclusiva no site utilizam como suporte os vídeos que representam 11,53% das emissoras analisadas, já as imagens correspondem a 26,92% e os áudios com 19,23% do total.

O uso da memória nos sites está ligado à outra característica indispensável quando se fala em internet: a interatividade. E as rádios vêm utilizando esse atributo na tentativa de aproximar ainda mais a relação do seu ouvinte com a emissora. Pois, o rádio já é um veículo interativo por essência, ou seja, sempre buscou meios de estreitar a relação com o seu público com o uso de cartas, telefonemas, SMS. Agora com a internet se potencializa este vínculo, além de aumentar o número de ferramentas que possibilitam maneiras diferentes de interatividade.

Segundo dados da pesquisa 84,37% das rádios disponibilizam espaços de interação, ou seja, 25 rádios das 32 analisadas e somente 15,62% não. Os meios interativos mais usados são “Fale Conosco” com 20,54%, “Trabalhe Conosco”, 15,06%, “Enquete” e “Entre em Contato” com 10,95%, “Chat” com 5,47%. Essas sessões são espaços onde o ouvinte pode entrar em contato, mas não necessariamente propiciam uma intensificação na relação ouvinte-emissora. A enquete, muitas vezes, surge como um avaliador de conteúdo que sugere pautas e expressa suas preferências. Entretanto, as rádios não a repercutem na sua programação fazendo com que os interesses dos ouvintes fiquem distantes. Por essa razão é fundamental que as rádios procurem dar voz ao ouvinte-internauta na tentativa de criar um laço para conquistar a sua credibilidade. Mas para isso é necessário que durante a programação ocorra a indicação destas ferramentas existentes no site para que o ouvinte participe. E depois é indispensável que a estação divulgue os resultados de enquetes ou das mensagens deixadas pelos seus ouvintes, pois desta forma ele estará se “vendo” na programação da emissora e voltará a participar dos canais disponíveis de interatividade.

A disponibilização de contato via telefone, e-mail e endereço postal estão respectivamente presentes nos sites das emissoras com 35,52%, 31,57% e 27,63%. Esse número é relativamente baixo, pois mostra que as emissoras acreditam que o site é o suficiente para ter a interatividade mesmo que ele não contenha informações básicas para o seu público.

Outra forma de interatividade utilizada pelas emissoras de rádios é a sua presença em redes sociais. Sendo que 40,62% fazem parte de alguma e 59,37% não pertencem a nenhuma. Observa-se que o uso de redes sociais é menos empregado pela maioria das rádios da região de Porto Alegre, isso mostra que essas emissoras focam mais nos canais de interatividade tradicionais do rádio como cartas, telefonemas e torpedos, mantendo um público já conquistado através da transmissão via antena e tendo o site da estação apenas como uma resposta à demanda existente. Isto é, não se investe na construção e exploração da página. Ela existe para que a emissora não “perca a onda” e esteja presente neste ambiente, e por esse motivo ela explora pouco os recursos que a web oferece, fazendo com que parte da audiência fique distante da programação. Em contrapartida, percebe-se rádios que buscam conquistar novos públicos e ao mesmo tempo rejuvenescer a sua audiência por meio das redes sociais que possibilitam formas diferentes de manter a relação com a estação.

Quanto à utilização do *twitter*, 37,5% das emissoras usam, porém 62,5% ainda não aproveitam deste mecanismo. As rádios que utilizam esse mecanismo de interatividade são principalmente as que têm um perfil de programação jovem, por se tratar de um público que emprega essas ferramentas no seu cotidiano e “obriga” as rádios a disponibilizarem conteúdo nesses meios. Além das emissoras de cunho jornalístico, pois a sua audiência busca ter outros canais para poder ter acesso às informações. Um exemplo de estação que adota essa ferramenta na programação e no site é a Rádio Gaúcha AM, que instiga o seu ouvinte a participar do *twitter* e das outras redes que a emissora faz parte.

Os sites das rádios ainda não estão empregando o recurso de validação e compartilhamento de conteúdo, sendo que 27 emissoras, que representam 84,37% do total, não fazem uso desta ferramenta e apenas 15,62%, que corresponde a cinco rádios, usam este recurso importante para o ouvinte poder propagar e avaliar as informações da rádio divulgadas no site. Este mesmo número aparece para a ocorrência do número de SMS no ambiente virtual. Já *newsletter* ainda não é explorada por 78,12% das emissoras, apenas 21,87% disponibiliza este recurso para o ouvinte fazer o cadastro e

receber as informações no seu e-mail. Percebe-se que ainda as emissoras tendem a valorizar os conteúdos produzidos via transmissão em antena, não explorando todo o potencial que a internet oferece.

Assim, é relevante destacar que a memória e a interatividade andam juntas na internet, ainda mais se tratando de um site de uma emissora de rádio, pois com esses dois recursos o ouvinte tem a possibilidade de se “relacionar” com os arquivos podendo acessá-los quando for necessário. Por essa razão se torna fundamental que as rádios disponibilizem essas ferramentas em suas páginas para manter uma forma de interação com seu público na tentativa de conquistar e fidelizar a sua audiência que passa ser exigente e atuante neste espaço.

7 Considerações Finais

Depois de realizada a pesquisa e feita a análise, pudemos perceber que recursos tecnológicos como celulares multimídias, que não são usados apenas para conversar, mas também para fotografar e filmar, tornaram-se ferramentas essenciais para o novo modelo de jornalismo que une tecnologia com a prática jornalística.

Esses elementos somados aos avanços tecnológicos e à inserção do rádio na internet fizeram com que os sites passassem a usar a memória como ferramenta de armazenagem de conteúdo. Ela surgiu para facilitar ainda mais a vida do internauta, permitindo a eles terem acesso a áudios, vídeos, imagens e textos que já foram veiculados na emissora. A partir destes avanços, o rádio torna-se mais interativo, disponibilizando diferentes canais de interação. Hoje, não disponibiliza apenas o telefone e as famosas cartas. Ele passou a usar de e-mails, blogs, chat etc. como mecanismos de interação, possibilitando ao público ser parte atuante da emissora.

No estudo realizado, observou-se que a maioria das rádios pesquisadas está se adaptando a era digital. Das 32 rádios analisadas apenas duas não possuem *sites*, isso faz com que estas rádios tornem-se desatualizadas e percam a oportunidade de fazerem uso de uma das ferramentas mais funcionais para adquirir e preservar a audiência. Além disso, as rádios estão buscando diferentes mecanismos, para esse novo perfil de público que é mais conectado, de interação para que seu ouvinte-internauta possa dar o feedback esperado.

Nessa nova era do rádio, podemos dizer que esta se tornando cada vez mais difícil separar o rádio da internet. O público busca e impõe essa nova característica que



potencializa os meios de comunicação abrindo novos caminhos. Através da pesquisa observou-se que rádio e internet juntos têm criado novos conceitos e diferentes resultados, na maioria, de grande utilidade, como, por exemplo, a inserção de imagens e textos num meio que antes era restrito ao som. Ao mesmo tempo em que o rádio se modifica o ouvinte se desenvolve e torna-se cada vez mais importante.

Referências

ARAUJO, T. **Informação num piscar de olhos**. 2005. Disponível em: <http://www.jornaldigital.jex.com.br/linguagem/informacao+num+piscar+de+olhos> acessado em: 29 jun. 2010.

BONILLA, M. **Escola aprendente**: desafios e possibilidades postos no contexto da sociedade do conhecimento. 2002. Disponível em: <http://poseducacaoestatistica.vilabol.uol.com.br/interatividade.htm> acessado em: 29 jun. 2010.

CANAVILHAS, J. **Webjornalismo**: considerações gerais sobre o jornalismo na web. Disponível em: <http://www.bocc.uff.br/pag/canavilhas-joao-webjornal.pdf> acessado em: 08 de jul. 2010.

CORDEIRO, P. **Rádio e Internet**: novas percepções para um velho meio. Disponível em: <http://www2.eptic.com.br/sgw/data/bib/artigos/09c415a25a21e901f774cd0e2352dcfc.pdf> acessado em: 29 jun. 2010.

FERRARETTO, L. **Rádio**: o veículo, a história e a técnica. 2 ed. Porto Alegre: Sagra Luzzatto, 2002

LOPEZ, D. **Radiojornalismo hipermidiático**: tendências e perspectivas do jornalismo e rádio *all news* brasileiro em um contexto de convergência tecnológica. Tese de Doutorado. Universidade Federal da Bahia, Salvador, 2009.

LOPEZ, D; FREIRE, M. O potencial das ferramentas multimídia em ambiente de convergência: Um estudo de caso do site da Rádio BandNews FM. **Estudos em Jornalismo e Mídia**, Vol. 7, No 1, 2010.

MACIEL, S. **A interatividade no diálogo de viva-voz na comunicação radiofônica**. 2009. Disponível em: <http://www.teses.usp.br/teses/disponiveis/27/27152/tde-14092009-150516/> acessado em: 24 jun. de 2010.

MIELNICZUC, L. **Jornalismo na Web**: uma contribuição para o estudo do formato da notícia na escrita hipertextual. Tese de Doutorado. Universidade Federal da Bahia, Salvador, 2003.



PALACIOS, M. **Jornalismo Online, Informação e Memória**: Apontamentos para debate. Apresentado nas Jornadas de Jornalismo Online, Departamento de Comunicação e Artes, Universidade da Beira Interior, Portugal, 2002.

RADDATZ, V.. Panorama do rádio em Porto Alegre. In: PRATA, Nair (org). **Panorama do Rádio no Brasil**. Florianópolis: Insular, 2010. (no prelo)

RIBEIRO, A. O uso de telefones celulares para a produção de conteúdo: viabilidade, possibilidades e necessidades. **Estudos de Jornalismo e Mídia**, Vol. II, No 2, 2005.

SALAVERRÍA, R; NEGREDO, S. **Periodismo Integrado**: Convergencia de Medios y Reorganización de Redacciones. Barcelona: Ed. Sol90, 2008.

SILVA, F. **Jornalismo reconfigurado**: tecnologias móveis e conexões sem fio na reportagem de campo. In: XXXI INTERCOM (CD-ROM). Natal-RN/Brasil, setembro, 2008.

URIBE, E. O rádio digital e o rádio em internet: além das transformações tecnológicas. **UNIrevista**, Vol. 1, No 3, 2006.