



Convergência e uso de ferramentas de interatividade: o site da Rádio Comunitária FM de Frederico Westphalen¹

Roscéli KOCHHANN²
Aline RECHMANN³
Débora Cristina LOPEZ⁴

Universidade Federal de Santa Maria, Frederico Westphalen, RS

Resumo

O artigo aqui apresentado é parte do projeto de pesquisa intitulado “As novas relações do público com o jornalismo de rádio: um estudo sobre as estratégias de interação a partir de programas de mensagens instantâneas e sua influência sobre o fazer jornalístico na rádio Comunitária FM de Frederico Westphalen”, vinculado ao Núcleo de Pesquisa e Extensão em Mídia Sonora (NUPEMS). Trata-se de uma análise do site da Rádio Comunitária FM que identifica as ferramentas de interatividade encontradas nessa página, bem como do estudo das formas e possibilidades de aplicação dessas ferramentas. O trabalho foi realizado a partir de uma revisão de literatura e de uma pesquisa de campo, com entrevistas e observação de rotinas. Nessa pesquisa de campo buscou-se observar o uso das ferramentas de interatividade na produção de um radiojornal da rádio escolhida como estudo de caso.

Palavras-chave: Convergência; interatividade; Rádio Comunitária FM; radiojornalismo; tecnologias.

Introdução

A cada minuto que se passa algum dispositivo tecnológico é criado ou aperfeiçoado em algum lugar do mundo. Ou ainda, a todo momento alguma nova forma de aplicação de uma tecnologia é descoberta. Tudo isso traz conseqüências no cotidiano das pessoas e no campo do jornalismo isso não poderia ser diferente. Hoje a expansão de tecnologias modifica as rotinas do jornalismo de forma intensa.

Quando se fala no veículo rádio essas transformações também são evidentes. Desde a época em que se utilizava o telégrafo para transmitir sinais a distância até a utilização da internet e do celular, muitas foram as alterações, principalmente na questão das rotinas produtivas. Por exemplo, se antes para ser um bom profissional de rádio era

¹Trabalho apresentado no Intercom Junior- Comunicação Audiovisual, do XI Congresso de Ciências da Comunicação na Região Sul e realizado de 17 a 19 de maio de 2010.

²Estudante de Graduação 8º. semestre do Curso de Comunicação Social- Hab. Jornalismo Jornalismo da Universidade Federal de Santa Maria, email: rosceli.ko@hotmail.com

³Estudante de Graduação 5º. semestre do Curso de Comunicação Social- Hab. Jornalismo Jornalismo da Universidade Federal de Santa Maria, email: enila_re@hotmail.com

⁴ Orientador do trabalho. Professor do Curso de Comunicação Social- Hab. Jornalismo da Universidade Federal de Santa Maria, email: deboralopezfreire@gmail.com



necessária apenas uma boa voz, hoje é preciso que este profissional domine ferramentas como internet, gravadores e celulares, entre outras.

Além de servir como suporte do produto radiofônico, a internet hoje serve também como forma de interação entre ouvinte e emissora, ou ainda entre um ouvinte e outro. Se nos anos 90 essa interatividade se dava através de cartas e telefonemas, hoje a internet diminui distâncias e proporciona a intensificação de duas características fundamentais do rádio: a instantaneidade e a interatividade. Isso acontece porque a utilização das possibilidades de interação que a internet oferece pode ser instantânea. Pode acontecer, por exemplo, quando um jornalista que está apresentando um radiojornal veicula determinada notícia e algum ouvinte tem a possibilidade de contribuir com a informação. Assim que a notícia vai ao ar, o ouvinte faz contato imediato com a produção, para fazer alguma contribuição. A partir do momento que a contribuição vai ao ar, a emissora estimula o seu público a participar mais vezes da programação, intensificando assim, as duas características acima citadas. Assim, essa possibilidade de interação permite ainda a fidelização do público de determinado programa radiofônico.

Este artigo é parte do projeto “As novas relações do público com o jornalismo de rádio: um estudo sobre as estratégias de interação a partir de programas de mensagens instantâneas e sua influência sobre o fazer jornalístico na rádio Comunitária FM de Frederico Westphalen”, vinculado ao Núcleo de Pesquisa e Extensão em Mídia Sonora (NUPEMS). O projeto tem como objetivo principal compreender o papel do ouvinte interativo na definição e formulação das rotinas do jornalismo radiofônico e para tanto tem como objeto de estudo a Rádio Comunitária 97.9 FM de Frederico Westphalen. A Rádio Comunitária de Frederico Westphalen está no ar há seis anos e possui programação jornalística e musical. A escolha pela emissora se deve a busca pela compreensão de como as ferramentas digitais, predominantemente os programas de mensagens instantâneas, afetam o processo de construção da notícia em uma emissora comunitária do norte do Rio Grande do Sul.

Assim, este trabalho está dividido basicamente em três partes. A primeira parte traz um texto breve sobre o processo de convergência, já que consideramos a intensificação da interatividade como uma das conseqüências desse processo. Num segundo momento apresentamos um texto que trabalha a interatividade de maneira geral



e, por fim, o estudo de caso sobre a interatividade na Rádio Comunitária FM, de Frederico Westphalen.

O Processo de Convergência

Ela representa uma transformação cultural, à medida que os consumidores são incentivados a procurar novas informações e fazer conexões em meio a conteúdos midiáticos dispersos (JENKINS,2006). É um processo resultante da alteração e aperfeiçoamento diário das tecnologias, ou ainda do surgimento de novas opções tecnológicas.

Muitas são as opções de convergência presentes nos nossos dias. Na telefonia, por exemplo, temos a opção de adquirir celulares com diferentes opções. Entre elas podemos destacar a utilização de mensagens SMS, transmissões de televisão, acesso a internet, gravadores de áudio, entre outras. A partir do momento que utilizamos esse celular para assistir algum programa televisivo, estamos fazendo uso de uma possibilidade de convergência. Não só no caso da telefonia, mas em diversas situações, a convergência se faz presente em nosso cotidiano.

Segundo GARCÍA ÁVILÉS (2007) é impossível compreender a comunicação sem considerar a existência da convergência. Ela afeta diretamente as práticas e rotinas de produção de todos os veículos de comunicação. A convergência refere-se ao fluxo de conteúdos através de diferentes suportes midiáticos, a cooperação entre mercados midiáticos e ao comportamento migratório dos públicos dos meios de comunicação, que vão a quase qualquer parte em busca de experiências de entretenimento que desejam (JENKINS, 2006).

A partir desse comportamento migratório dos públicos a rotina desses públicos também é alterada de forma intensa. Por exemplo, se temos a possibilidade de acesso a uma conta bancária via celular, temos uma configuração de rotina na vida das pessoas. Ou ainda, quando se torna possível interagir com determinado programa radiofônico, modifica-se também o número de participações do ouvinte na produção desse programa, alterando, além da rotina de produção do programa, a rotina de seu ouvinte.

Assim, com a ampliação das possibilidades tecnológicas, aumenta também a oferta de canais de interação. Um ouvinte que acompanha a programação de determinada emissora via internet, muitas vezes encontra possibilidades de interação no próprio site da emissora que acompanha. É o que acontece no caso da Rádio Comunitária FM. Ao acessarmos o site temos a possibilidade de interagir com a



produção através de canais como o “Galera MSN”, “Peça sua música”, “Mural de Recados” ou “Enquete”. Sabemos ainda que a emissora também utiliza o MSN pra estabelecer contato com seu ouvinte, porém não menciona essa possibilidade no site. No ar, os locutores convidam o ouvinte a participar via MSN.

Considerando que a potencialização da interatividade é uma consequência da convergência, é preciso mencionar que existem diferentes dimensões de convergência como a empresarial, de conteúdo, profissional e tecnológica. Em nosso trabalho atentamos especialmente para a convergência tecnológica e suas consequências. Trata-se da base da convergência profissional, de conteúdos e empresarial. Corresponde a revolução instrumental que está tendo lugar, nos últimos anos, no processo de composição, produção e difusão da imprensa (SALAVERRÍA, 2008). Essa dimensão de convergência pode ainda ser estudada como a união de diferentes mídias em um mesmo suporte midiático. Dois exemplos dessa convergência são a internet e os celulares. A internet difunde áudios, vídeos, textos, imagens. Quando acessamos o site da Rede Paranaense de Comunicação⁵, por exemplo, encontramos textos, vídeos, fotos e encontramos links de emissoras de rádio, jornais e televisão pertencentes ao grupo. Em uma mesma página, é possível que se encontre conteúdos de todas as formas, caracterizando assim um processo de convergência.

Quando falamos em celulares, é importante destacar que poucos, ou nenhum deles, tem a única função de fazer e receber ligações. Eles hoje já nos permitem o envio de arquivos, tirar fotografias, gravar áudios. Possibilitam ainda a sintonia de emissoras de rádio, portais de notícias, permite que se façam vídeos, entre outras funções.

É necessário deixar claro também as outras dimensões deste projeto. A convergência empresarial, por exemplo, trata da diversificação midiática ocorrida em empresas (SALAVERRÍA, 2008). Acontece quando uma empresa jornalística trabalha com diferentes veículos de comunicação. Já a convergência de conteúdos, refere-se a difusão dos mesmos conteúdos através de diferentes meios (SALAVERRÍA, 2008). Ocorre, por exemplo, quando um jornal on-line ocupa-se de um mesmo conteúdo divulgada em sua versão impressa.

Já a convergência profissional pode ser considerada uma consequência das outras dimensões. Segundo Kischinhevsky (2008), o profissional de imprensa é uma das mais destacadas vítimas do processo econômico, social, político e cultural que

⁵ <http://home.rpc.com.br>



conhecemos por convergência. Quando uma única empresa é responsável pela produção de diferentes veículos, quando conteúdos convergem e quando as tecnologias passam a fazer parte das rotinas das redações de forma mais intensa, as características dos profissionais de comunicação também tendem a sofrer alterações.

No cenário da convergência destacamos as alterações que se passam na rotina produtiva dos profissionais de imprensa, principalmente os profissionais do radiojornalismo. Exige-se hoje, um profissional ágil e multimídia. Não basta que ele saiba elaborar bons textos para a mídia impressa, por exemplo. É necessário que ele seja capaz de criar bons produtos para a mídia impressa, televisiva, radiofônica, digital. Precisa ainda ser capaz de fotografar, diagramar, escrever e gravar as reportagens. Essa situação assume um destaque ainda maior quando trata-se da produção do jornalismo do interior. O profissional de rádio, no contexto interiorano, é quem redige as notícias, grava as entrevistas, faz a locução e ainda, algumas vezes, abastece o site da emissora com informações. É o que acontece na Rádio Comunitária de Frederico Westphalen. Assim, acontece uma integração de funções nas redações. No caso da Comunitária isso acontece no momento em que os produtores assumem a locução do radiojornal. Além disso esse acúmulo de funções também pode ser observado quando consideramos que um dos responsáveis pela elaboração e locução do “Jornal da Comunitária” é também responsável pela atualização da parte jornalística do site da emissora.

Alguns profissionais se questionam sobre a sua própria função de repórteres porque se converteram em “empacotadores de conteúdos”. (SALAVERRÍA,2008) Para o mesmo autor, hoje são em menor número os redatores que se preocupam em gerar notícias. A maioria se dedica a elaborar o que recebem de agências (2008). Quando falamos em radiojornalismo, essa forma de se fazer jornalismo acaba tornando-se um problema, uma vez que o rádio perde parte de uma das suas principais características, que é a veiculação de notícias locais. Para atender essa característica, a forma mais indicada seria a reportagem de rua. A partir do momento em que o radiojornalista fica na redação “empacotando” conteúdos, contribui para que essa característica se perca.

Nesse contexto de convergência profissional, surge o conceito do profissional multiplataforma. Trata-se daquele profissional que difunde as suas informações através de vários canais diferentes, e cada vez mais, precisa ajustar o seu produto jornalístico as características de cada meio.

“Por ejemplo, es ya habitual que un periodista tras asistir a un acontecimiento (supongamos deportivo) envíe un avance informativo



de urgencia para la edición digital, elabore a continuación una crónica extensa para el periódico impreso, participe después en una tertulia radiofónica sobre ese tema y converse, por fin, con los lectores a través de un foro de Internet. En este ejemplo, el trabajo periodístico es uno, pero los canales de difusión, múltiples.”(SALAVERRÍA, 2008, p.42)

Para Kischinhevsky (2008), o repórter não deve mais se especializar numa única área de cobertura para determinada mídia. Para o autor, não raro, repórteres de jornais e revistas são obrigados a desempenhar várias funções em apenas uma saída a campo. Dessa forma, fica evidente a necessidade do profissional ser apto a desempenhar diferentes funções em uma redação, já que essa é uma exigência do mercado atual.

Todo esse cenário de convergência traz várias conseqüências para o campo da comunicação. Uma das mais visíveis é a ampliação do acesso à informação e as ferramentas de transmissão e intercâmbio de dados. Outra modificação causada a partir do processo de convergência é a respeito do perfil dos consumidores de mídia e a forma como eles participam da programação. Se há alguns anos esses consumidores já participavam do processo de produção de rádio através de cartas, telefonemas ou mesmo comparecendo a redação, hoje eles participam muito mais do processo de construção das mídias, inclusive criticando e interagindo com os veículos.

Destacamos aqui que uma das características mais fortes do rádio é a interação. Nos últimos anos percebe-se que a participação do ouvinte na produção radiofônica tem sido potencializada e uma relação entre ouvinte e produção ou ouvinte e emissora tem sido estabelecida de forma mais intensa. O estudo dessa relação é absolutamente necessário para a compreensão das configurações ocorridas dentro das redações de radiojornalismo.

No passado, o rádio era limitado ao que se estava disponível nas frequências AM e FM. Hoje, as possibilidades de escuta se estenderam com plataformas digitais (BIANCO, 2008). Claro que o rádio disponível em AM e FM continua presente dos dias dos ouvintes, mas possibilidades como mp3, celulares e internet são cada vez mais próximas ao público do rádio.

Falando-se especificamente no veículo rádio, duas inovações tecnológicas foram fundamentais para a configuração das rotinas do radiojornalismo a partir da década de 1990 (FERRARETTO, 2007). Trata-se do uso do telefone celular e da internet como fonte e como suporte para a informação. A partir dessas inovações, segundo o mesmo



autor, o radiojornalismo passou a ser afetado mais intensamente pelo processo de convergência.

Várias emissoras passaram a acrescentar novas tecnologias em seu cotidiano. Na emissora analisada para a produção deste trabalho, a Rádio Comunitária FM, existe um site em funcionamento onde é possível encontrar informações em forma de texto, a programação ao vivo, ferramentas de interação e imagens de uma câmera em uma das ruas próximas a emissora. Identifica-se assim o processo de convergência tecnológica no site da emissora estudada. Nesse trabalho, nossa atenção está totalmente voltada as ferramentas e as formas de interação entre os ouvintes e produção da Rádio Comunitária de Frederico Westphalen, procurando assim, entender melhor o processo de produção do radiojornalismo dessa emissora.

A interatividade para sites de emissoras de rádio

A interatividade proporcionada pela internet tem modificado a maneira como os meios de comunicação produzem seus conteúdos e os disponibilizam para o público. As mídias que transpõem seus conteúdos para o ambiente digital precisam se adaptar à interação que ocorre entre o leitor e a publicação. Conforme Mielniczuk (2000), a interatividade estabelecida entre o leitor/usuário e a publicação online, em termos práticos, se relacionam à situação de navegação dos leitores no hipertexto.

Del Bianco (2004) aponta que o hipertexto possibilita que o leitor/usuário tenha a possibilidade de leitura não-linear ainda mais aguçada, se comparada aos meios impressos. Mesmo que o leitor possa escolher o que ler primeiro em um jornal, o processo de leitura no ambiente digital se torna ainda mais flutuante em virtude das recorrentes linkagens encontradas nos textos.

Além da possibilidade de interatividade entre leitor e publicação, os meios adaptados para a internet preocupam-se com a relação estabelecida entre o usuário e outras pessoas – seja autor ou outros usuários – através da máquina. Neste tipo de relação, o usuário pode estabelecer contato com o meio de comunicação e, cada vez mais, interferir no processo de manutenção do que é publicado, por exemplo. Em sites de grandes jornais ou emissoras de televisão, o usuário/telespectador pode enviar pautas, bater papo com apresentadores e/ou especialistas ou entrar em contato com outros usuários/telespectadores para a troca de conhecimentos ou mesmo para o seu entretenimento.



Tendo em vista a interatividade estabelecida entre o usuário e outras pessoas, são passíveis de caracterização duas formas de interação levando em conta sua temporalidade:

“A interação síncrona ocorre em tempo real, ou seja, os interlocutores encontram-se ligados simultaneamente em rede e utilizam recursos que permitem aos envolvidos acompanharem o que o(s) outro(s) deseja(m) comunicar. Na interação assíncrona os interlocutores se comunicam sem estabelecerem ligação direta. A interação não é intermediada por recursos que permitem aos interlocutores acompanharem o que o(s) outro(s) deseja(m) comunicar no momento exato em que a comunicação é emitida. Assim, os usuários podem ou não estarem ligados em rede simultaneamente.” (MANTOVANI, 2005, p. 2)

Desta forma, temos como exemplo de interação síncrona, as salas de bate papo disponibilizadas em sites jornalísticos, que possibilitam a relação e troca de informação rápida entre usuários e especialistas, por exemplo. Já na interação assíncrona, podemos destacar o uso de e-mails e espaços para contato com os meios de comunicação que não dão a possibilidade de resposta imediata, ou seja, a interação necessita de certo tempo para ser legitimada. Neste caso, os assuntos ou a troca de informações podem ter maior variação, pois o meio de comunicação poderá ter que buscar e/ou elaborar uma resposta mais completa para a dúvida de um usuário, por exemplo.

Avanços em Ferramentas Interativas Para Sites Jornalísticos

Conforme Del Bianco (2004) “entre as mídias tradicionais, os jornais impressos foram os primeiros a explorarem o potencial da Internet para entregar notícias”. Da mesma forma, os jornais têm saído na frente quando o assunto é a disponibilização de recursos de interatividade, explorando características de conectividade e multimídia oferecidas pela rede.

“As versões online começam a apresentar um link com chamadas para notícias de fatos que acontecem no período entre as edições; o e-mail passa a ser utilizado como uma possibilidade de comunicação entre jornalista e leitor ou entre os leitores, através de fóruns de debates; as notícias passam a ser elaboradas com recursos de multimídia e hipertexto.” (MIELNICZUK, 2000, p.3)

Ao contrário dos jornais, as emissoras de rádio têm seguido uma linha de conservadorismo desde as suas primeiras inserções no meio online, por volta do ano de 1996 (DEL BIANCO, 2004). Os sites das emissoras de rádio, como Jovem Pan AM,



Bandeirantes, CBN e Rádio Eldorado AM, passaram a disponibilizar notícias em forma de texto com arquivos de áudio anexados por volta do ano de 1997. No entanto, a maioria dos sites de rádios daquela época, segundo Del Bianco (2004), eram apenas uma espécie de folhetos eletrônicos, que apresentavam informações sobre a rádio como grade programação, tabela de preço de comercial, perfil dos comunicadores e equipe de profissionais, lista de músicas mais tocadas, etc.

Hoje, os sites de grandes emissoras disponibilizam não só notícias, devidamente adaptadas para o online e utilizando-se de hipertextualidade, como também proporciona ao leitor ferramentas semelhantes às utilizadas em sites de jornais, trazendo o ouvinte/usuário para uma relação de interação com outras pessoas (comunicadores e outros ouvintes, por exemplo). As ferramentas que possibilitam esta relação podem ser citadas através do exemplo do site da Rádio CBN (Central Brasileira de Notícias) que disponibiliza validação de conteúdo, chat, fórum, comentário e o espaço para o ouvinte-repórter para sua legitimação.

No rádio, a participação do ouvinte é algo historicamente muito presente. Para pedir músicas, mandar recados ou informar algo que acontecia na comunidade, os ouvintes enviavam cartas, ou mais recentemente, ligavam para as rádios e falavam com os comunicadores. Hoje, a participação do ouvinte se faz de forma muito mais rápida, através de e-mail, mensagens para celular (SMS), programas de mensagens instantâneas (como MSN Messenger ou Yahoo Messenger), etc.

Desde o surgimento do rádio, a busca pela participação tem utilizado diferentes suportes para se efetivar.

“Apesar de já estar desde então delineada, a possibilidade de comunicação bilateral no rádio dependeu até o presente do desenvolvimento de tecnologias externas ao meio para se realizar. No início, a convergência se deu com o auditório e as cartas de ouvintes. Num segundo momento, foi com o telefone, o que criou um novo gênero de programas, o popular *phone-in*, e até um novo formato de programação, o *talk radio*. No radiojornalismo brasileiro, de público elitizado, a comunicação passou a privilegiar a convergência com o fax, e mais recentemente com o *e-mail*.” (RIBEIRO; MEDITSCH, 2003, p.2)

A possibilidade de interação através de ferramentas online levou a uma revisão de seus usos. A emissora divulgava constantemente seu endereço e telefone para que as pessoas pudessem enviar sua colaboração. A carta e o telefonema eram dirigidos para a emissora como forma de participar da programação fazendo com que o ouvinte se



tornasse também participante. No entanto, a participação por carta e telefone estava sujeita à demora no recebimento e leitura e às linhas congestionadas, por exemplo. Fatores como este não podem ser relacionados com as novas ferramentas de interatividade, tendo em vista caixas de e-mails com capacidade ilimitada e programas de mensagens, como o próprio nome diz, instantâneas.

Para o radiojornalismo, a participação do ouvinte que sugere pautas e ajuda na produção das matérias indicando fontes ou mesmo servindo como uma delas é uma realidade a ser cada vez mais almejada pelas emissoras, principalmente para as que já possuem sites na Internet. Nesta relação de interatividade do usuário/ouvinte diretamente com a emissora, a comunidade passa a perceber os repórteres mais próximos de si, retratando a realidade encontrada e não se restringindo a sala de redação e notícias apuradas de dentro dela.

O programa Notícias da Manhã da Rádio CBN/Diário de Florianópolis utiliza-se de uma ferramenta disponível ao internauta do portal ClicRbs⁶: o chat, para a interação. “Os usuários que ouviam suas observações no ar, ao passarem a ser citados durante o programa, começaram a participar do *chat* com maior frequência: “a partir do momento em que ele percebe que pode contribuir, ele retorna”, explica Mário Motta.” (RIBEIRO; MEDITSCH, p.7. 2003)

O público que busca interagir com a produção de conteúdo e com o entretenimento em sites de emissoras de rádio varia conforme a modulação de sua rede.

“As rádios FM “se caracterizam por um estilo de predominância musical”. (ESCH, 1999, p. 70). Seu público é, na maioria das emissoras, composto basicamente de jovens. Esses se interagem com a programação pedindo música do seu artista favorito, participando de promoções e até mesmo trocando idéias com os locutores. Nas rádios AM, a participação do público é mais voltada, de uma maneira geral, por um público mais adulto, não ignorando, portanto, também a participação de jovens. As AMs, ainda hoje em sua maioria, são emissoras mais voltadas para o jornalismo informativo, para a prestação de serviço e para o entretenimento”. (CANDIDO, 2007, p.24)

Os sites das rádios do Brasil apresentam a possibilidade de ouvir sua programação em tempo real desde o surgimento, no início de 2007. O desafio é manter o ouvinte conectado e atento a essas emissoras. Neste sentido, os sites tendem a utilizar ferramentas para a fidelização do público. Conforme Nélia R. Del Bianco (2004), canais

⁶ (www.clicrbs.com.br)



de interatividade com a audiência tais como chats, grupos de discussão, e-mail, pesquisas e enquetes online, jogos, entre outros, fazem parte dos recursos específicos do jornalismo online e por isso não podem ser desconsideradas.

O site da Rádio Comunitária 97.9 FM de Frederico Westphalen

Em análise primária, o site da Rádio Comunitária 97.9 FM de Frederico Westphalen pode ser considerado um bom utilizador de possibilidades tecnológicas tendo em vista os canais de interatividade para o entretenimento e as informações gerais disponíveis. No entanto, nos quesitos de conteúdo e interação jornalística, o site deixa a desejar. O site da Rádio Comunitária 97.9 FM disponibiliza em sua página inicial, as últimas notícias, agenda de eventos, fotos recentes e a possibilidade de ouvir a rádio ao vivo pela internet. Além disso, o internauta tem a disposição um menu com diversas possibilidades de interação. Neste menu, podem ser encontrados links para espaços como a grade de programação da emissora, o mural de recados, o peça sua música, o galera MSN, os downloads, os aniversariantes, a equipe, o contato com a emissora, as enquetes, os associados e a previsão do tempo.

É importante ressaltar que como ferramentas para a interatividade do jornalismo, apenas o mural de recados, o galera MSN, o contato com a emissora e as enquetes poderiam ser usadas, embora isso nem sempre aconteça. Para tornar mais claras as funções de cada ferramentas, expliquemos uma a uma:

- Mural de Recados: oferece ao ouvinte/internauta a possibilidade de enviar recados para os comunicadores da emissora e para os demais internautas que acessam o site, já que todos os recados podem ser vistos, sem restrição. Este espaço tem sido utilizado pelos ouvintes/usuários para deixar pequenos recados para a emissora, comentando o quanto gostam de ouvi-la e pedindo músicas. Jornalisticamente, a ferramenta poderia ser utilizada pelos ouvintes para demonstrar interesse por alguma pauta, pedir informações/notícias atualizadas a respeito de eventos ocorrendo na cidade, por exemplo.

- Galera MSN: uma das ferramentas mais exploradas pela emissora. Dá a possibilidade para os ouvintes/internautas de trocar contatos do programa de mensagem instantânea MSN Messenger entre si e com os comunicadores da rádio. Esta ferramenta é largamente utilizada para o entretenimento dos ouvintes/usuários, funcionando como uma maneira de estabelecer relação mais restrita entre eles. Poderia ser utilizada



também, no jornalismo, para troca de informações/notícias que estejam ocorrendo na comunidade onde vive o ouvinte/usuário.

- Contato: oferece a possibilidade de enviar mensagens diretamente para o e-mail da emissora através de um formulário que exige apenas o nome, o e-mail e a mensagem como campos obrigatórios. Para o jornalismo, a ferramenta pode ser utilizada no envio de sugestões de pauta ou mesmo de notícias propriamente ditas.

- Enquete: atualmente a ferramenta se encontra em desuso. Esta ferramenta pode ser potencialmente utilizada no jornalismo, pois pode apontar características do público e sua opinião a respeito de assuntos polêmicos.

Tais ferramentas têm sido utilizadas por diversos meios de comunicação que possuem sites na internet. O fato é que a busca por direcionar esses canais de interatividade ao fazer jornalismo ainda não está clara o suficiente para o internauta nem para os jornalistas responsáveis por esta área. A pouca exploração das ferramentas de interatividade para o jornalismo da Rádio Comunitária pode ser verificada ao percebermos que não ocorrem referências a ouvintes durante as edições do radiojornal. Outro recurso inexplorado é a chamada aos ouvintes para a participação e colaboração ao conteúdo jornalístico da emissora.

No caso específico da Rádio Comunitária de Frederico Westphalen, os canais de interatividade são usados quase que exclusivamente para a manutenção da audiência, mantendo o ouvinte/internauta atento a programação, através da possibilidade de ouvir a rádio em tempo real, e interagindo com outros ouvintes/internautas e/ou com os comunicadores da emissora através do mural de recados e Galera MSN, por exemplo. Sendo assim, o site da emissora pode ser comparado a uma rede de relacionamento, por possuir os canais de interatividade já citados. O site convida a participação também através da ferramenta “Peça sua música”, mas não há direcionamentos para o jornalismo com possibilidades como “Sugira sua pauta”.

A fidelização do ouvinte torna-se prioridade na exploração das ferramentas de interatividade. O entretenimento dos ouvintes/usuários é a garantia de que os mesmos se mantêm ligados na programação e ativos na interação com a mesma, ao manter relação, através do site, com outros ouvintes e com os comunicadores da emissora. É importante ressaltar que as relações de interação proporcionadas pelo site da Rádio Comunitária de Frederico Westphalen são, em grande número, estabelecidas entre os ouvintes/usuários e os profissionais da emissora, o que torna o ouvinte mais próximo da mesma.



O foco do site da Rádio Comunitária não está no jornalismo e sim na manutenção da audiência. Prova disso é que em dias de produção do radiojornal Jornal da Comunitária, são postadas não mais de 10 notícias. Neste sentido, é importante salientar que as notícias postadas no site são as mesmas que fizeram parte do radiojornal, o que indica que a preocupação dos profissionais está voltada prioritariamente para a produção do radiojornal. O site é apenas um meio secundário de veiculação das notícias.

Podemos perceber o foco do site voltado para o entretenimento quando percebemos as músicas solicitadas através do site sendo tocadas pela emissora, fazendo com que o internauta se reconheça na programação. Os comunicadores da emissora salientam por diversas vezes a existência dos espaços de interatividade no site e conseqüentemente convidam o ouvinte para a utilização destes espaços durante os programas de entretenimento.

Outro fato a ser observado é a inexistência de uma equipe direcionada para a produção ou adaptação do conteúdo para o site. Os comunicadores que produzem o radiojornal Jornal da Comunitária são também responsáveis por selecionar e enviar as notícias para o site. O texto geralmente permanece o mesmo que foi utilizado para o radiojornal e não há a utilização de áudios agregados. Os textos disponibilizados no site da rádio são, em geral, os mesmo que foram ao ar na edição do radiojornal do dia. As adaptações ocorrem apenas, ou nem mesmo, quando houve a utilização de áudio ou sonora na matéria produzida para o radiojornal. Isso rompe com a ideia já utilizada por rádios maiores.

“os sites das emissoras de rádio avançaram ao disponibilizar a notícia em texto com áudio agregado, rompendo com a tradicional estratégia de separação de canais. Enquanto o usuário ouve áudio, pode continuar a leitura do texto relacionado ou acessar outros indicados. O texto cria continuidade informativa por meio do áudio.” (DEL BIANCO, 2004, p.28)

Além do não uso de áudios para complementação das notícias postadas no site, raras vezes são utilizadas fotos nas postagens. As imagens que são postadas no site, e encontradas no menu “Álbum de Fotos” da emissora são, em sua maioria, de natureza promocional, poucas vezes podendo ser associada a matérias postadas.

Destacamos ainda que a presença do processo de convergência no site da emissora pode ser percebido em vários momentos, principalmente quando se fala em convergência tecnológica. Isso acontece, por exemplo, quando encontramos o link para



escutar a programação ao vivo da emissora. Acontece ainda quando percebemos a presença de notícias em forma de texto no portal da Rádio Comunitária FM. Ao acompanhar essas notícias, percebemos também que muitas delas são as mesmas que vão ao ar no radiojornal da emissora, configurando assim uma convergência de conteúdos. Consideramos ainda que a utilização de MSN e de SMS na produção da emissora também são uma marca da convergência tecnológica, uma vez que se faz uso de telefones celulares e computadores conectados a internet para estabelecer interação entre o ouvinte e os comunicadores.

Considerações Finais

Esse artigo estabelece uma segunda aproximação para o projeto de pesquisa intitulado “As novas relações do público com o jornalismo de rádio: um estudo sobre as estratégias de interação a partir de programas de mensagens instantâneas e sua influência sobre o fazer jornalístico na rádio Comunitária FM de Frederico Westphalen”, vinculado ao Núcleo de Pesquisa e Extensão em Mídia Sonora (NUPEMS).

O estudo aqui apresentado demonstra os usos feitos pela emissora em seu site, de ferramentas de interatividade. Após a observação das rotinas produtivas utilizadas pela emissora percebe-se que estas ferramentas apresentam características facilmente adaptáveis ao jornalismo, porém somente são utilizadas para a interação voltada ao entretenimento do público ouvinte/usuário. O estudo de caso, através de observação das rotinas produtivas, proporcionou-nos subsídios para perceber que as ferramentas de interatividade já disponibilizadas no site da Rádio Comunitária de Frederico Westphalen têm potencial de direcionamento para a produção jornalística do veículo escolhido, tendo em vista experiências observadas em outras emissoras do país.

Conclui-se então que o site escolhido para o presente estudo de caso possui a configuração de uma espécie de rede social, estimulando a relação entre os ouvintes/usuários. Além disso, concluímos que a relação entre a programação e o site, levando em conta o jornalismo é praticamente nula, enquanto para o entretenimento demonstra-se de forma intensa e bem explorada.

Referências

CANDIDO, K. A. **Rádio e Internet**: Novas possibilidades interativas para o “velho” meio. Juiz de Fora: [s/n], 2007. Disponível em: <<http://www.facom.ufjf.br/projetos/2007-2/KarenAlvesCandido.pdf>>. Acesso em: 1 abr. 2010.



BIANCO, N. **A presença do radiojornalismo na Internet:** Um estudo de caso sobre os sites da Jovem Pan e da Bandeirantes. Revista Acadêmica Semestral: programa de Pós-graduação em Jornalismo e Mídia da UFSC. Florianópolis: v.1, n.1, p. 20-32, abril 2004. Disponível em: <<http://www.periodicos.ufsc.br/index.php/jornalismo/article/viewFile/1896/1805>>. Acesso em: 25 mar. 2010.

BIANCO, N. **O Futuro do rádio no cenário da convergência frente as incertezas quanto aos modelos de transmissão digital.** Disponível em: <http://www.intercom.org.br/papers/nacionais/2009/resumos/R4-0651-1.pdf>. Acesso em: 13 de nov. de 2009.

FERRARETTO, L.A. **Possibilidades de convergência tecnológica:** pistas para a compreensão do rádio e das formas do seu uso no século 21. Disponível em: <http://www6.ufrgs.br/estudiodeaudio/textos/futurodoradio.pdf>. Acesso em: 20 out. 2009.

GARCÍA AVILÉS, J. A. et al. Métodos De Investigación Sobre Convergencia Periodística. In: **Seminário do Acordo de Cooperação Brasil-Espanha.** FACOM/UFBA - 3 a 7 de dezembro de 2007.

JENKINS, H. **Cultura da Convergência.** São Paulo: Aleph, 2006.

KISCHINHEVSKY, M. **Convergencia nas redações -** Mapeando os impactos do novo cenário midiático sobre o fazer jornalístico. In: RODRIGUES, C. (org) **Jornalismo On-Line:** modos de fazer. Rio de Janeiro: PUCRIO: Ed. Sulina, 2009.

MANTOVANI, A. M. **Interação, colaboração e cooperação em ambiente de aprendizagem computacional.** Porto Alegre, 2005. Disponível em: <http://www.nuted.edu.ufrgs.br/objetos_de_aprendizagem/2005/obj_blog/texto_interacao.pdf>. Acesso em: 5 abr. 2010.

MIELNICZUK, L. **Interatividade e hipertextualidade no jornalismo online:** mapeamentos para uma discussão. In: XXIII Intercom - Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, 2000, Manaus, 2000.

RIBEIRO, A. A.; MEDITSCH, E. **O chat da internet como ferramenta para o radiojornalismo participativo:** uma experiência de interatividade com o uso da convergência na CBN-Diário AM de Florianópolis. In: Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, 29., 2006, Brasília. Anais...São Paulo: Intercom, 2006.

SALAVERRÍA, R.; NEGREDO, S. **Periodismo integrado:** convergência de médios y reorganización de redacciones. Barcelona: Editorial Sol 90, 2008.