

## Multimedialidade no Rádio – Caso Rádio Jornal do Commercio<sup>1</sup>

Erick FRANÇA<sup>2</sup>  
Marcos ARAÚJO<sup>3</sup>

Faculdades Integradas Barros Melo (FIBAM), Olinda, PE

### RESUMO

Este artigo visa refletir sobre a mudança de perfil do veículo rádio, ao entrar na plataforma internet. Não só o rádio, mas outras mídias também foram atingidas pela evolução tecnológica e tiveram que se adequar as novidades. As modificações que o tradicional veículo sofreu com a web é algo que há alguns anos não se poderia imaginar. O rádio atualmente é multimídia, ou seja, junta som, vídeo, texto e foto. Por causa disso, o perfil dos diversos funcionários do rádio teve que também se adequar, como os radiojornalistas, comunicadores e técnicos. Sem contar que o ouvinte também mudou, a interação com os comunicadores é maior do que anteriormente. Esta apresentação baseia-se em um estudo de caso da Rádio Jornal do Commercio do Recife, que em 2011 se adequou ao novo perfil do jornalismo de rádio, o multimídia.

**PALAVRAS-CHAVE:** Internet; Jornalismo; Multimedialidade; Rádio.

### 1. Introdução

O veículo rádio sempre foi marcado pelo pioneirismo e por ser de vanguarda. Os experimentos feitos por diversos pesquisadores, inclusive pelo padre brasileiro Roberto Landell de Moura, em Campinas, no estado de São Paulo, com transmissões e recepções de sons por meio de ondas eletromagnéticas, já mostravam que a radiodifusão era algo além do seu tempo. Após a 1ª Guerra Mundial, o rádio começou a se consolidar como primeiro meio eletrônico de comunicação, já na década de 1920 foi criada a primeira estação comercial do mundo, a *KDKA*, ligada a *Westinghouse Electric*, nos Estados Unidos da América. Em 1947, três cientistas de Nova Jersey, nos Estados Unidos, inventaram o transistor de ponto de contato que usava germânio, um material semicondutor.

---

<sup>1</sup> Trabalho apresentado na Divisão Temática Jornalismo, da Intercom Júnior – IX Jornada de Iniciação Científica em Comunicação, evento componente do XXXVI Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação

<sup>2</sup> Estudante de Graduação 7º. semestre do Curso de Jornalismo da FIBAM, email: erick.pinto@yahoo.com.br

<sup>3</sup> Orientador do trabalho. Professor do Curso de Jornalismo da FIBAM, email: marcosjaraujo@uol.com.br

Nos anos seguintes, os transistores desenvolvidos podiam usar pilhas como fonte de energia. Depois o rádio passou a realizar transmissões regulares e comerciais em frequência modulada, que melhorou a qualidade do som. Até atualmente com a entrada da radiodifusão sonora na era das redes via satélite.

Na década de 1990, as redações começaram a se informatizar, além da inclusão da internet. Uma das principais mudanças alcançadas com esse processo foi a digitalização de sons, levando assim algo de maior qualidade para os ouvintes. Para Milton Jung (2004) o rádio não vai sumir, mas irá aproveitar esse momento para evoluir, aumentando seu alcance, explorando as melhorias tecnológicas e seu caráter sonoro, permitindo que, como na antena, o ouvinte continue navegando enquanto consome a informação.

A internet chegou ao rádio, no Brasil, no final dos anos 1990, nesse período as emissoras passaram a utilizar as tecnologias digitais nas redações e também começaram a criar suas páginas na rede para que se mantivessem atualizadas com o avanço das tecnologias (LOPEZ, 2009a). A rede mundial de computadores trouxe, não só para o rádio, mas para os demais veículos de comunicação, a convergência entre todos, já que a internet é um meio multimidiático. Henry Jenkins (2009) define convergência como o fluxo de conteúdos através de múltiplas plataformas de mídias. Débora Lopes (2009c) considera uma classificação de três níveis de convergência tecnológica no rádio. O primeiro nível é o período de informatização das redações, o segundo nível trata da tecnologia, que é a influência da tecnologia da informação e comunicação na produção de notícias e o terceiro nível é o momento em que se configura a produção multimidiática, com a produção de conteúdo em áudio, vídeo, texto, fotografia e infografia para a emissora. O rádio precisou se atualizar para não perder a audiência, que também se informatizou.

## **2. O rádio multimídia**

Segundo Ana Paula Velho (2009), o rádio na Internet, chamado de rádio multimídia, se compõe de outros recursos tecnológicos. Com o advento dessa nova tecnologia, o tradicional veículo monomídia se transforma num veículo multimídia. Segundo Cattani e Carlesso, “através da narrativa multimídia os meios de comunicação têm a opção,

embora nem todos tenham se adaptado, de se tornarem multiplataforma, ou seja, ter uma informação só e várias formas de exploração” (CATTANI e CARLESSO. 2011, p.10).

As emissoras de rádios, no Brasil, começaram a utilizar a internet para colocar a grade de programação e algumas outras informações sobre a emissora, como o perfil dos comunicadores, endereço, entre outros. A grande procura do público pela internet, nos anos 1990, fez com que o rádio também se incorporasse à rede mundial de computadores com conteúdo editorial. Houve uma mudança no perfil do ouvinte, e para não perder o fiel público, as emissoras tiveram que se adaptar. Para Débora Lopes (2009a), o ouvinte – agora também ouvinte-internauta – busca outras fontes de informação, cruza, contesta, discute, corrige, atualiza, conversa com o jornalista que está no ar. Mais que nunca, o ouvinte participa.

O público, agora, converte-se também em produtor de conteúdo e demanda do meio de comunicação uma nova postura em relação a ele, com um volume maior de ferramentas de interação, com a inserção do veículo nas redes sociais e com o espaço para que o ouvinte internauta se identifique com a rádio – e ajude a construir o seu conteúdo. A rádio está na internet, tem arquivo disponível para seu público, está no Twitter, no Orkut, no YouTube, no Flickr... O rádio está no celular, no carro, no computador. Cada vez mais o rádio, revisto, metamorfoseado, próximo e com preocupações com o jornalismo, com a utilidade pública e com o serviço, está presente na sociedade. Cada vez mais o rádio é rádio. Atualizado tecnologicamente, com mudanças em sua rotina e nas ferramentas que integra e que o compõem, mas ainda rádio (LOPES, 2009b, p. 13).

É possível perceber a multimídiaalidade do rádio através dos sites das emissoras, e através deles se pode observar a mudança que o veículo está passando com o adição de recursos multimidiáticos. Como os conteúdos veiculados nas rádios ficam disponíveis nos sites das emissoras, os ouvintes têm a opção de escutar a matéria, ler o texto, ver fotos e assistir vídeos a qualquer hora e em qualquer local. Não “se perde” mais uma matéria, como antes, agora ela estará sempre disponível no site da emissora após ser divulgada na programação convencional. Segundo Milton Jung (2004), o apresentador com que você simpatiza, o programa que fala da sua cidade natal e a emissora de sua preferência estão a um clique do *mouse*.

A sua emissora preferida pode ser lida. Na página, a reportagem completa que você perdeu agora a pouco, está em forma de texto com canais de acesso para você navegar na rede e pesquisar temas relacionados. Assuntos que não podem esperar o fim do debate que está no ar caem na tela sob o título “últimas notícias” (JUNG, 2004, p. 69).

Com a internet, o rádio expandiu as fronteiras de sua frequência, pois a emissora pode ser acessada, com uma boa qualidade de som, em qualquer lugar do mundo. É indiscutível que com a nova forma de fazer rádio, mudou-se também a forma de produzir a notícia para o rádio. O radiojornalista possui, agora, novas ferramentas para narrar o fato jornalístico. Atualmente, as empresas de comunicação buscam esse tipo de profissional, o multimídia, que trabalhe com a convergência de mídias e que saiba lidar com as linguagens dos diversos veículos midiáticos. Outros profissionais do rádio também tiveram que mudar, como o comunicador, que hoje tem de interagir com o ouvinte-internauta, os técnicos de som, que tiveram que se adaptar as recentes tecnologias, além dos ouvintes, que hoje também são internautas.

### **3. O caso Rádio Jornal do Commercio do Recife**

A Rádio Jornal faz parte do Sistema Jornal do Commercio de Comunicação (SJCC), um dos maiores conglomerados de mídia do país, composto pela TV Jornal, rádios Jornal e JC/CBN, portal NE10, e o Jornal do Commercio. Marcada pelo pioneirismo e por ser de vanguarda, a Rádio Jornal foi fundada em julho de 1948, pelo então dono do Jornal do Commercio, Francisco Pessoa de Queiroz. A emissora foi idealizada para ser a mais potente e completa rádio da América Latina. A Rádio Jornal do Commercio foi ao ar com o prefixo PRL 6 nas ondas médias e ZYK 2 e ZYK 3 nas ondas curtas. Segundo Morais et al. (2004), cerca de um mês antes da inauguração, a emissora realizou experiência com um de seus transmissores de ondas curtas, irradiando simultaneamente em ondas médias de 780 KHZ. Depois disso ela efetuou irradiações com seus dois transmissores de frequência modulada.

O prestígio da Rádio Jornal do Commercio era tão grande que em sua inauguração estiveram presentes o então Presidente da República, Eurico Gaspar Dutra, artistas nacionais e internacionais, políticos, autoridades, além de ter uma ampla cobertura da

imprensa nacional. Sua estrutura era tão grande que na época contava com uma equipe técnica de aproximadamente quarenta pessoas, além de ter departamentos específicos como: o Musical, que era composto por Orquestras Sinfônicas; o Artístico, que era composto por atores, cantores, locutores, apresentadores e músicos; o Radioteatro; Comercial; e o Técnico, que contava com apoio de engenheiros vindos de Londres.

De acordo com Morais et al. (2004), com a inauguração da Rádio Jornal do Commercio inicia-se um novo período no rádio pernambucano. Acirrava-se assim, a disputa entre a Rádio Jornal do Commercio e a Rádio Clube de Pernambuco.

Enquanto a Rádio Clube transmite duas apresentações diárias de radionovelas, uma ao final da tarde e outra à noite, a RJC veicula em quatro horários distribuídos ao longo do dia. Posteriormente, este número amplia-se para oito audições. A duração de cada capítulo era de quinze minutos e o tempo médio de duração da novela era cerca de quatro meses. Essas novelas, a princípio, eram compradas da Rádio Nacional (MORAIS; LIMA; MARQUES, 2004, p. 7).

Além disso, a Rádio Jornal do Commercio também pegou da programação da Rádio Clube de Pernambuco, o Repórter Esso. A transferência ocorreu por conta da audiência, qualidade técnica da Jornal, requisitos que eram exigidos pela direção da Esso, no Brasil. A família pernambucana escutava em quatro horários no decorrer do dia, o Repórter Esso, que dominava a audiência e fazia com que todos ouvissem atentamente as notícias.

Ainda na década de 1940, quando a Jornal começou a emitir sinal com transmissores potentes em ondas curtas e médias, e alcançou o mundo, surgiu o famoso slogan em inglês “*Pernambuco speaking to the world*”, que quer dizer “Pernambuco falando para o Mundo”. O proprietário da Rádio, Pessoa de Queiroz, não se cansou de expandir o alcance de sua emissora e na década de 1950 e instalou radiodifusoras no interior do estado, criando a primeira rede de rádios AM de Pernambuco.

Pode-se considerar que a emissora passou por três mudanças significativas em sua parte técnica. A primeira mudança aconteceu com a troca de transmissores valvulados por transmissores em estado sólido. Assim houve economia tanto da energia elétrica quanto da troca das válvulas, que eram frequentes. A segunda mudança diz respeito à digitalização da emissora, quando computadores, softwares, dentre outros equipamentos digitais foram adquiridos e levaram a rádio para a era digital. A terceira mudança

aconteceu com a digitalização do som, quando em 2002, Copa do Mundo, no Japão e na Coreia do Sul, a Rádio Jornal transmitiu do outro lado do mundo um som com qualidade de estúdio. Com a digitalização do som a emissora é capaz de transmitir de qualquer lugar do mundo um som digital, antes as transmissões fora de Pernambuco eram semelhantes a ligações de telefone celular.

Na Copa do Mundo de Futebol, na Alemanha, em 2006, a Rádio Jornal criou um blog para mostrar os bastidores da cobertura do evento esportivo, o site chama-se Blog dos Bastidores. O blog que seria apenas para os bastidores se tornou o primeiro meio multimidiático da emissora, pois a partir dele os repórteres começaram a tirar fotos de algumas reportagens, que tinham maior relevância, e postavam no blog. Como o site oficial da Rádio estava fora do ar havia algum tempo, o blog ficou sendo o “portal” oficial da emissora na internet. Os ouvintes começaram a ter uma maior familiaridade com a equipe da Rádio Jornal, pois no blog eram exibidas as fotografias de identificação dos comunicadores, produtores e repórteres.

O produtor da Rádio Jornal, Rafael Souza<sup>4</sup>, foi a primeira pessoa responsável por atualizar o Blog dos bastidores. Ele entrou em 2010, após a Copa do Mundo da África do Sul, e participou da transferência de linguagem e perfil da Rádio Jornal. Para ele a chegada da nova plataforma trouxe mudanças na forma de produzir conteúdos para o veículo.

De início era um pouco confuso, mas depois a gente foi atualizando mês a mês, e foi vendo o interesse dos ouvintes pelo blog. Via o número de acessos, os comentários, e verificamos que o projeto foi tomando corpo. Com o tempo ele ficou até mais importante que o próprio site da rádio. O público tinha interesse em saber sobre os bastidores da emissora. O difícil mesmo foi os profissionais se acostumarem com essa nova dinâmica de fazer rádio. Mas a mudança foi gradativa, mas ela aconteceu e hoje a gente sente a diferença (informação verbal).

Com o tempo, as redes sociais como o Twitter e o Facebook, foram introduzidas na emissora. Atualmente, no perfil da Rádio Jornal no Facebook ([facebook.com/rdjornal](https://www.facebook.com/rdjornal)), existem mais de 10.000 seguidores, e no Twitter (@rdjornalrecife) quase 20.000 seguidores. Nas redes sociais são colocados os destaques do site da Rádio Jornal e do Blog dos Bastidores, além de interagir com os

---

<sup>4</sup>Em entrevista concedida ao autor em 15/11/2012

ouvintes-internautas através de promoções e prestação de serviços. Vários assuntos levantados pelos seguidores da Rádio nas redes sociais viraram notícia na rádio convencional. Em 2011, novamente a emissora mostrou seu pioneirismo ao implantar o novo perfil de radiojornalismo em Pernambuco, o multimídia. Através do site da emissora, os ouvintes podem observar as outras linguagens, tais como imagem e vídeo, desenvolvidas pelos repórteres da Rádio Jornal.

Rafael Souza também fez parte da primeira equipe do novo site da Rádio Jornal, após ter ficado alguns meses fora do ar. Ele relata que com o tempo a página da emissora ficou com formato de um portal, inclusive com milhares de acessos.

Nós temos dois profissionais e dois estagiários para tomar conta do site. No começo a página era muito primitiva, hoje ela tem mais informações. Mas destacamos o que é nosso, ou seja, o áudio. Até porque não adiantava fazer um site de uma rádio só com texto. Geralmente fazemos chamadas (em texto) com o material em áudio que temos. Com o tempo também colocamos vídeo, fotos e atualmente o site tomou corpo e atinge números de acessos de um portal, chegando a meio milhão de pessoas acessando por mês (informação verbal).

A seguir iremos observar alguns elementos que faz a Rádio Jornal ser considerada multimídia por esta investigação.

#### **4. O radiojornalista multimídia**

Para Milton Jung (2004), a nova tecnologia levará o jornalista de rádio a mudar a forma de agir, pois proporcionará novas necessidades. O radiojornalista quando sai para fazer uma matéria, tem de levar, não somente o gravador, mas também um celular e/ou uma câmera, pois precisará fotografar e filmar o fato jornalístico. Depois de ouvir a matéria na programação, o ouvinte-internauta irá procurar o conteúdo no site da emissora, pois o rádio multimídia extrapola os limites do áudio.

As rotinas produtivas do jornalismo sempre foram marcadas pela presença de elementos tecnológicos e seu desenvolvimento fez com que os jornalistas realizassem algumas adaptações. Assim como a inserção do telefone e, posteriormente, a possibilidade de gravar áudio via telefone alteraram as rotinas, por exemplo, de emissoras de rádio, a rede mundial de computadores também é apresentada como um novo potencial para a apuração jornalística, que gerou novas rotinas e novos fazeres no jornalismo (LOPES, 2009a, p. 31).

Desde a inserção das “sonoras” no rádio, até a inserção de conteúdos de outros meios de comunicação, como a foto e o vídeo, o radiojornalista teve que se adaptar ao novo perfil de rádio.

Reportagens não precisam mais ser transmitidas por linha telefônica, estão comprimidas em arquivos que trafegam na intranet. A edição digital torna o trabalho mais rápido. Da rua, portando um *notebook*, o próprio repórter é capaz de escrever a matéria, escolher o trecho das entrevistas que irá ao ar, gravar o texto e, conectado na rede, gerar para a emissora a reportagem editada (JUNG, 2004, p. 68).

Toda essa nova rotina, faz o jornalista assumir uma nova postura no trabalho, o que implica em realizar a cobertura do fato jornalístico de formas diferentes. Atualmente, o radiojornalista pensa na informação além da sonoridade, lendo os acontecimentos sob uma perspectiva – técnica e tecnologicamente – mais ampla (LOPES, 2009a).

Durante os anos 1990 surgiu uma tendência que hoje predomina nas redações: o jornalista de rádio é responsável pela edição do áudio de suas reportagens. Com isso, o profissional precisa agora, além de acumular as habilidades técnicas e inserir esta atividade em sua carga horária de trabalho diária, pensar as estratégias narrativas que irá adotar ao compor sua peça sonora. A cada dia esta tendência se consolida, aliada, com a entrada das emissoras de rádio na internet, à produção de conteúdo em texto para complementar e/ou apresentar as informações que compõem o áudio. Inicia-se com este processo a exigência por um jornalista multimídia para a produção radiofônica, que pense as especificidades do rádio, mas que compreenda o novo ambiente em que este veículo se insere e a necessidade que ele tem de se apresentar como multiplataforma e hipermediático (LOPES, 2009c, p. 8).

Embora a convergência de mídias tenha transformado o perfil do jornalista de rádio, o veículo e o próprio profissional não perderam com esta mudança. Existe o desafio diário de o novo radiojornalista construir a possibilidade de mais de uma leitura para a notícia. Há também a renovação do meio rádio, que com sua inserção na internet consegue expandir a audiência entre os jovens. Todavia, a despeito de toda essa transformação, o jornalista (de rádio) ainda pode se considerar um profissional de áudio – mas não somente (LOPES, 2009a).

Na emissora não se pode considerar que os repórteres sejam totalmente multimídia, pois só tiram fotos e filmam. Entende-se que o repórter multimídia além da imagem, escreve para a internet, para o impresso, e grava *off*<sup>5</sup> para o vídeo. Na Rádio

Jornal existe uma equipe específica para transformar a linguagem de rádio para a internet, além de postar os conteúdos feitos pelos repórteres. Segundo o repórter Fábio Mendes<sup>6</sup> (2012), há nove anos, quando entrou na Rádio Jornal, os repórteres ainda utilizavam o gravador analógico, que utilizava fita cassete. Com a inclusão dos gravadores digitais, alguns defeitos do analógico, como a fita que acabava no meio da gravação e até mesmo problemas mecânicos, foram sanados. Mas os primeiros gravadores digitais não tinham uma boa qualidade, pois o som ambiente vazava muito, e havia uma perda de qualidade do som.

Na segunda geração de gravadores, a qualidade do som aumentou muito, os gravadores digitais já vinham com áudio de estúdio. Isso tudo modificou a qualidade do áudio e o ouvinte sentiu a diferença. Em relação à telefonia, não houve muita diferença em quase uma década. Para ele, o que mudou, realmente, foi a cobertura das operadoras de telefonia, que hoje atingem mais lugares do que antes.

O repórter tem que ser cada vez mais polivalente, mais completo, tem de ter conhecimentos complementares, pois há uma intertextualidade muito grande. Você sai para fazer uma pauta no rádio, que teoricamente o conteúdo jornalístico é em áudio, mas tira foto, filma, pois tem um site da rádio que hospeda todo esse material. E tudo complementa o conteúdo que você deu. Isso exige que você seja mais completo também. Hoje o radiojornalista tem mais atribuições do que se tinha. Por um lado a tecnologia facilitou e por outro obrigou o repórter a fazer mais coisas (informação verbal).

O repórter José Silvério<sup>7</sup> está na emissora há vinte anos. Ele viveu a transferência tecnológica que a Jornal passou nos últimos anos. Em relação a telefonia, ele relembra do tempo que fazia reportagem sem o telefone celular.

Houve uma explosão numa fábrica no Cabo de Santo Agostinho, no Grande Recife, daí morreram pessoas e tinham várias outras feridas. Só podíamos falar com a Rádio ou pelo orelhão ou pelo carro de transmissão da emissora. O orelhão mais próximo ficava a cinco quilômetros do local do acidente, então eu tinha que fotografar na mente tudo o que estava acontecendo e correr para o orelhão com as fichas em mão. Agora com o celular e a tecnologia, o repórter passa o flash do local onde está acontecendo a notícia e com uma qualidade muito superior (informação verbal).

---

<sup>5</sup> Expressão em inglês que significa ‘desligado’, ‘fora’. Aqui, tem o sentido de uma narração feita por um narrador que não aparece na imagem.

<sup>6</sup> Em entrevista concedida ao autor em 23/04/2012

<sup>7</sup> Em entrevista concedida ao autor em 17/11/2012

Em relação à mudança de linguagem com a chegada da multimídia, Mendes acredita que o conteúdo do veículo sofre algumas adaptações. Hoje, quando se produz alguns conteúdos se pensa em como utilizá-los na internet.

Uma coisa que o rádio mudou muito com a internet foi a temporalidade da matéria, quando passava no ar ela não era mais repetida. Com a ligação do portal da rádio com a rádio no ar, o ouvinte tem a opção de encontrar a matéria no rádio a qualquer momento, na internet. Antes, as pessoas para ter acesso as matérias tinham que pedir uma cópia através de um ofício. Hoje fica disponível na internet, 24 horas por dia (informação verbal).

O atual coordenador de Jornalismo da Rádio Jornal, Carlos Morais<sup>8</sup>, relata que com a implantação do site da emissora gerou-se uma demanda por mais conteúdo, a partir disso surgiu a ideia de ter mais áudio, imagem e novidades.

Um repórter vai pra rua e grava um flash em torno de dois minutos, mas na Rádio Jornal o repórter grava mais do que aquele tempo e não se perde aquela matéria e se dar outro foco e coloca na internet. Além disso, nós fazemos avaliações permanentes do que o ouvinte está mais acessando no site, o que mais interessa a ele. Através disso a gente descarta o que ele menos gosta e dar ênfase no que está tendo mais acesso. O interessante é que há casos em que um assunto teve mais repercussão no site do que no próprio veículo (informação verbal).

## 5. O comunicador multimídia

Já na época da Copa do Mundo de 2006, na Alemanha, foi implantado o Painel Interativo – uma página na internet onde os ouvintes enviam mensagens para os comunicadores lerem no ar. Antes os ouvintes só participavam através do telefone e de cartas, com o Painel os ouvintes-internautas começaram a interagir mais com os comunicadores e foram descobertos ouvintes em vários lugares do mundo, que ouviam a Rádio Jornal através da internet. Esta nova plataforma fez com que o internauta tivesse mais vez e voz no tradicional veículo rádio, que estava engatinhando na web.

Atualmente, praticamente, em todo programa da Rádio Jornal, os comunicadores leem a opinião dos ouvintes-internautas, que estão no Painel Interativo. As ligações

---

<sup>8</sup>Em entrevista concedida ao autor em 15/11/2012

através do telefone ainda existem na programação, mas a participação pelo Painel cresce a cada dia.

Além disso, no final de setembro de 2012 foi implantada a transmissão ao vivo, por vídeo, do estúdio da Rádio Jornal. Por causa disso, o comunicador que os ouvintes só o conheciam por voz, agora aparece também no vídeo. Essa é uma tendência que as grandes redes de rádio do país já estavam implantando em suas emissoras e a Rádio Jornal também seguiu e beneficiou os ouvintes-internautas. O comunicador tem de se importar com a imagem, já que agora todos o veem durante o seu programa. A dinâmica da apresentação dos programas deve mudar com a entrada desse novo elemento no estúdio.

O comunicador da Rádio Jornal, Geraldo Freire<sup>9</sup>, é conhecido como “O comunicador da Maioria”. O seu programa é campeão em audiência em todo estado. Ele começou a trabalhar em emissoras de rádio na década de 1960, e não concorda com a implantação da câmera no estúdio, para ele isso tira a magia do rádio.

Isso não é televisão, isso é rádio. Eu não concordo com a câmera dentro do estúdio. As pessoas são curiosas por vida e só escutando o rádio, elas ficam imaginando quem são as pessoas que estão falando e criam cenários, fisionomias. Com a câmera, as pessoas vão para o computador e nos veem, e dão pitacos sobre nossa roupa, sapato, entre outros. Agora, a questão do som pela internet eu quero que seja perfeito para que eu alcance o mundo e o mundo me alcance (informação verbal).

A maioria dos comunicadores da Rádio Jornal possuem perfis nas principais redes sociais da internet, isso provoca uma maior familiaridade do ouvinte com a pessoa do comunicador. Muitas vezes essa relação de aproximação entre quem faz o rádio e a audiência é mais acentuada nessas redes sociais, o pessoal deixa de ser profissional e vise e versa.

## **6. Ouvinte multimídia**

O ouvinte de rádio já é reconhecido por sua participação nos programas das emissoras. Seja através do telefone ou das tradicionais cartas, os fiéis ouvintes marcam presença no ilustre veículo. Com a chegada da internet, a interatividade aumentou e é

---

<sup>9</sup>Em entrevista concedida ao autor em 28/11/2012

possível ter uma comunicação mais direta com o comunicador e com as pessoas envolvidas na produção da emissora. Pode-se considerar que existem mais ferramentas e por conta disso o ouvinte, que agora também é internauta, interage de uma forma mais intensa.

Na Rádio Jornal, os ouvintes participam da programação tanto pelo telefone quanto pelo site da emissora. Através do Painel Interativo, na internet, esse ouvinte opina, comenta, critica, e fala com o comunicador como se estivesse mais perto dele. E com a chegada da Câmera filmando o estúdio 24 horas, o ouvinte-internauta se aproximou mais da emissora e agora reconhece quem são os entrevistados dos programas, a cor da roupa dos apresentadores, dentre outros detalhes.

No site, o ouvinte-internauta também participa de enquetes sobre diversos temas e sorteios de ingressos para cinemas, shows, além de diversos presentes. Nas redes sociais, os ouvintes compartilham informações que estão nos perfis oficiais da emissora e também participam da rádio por essas plataformas, fazendo denúncias, sugerindo matérias e opinando sobre vários assuntos.

Além do perfil oficial, no Facebook existe um grupo de discussões sobre a emissora formada por ouvintes-internautas. No grupo os internautas compartilham imagens, mandam recados, dentre outras atividades.

## **7. Equipamentos multimídia**

A Rádio Jornal adquiriu aparelhos celulares de última geração, como Iphone e aparelhos com tecnologia Android, esses equipamentos possibilitam gravar áudio, muitas vezes até se pode editar, e enviar pela internet, por FTP – sigla em inglês que significa *File Transfer Protocol* (Protocolo de Transferência de Arquivos), para o estúdio e numa qualidade melhor que as ligações telefônicas. Outra possibilidade são as câmeras em alta resolução desses equipamentos, que permitem fotografar e filmar em alta qualidade. Os celulares de última geração ainda permitem que o repórter ache locais de difícil acesso nos mapas virtuais da internet. Tudo isso em um único aparelho celular.

Como a Rádio Jornal faz parte do SJCC, em alguns momentos fotografias tiradas pelos repórteres da Rádio Jornal foram para o jornal impresso. O portal utiliza os áudios veiculados na Rádio. Como também fotos do Jornal, vídeos da TV, e todos os materiais

dos outros veículos ficam disponíveis para a rádio utilizar. Realizando assim a convergência entre os veículos do Sistema.

Nas sondagens realizadas para a elaboração do presente artigo, constatou-se que a prioridade da Rádio Jornal ainda é a informação em áudio, se houver uma situação de gravar o áudio ou tirar foto, a escolha será gravar. Fotografar ou filmar, ainda é uma atividade complementar que os repórteres fazem no tempo de espera nas pautas.

A emissora também disponibilizou para os ouvintes aplicativos para celulares. Tanto os aparelhos que utilizem a tecnologia Androide ou o Iphone podem ouvir a programação da Jornal em qualquer lugar do mundo. Só é preciso fazer download do aplicativo mobile e ouvir tranquilamente.

O repórter Fábio Mendes acredita que, na Rádio Jornal, o novo perfil de radiojornalista, o multimídia, está se consolidando aos poucos, até porque esse tipo de profissional é uma tendência do mercado da comunicação, no futuro próximo os repórteres de todos os veículos deverão ser multimídia, quando terão que escrever para as diversas linguagens dos veículos. O que, para Mendes, significa que “ao invés de ficar um repórter de rádio fazendo quatro matérias num período, serão quatro repórteres em quatro locais diferentes fazendo matérias para os diversos veículos” (informação verbal).

## **8. Considerações finais**

O veículo rádio se renovou e foi um dos meios de comunicação que mais foi beneficiado com a chegada da internet. Com a rede mundial de computadores a dinâmica de fazer rádio mudou, agora numa plataforma universal a programação das emissoras passaram a ter um maior alcance e chegam a qualquer lugar do mundo. A Rádio Jornal do Comercio voltou a falar para o mundo com a internet. Como sempre de vanguarda, a emissora inovou ao ser a primeira rádio do estado de Pernambuco a ter um perfil multimídia. Essas transformações tecnológicas sofridas pelo rádio hertziano, fez com que conteúdos exclusivos estivessem disponíveis para o ouvinte-internauta, o que certamente aumentou a paixão dele pelo veículo rádio.

A mudança tecnológica ou de perfil alcançou a produção de conteúdo, pois atualmente o foco não é apenas no áudio, mas também na imagem. Os radiojornalistas possuem agora atividades mais complexas do que antes, e é preciso

ter conhecimentos técnicos específicos para lidar com essa nova forma de fazer rádio. Também alcançou os comunicadores, que hoje desempenham um papel mais íntimo com o ouvinte, que virou internauta. O novo rádio também tem transmissão em vídeo, ao vivo, dos programas. O ouvinte da Rádio Jornal aprovou a iniciativa da emissora, até porque, através da internet, ele está interagindo mais, opinando mais e criticando mais. Pode-se considerar que as múltiplas possibilidades de interação seduziram os ouvintes-internautas. Esse processo é mais uma etapa da mudança do rádio monomídia para o multimídia. É mais uma etapa de implantação do novo rádio.

## REFERÊNCIAS

AROSO, Inês Mendes Moreira. **A Internet e o novo papel do jornalista**, 2003. Disponível em: <<http://www.bocc.ubi.pt/pag/bianco-nelia-internet-mudanca-jornalismo.pdf>> Acesso em: 04 jun 2012.

ABREU, Alzira Alves de. **A modernização da imprensa (1970 – 2000)**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Ed., 2002.

BAUMWORCEL, Ana. **Radiojornalismo e sentido no novo milênio**. In: MOREIRA, Sônia Virgínia e DEL BIANCO, Nélia (Org.). **Desafios do Rádio no Século XXI**. São Paulo: INTERCOM, Rio de Janeiro: UERJ, 2001.

CATTANI, Maurício; CARLESSO, Ricardo. **Rádio e Internet: Um Estudo de Caso do Site da Super Rádio Tupi**. 2011. Trabalho apresentado na Intercom Júnior – Jornada de Iniciação Científica em Comunicação, evento componente do XXXIV Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, Recife – PE, 2011.

FERRARETTO, Luiz Artur. **Rádio: o veículo, a história e a técnica / Luiz Artur Ferraretto**. Porto Alegre: Editora Sagra Luzzatto, 2001.

JENKINS, Henry. **Cultura da convergência / Henry Jenkins; tradução Suzana Alexandra**. 2. Ed. – São Paulo: Aleph, 2009.

JORGE, T. M. **A notícia em mutação. Estudo sobre o relato noticioso no jornalismo digital**. Tese de doutorado. Programa de Pós-Graduação em Comunicação, Universidade de Brasília, 2007.

JUNG Milton. **Jornalismo de rádio**. São Paulo: Contexto, 2004.

LOPEZ, Debora Cristina. **Radiojornalismo hipermidiático: tendências e perspectivas do jornalismo de rádio all news brasileiro em um contexto de convergência tecnológica**. 2009. 301 f. Tese (Doutorado) – Faculdade de Comunicação. Universidade Federal da Bahia (UFBA), Salvador, 2009a.

\_\_\_\_\_. **Marcos tecnológicos do radiojornalismo no Brasil: uma revisão histórica.** 2009. Trabalho apresentado ao VII Encontro Nacional de História da Mídia, Fortaleza – CE, 2009b.

\_\_\_\_\_. **Radiojornalismo e convergência tecnológica: uma proposta de classificação.** 2009. Trabalho apresentado ao XXXII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, Curitiba – PR, 2009c.

MEDITSCH, Eduardo. **O Rádio na era da informação - teoria e técnica do novo radiojornalismo.** Florianópolis: Insular, Ed. da UFSC, 2001.

\_\_\_\_\_. **A especificidade do rádio informativo.** 1996. Tese (Doutorado) – Universidade de Lisboa, Lisboa, 1996.

MORAIS, M. L. N. de; Lima, A. L. de; Marques, B. **Anotações para a história do rádio em Pernambuco.** Trabalho apresentado no II Encontro Nacional da Rede Alfredo de Carvalho – GT História da Mídia Sonora. Florianópolis - SC, 2004.

PEREIRA, Fábio Henrique; JORGE, Thaís de Mendonça. **Jornalismo On-line no Brasil: reflexões em direção ao perfil de um profissional multimídia.** Trabalho apresentado no GP Gêneros Jornalísticos do IX Encontro dos Grupos/Núcleos de Pesquisa em Comunicação, evento componente do XXXII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, Brasília, DF .

PINTO, Erick França. **Multimedialidade no rádio: a mudança de perfil do radiojornalista.** Trabalho apresentado na Intercom Júnior – Jornada de Iniciação Científica em Comunicação, evento componente do XXXV Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, Fortaleza – CE, 2012.

VELHO, Ana Paula M. **A Linguagem do Rádio Multimídia.** BOCC. Biblioteca On-line de Ciências da Comunicação, v. 2, p. 2-2, 2009.

### **Fonte oral**

FREIRE, Geraldo. **Entrevista concedida ao autor em 28 de novembro de 2012.** Recife, 2012.

MENDES, Fábio. **Entrevista concedida ao autor em 23 de abril de 2012.** Recife, 2012.

MORAIS, Carlos. **Entrevista concedida ao autor em 15 de novembro de 2012.** Recife, 2012.

SILVÉRIO, José. **Entrevista concedida ao autor em 17 de novembro de 2012.** Recife, 2012.

SOUZA, Rafael. **Entrevista concedida ao autor em 15 de novembro de 2012.** Recife, 2012.