

FABIÓLA RAPHAELA THIBES

**A PRODUÇÃO JORNALÍSTICA EM WEBRÁDIOS PÚBLICAS
CATARINENSES: os casos da Rádio AL e da Rádio Ponto**

Dissertação submetida ao Programa de Pós-Graduação em Jornalismo da Universidade Federal de Santa Catarina para a obtenção do grau de Mestre em Jornalismo.
Orientador: Orientador: Prof. Dr. Eduardo Meditsch

Florianópolis - SC

2014

Ficha de identificação da obra elaborada pelo autor,
através do Programa de Geração Automática da Biblioteca Universitária da UFSC.

Thibes, Fabiola

A produção jornalística em webrádios públicas
catarinenses: : os casos da Rádio AL e da Rádio Ponto /
Fabiola Thibes ; orientador, Eduardo Meditsch -
Florianópolis, SC, 2014.

239 p.

Dissertação (mestrado) - Universidade Federal de Santa
Catarina, Centro de Comunicação e Expressão. Programa de Pós-
Graduação em Jornalismo.

Inclui referências

1. Jornalismo. 2. Webrádio. 3. Santa Catarina. 4.
Processos e Produtos Jornalísticos. I. Meditsch, Eduardo.
II. Universidade Federal de Santa Catarina. Programa de Pós-
Graduação em Jornalismo. III. Título.

FABIÓLA RAPHAELA THIBES

**A PRODUÇÃO JORNALÍSTICA EM WEBRÁDIOS PÚBLICAS
CATARINENSES: os casos da Rádio AL e da Rádio Ponto**

Esta Dissertação foi julgada adequada para obtenção do Título de “Mestre em Jornalismo”, e aprovada em sua forma final pelo Programa de Pós-Graduação em Jornalismo (POSJOR - UFSC).

Florianópolis, 18 de dezembro de 2014.

Prof. Francisco José Castilhos Karam, Dr.
Coordenador do Curso

Banca Examinadora:

Orientador: Prof. Eduardo Meditsch, Dr.
Universidade Federal de Santa Catarina – UFSC

Prof^a. Rita de Cássia Romeiro Paulino, Dr.^a
Universidade Federal de Santa Catarina – UFSC

Prof^a. Raquel Ritter Longhi, Dr.^a
Universidade Federal de Santa Catarina – UFSC

Prof. Ricardo Leandro Medeiros, Dr.
Centro Universitário Estácio de Sá de Santa Catarina.

AGRADECIMENTOS

Agradeço, primeiramente, à CAPES e ao PosJor pela oportunidade de fazer o mestrado e manter a bolsa durante todo o período do curso.

Ao meu professor orientador, Eduardo Meditsch, pelo auxílio acadêmico todas as vezes em que foi necessário. As contribuições e reflexões, na dissertação e em sala de aula, foram cruciais para meu aprimoramento profissional e acadêmico.

Às professoras Valci Zuculoto e Rita Paulino, que fizeram considerações pertinentes e válidas na minha banca de qualificação e me auxiliaram a permanecer neste caminho de reflexão e crítica.

À minha mãe, Dirce Perin, que sempre me deu o apoio necessário em todos os momentos da vida.

À minha amiga Ana Juliana Fontes, que foi um apoio indispensável, incondicional e importantíssimo durante os dois anos do mestrado, especialmente na reta final. Às amigas Maíra Sousa e Patrícia Mendonça, pelo auxílio nos momentos difíceis e valiosas dicas acadêmicas. Sem vocês não seria possível terminar este trabalho.

Aos pesquisadores e colegas que, direta ou indiretamente, contribuíram para a minha formação profissional e acadêmica e permitiram terminar esta jornada.

Aos professores da defesa de dissertação, outros professores do PosJor e à técnica administrativa Glória Amaral, sempre presente e disponível para os contratempos e dúvidas.

RESUMO

Este estudo analisa a produção radiojornalística em duas webrádios públicas de Santa Catarina. Os objetos empíricos são a Rádio Ponto, do Curso de Jornalismo da Universidade Federal de Santa Catarina (UFSC), e a Rádio Al, da Assembleia Legislativa do Estado de Santa Catarina. A análise compreende as rotinas de produção e a programação das duas webemissoras, verificando se há mudanças no processo de newsmaking das emissoras em relação ao radiojornalismo tradicional devido ao fato de terem transmissão exclusiva pela internet. A pesquisa utiliza o estudo de caso múltiplo com observação não participante, a análise da programação e entrevistas abertas como métodos. A análise é embasada nos estudos sobre o rádio e do discurso radiofônico aliado às características da internet. As conclusões apontam para potenciais e limitações, nos casos estudados, no uso dos recursos propiciados pelas tecnologias do rádio e da internet para a produção jornalística em emissoras públicas, evidenciando que as utopias tecnológicas dependem também de fatores políticos, econômicos e sociais para concretizarem as expectativas que criam.

Palavras-chave: Webrádio; Santa Catarina; Processos e Produtos Jornalísticos; Rádio Ponto UFSC; Rádio AL.

ABSTRACT

This study analyzes the radio journalistic production at two public webradios of Santa Catarina. The empirical objects are Rádio Ponto, of the course of Journalism at the Federal University of Santa Catarina (UFSC), and Rádio AL, of the Legislative Assembly of the State of Santa Catarina. The analysis comprehends the production workflow and the programming of the two web stations, checking if there are changes in the newsmaking process of the radios in relation to the traditional radio journalism due to the fact that they broadcast exclusively through the internet. The research uses the multiple case study with non-participant observation, the programming analysis and open interviews as methods. The analysis is based in the studies about radio and the radio discourse allied to the internet's characteristics. The conclusions point out to potentials and limitations, in the studied cases, in the usage of the resources propitiated by the radio and internet technologies to the journalistic production in public stations, highlighting that the technological utopias also depend on political, economical and social factors to concretize the expectations that create.

Keywords: Webradio; Santa Catarina; Journalistic Processes and Products; Rádio Ponto UFSC; Rádio AL.

LISTA DE FIGURAS

Figura 01 – Linha do tempo das Fases das Emissoras Comerciais no Brasil....	35
Figura 02 – Linha do tempo do Rádio Público Brasileiro.....	40
Figura 03 - Print do site da Rádio AL.....	87
Figura 04 – Print do site da Rádio Ponto da UFSC.....	113
Figura 05 – Destaque do botão do arquivo sonoro na parte inferior do site da Rádio Ponto da UFSC.....	114

LISTA DE TABELAS

Tabela 01 – Horário de acompanhamento da Rádio AL	73
Tabela 02 – Quantidade de posts durante os dias de acompanhamento na Rádio AL.....	88
Tabela 03 – Interação obtida nas postagens da Rádio AL	88
Tabela 04 – Relação das matérias produzidas no site da Rádio AL.....	89
Tabela 05 – Horário de acompanhamento da Rádio Ponto da UFSC	97
Tabela 06 - Rádio Ponto UFSC – www.facebook.com/radiopontoufsc	116
Tabela 07 - Programa Ponto Digital – www.facebook.com/programapontodigital	116
Tabela 08 - Programa Sou Cidade – www.facebook.com/SouCidade	116
Tabela 09 - Núcleo Lança Perfume – www.facebook.com/programalancaperfume	116
Tabela 10 - Núcleo Radiojornalismo Esportivo – www.facebook.com/jornalismoesportivoufsc	116
Tabela 11 - Rádio Ponto UFSC – www.facebook.com/radiopontoufsc	117
Tabela 12 - Programa Ponto Digital – www.facebook.com/programapontodigital	118
Tabela 13 - Programa Sou Cidade – www.facebook.com/SouCidade	118
Tabela 14 - Núcleo Radiojornalismo Esportivo – www.facebook.com/jornalismoesportivoufsc	118

LISTA DE ABREVIATURAS E SIGLAS

UFSC – Universidade Federal de Santa Catarina
Alesc – Assembleia Legislativa de Santa Catarina
TCC – Trabalho de Conclusão de Curso
Unaberta – programa Universidade Aberta
SBPC – Sociedade Brasileira para o Progresso da Ciência
Sepex – Semana de Ensino, Pesquisa e Extensão da Universidade Federal de Santa Catarina
CCE – Centro de Comunicação e Expressão da Universidade Federal de Santa Catarina
NFL – National Football League
Udesc – Universidade do Estado de Santa Catarina
MES – antigo Ministério da Educação e Saúde
UPI – United Press International
FNDC – Fórum Nacional pela Democratização da Comunicação
UFRGS – Universidade Federal do Rio Grande do Sul
SINRED – Sistema Nacional de Radiodifusão Educativa
ARPUB – Associação das Rádios Públicas do Brasil
EBC – Empresa Brasil de Comunicação
AM – Amplitude Modulada
FM – Frequência Modulada
BBC – British Broadcasting Corporation
WWW – World Wide Web
FGV – Fundação Getúlio Vargas
UFV-MG – Universidade Federal de Viçosa/Minas Gerais
PNAD – Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios
SEO – Search Engine Optimization
RSS – Really Simple Syndication
Abert – Associação Brasileira de Emissoras de Radiodifusão
Anatel – Agência Nacional de Telecomunicações

SUMÁRIO

INTRODUÇÃO.....	19
1 CAPÍTULO I – AS TRANSFORMAÇÕES DO RÁDIO INFORMATIVO BRASILEIRO.....	29
1.1 Tipos de emissoras e fases do rádio brasileiro	30
1.1.1 Emissoras comerciais.....	31
1.1.2 Emissoras públicas.....	35
1.2 Linguagem radiofônica.....	41
1.2.1 O novo discurso radiofônico.....	44
1.3 Gêneros e formatos radiofônicos	48
2 CAPÍTULO II – AS WEBRADIOS NO CONTEXTO DA CONVERGÊNCIA.....	53
2.1 Convergência jornalística.....	54
2.2 Interatividade e redes sociais na internet.....	59
2.3 A especificidade das webrádios.....	64
2.4 Rádio Digital.....	68
3 CAPÍTULO III – RÁDIO AL: WEBRADIO OU RADIOAGÊNCIA?.....	73
3.1 História	73
3.2 Estrutura	76
3.3 Profissionais.....	77
3.4 Rotina Produtiva.....	80
3.5 Programação	84
3.6 Redes Sociais e Sites.....	86
3.7 Análise.....	90

4 CAPÍTULO IV – RÁDIO PONTO: WEBRADIO COM CARÁTER LABORATORIAL	97
4.1 História	97
4.1.1 Núcleos.....	101
4.2 Estrutura	102
4.3 Profissionais	104
4.4 Rotina Produtiva	105
4.5 Programação	109
4.6 Redes Sociais e Sites	112
4.7 Análise	119
CONSIDERAÇÕES FINAIS	125
REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS	131
APÊNDICE 01 - Entrevista 01 - Nikolas Stefanovitch, coordenador da Rádio AL.....	143
APÊNDICE 02 - Entrevista 02 – Eduardo Rocha, fundador Rádio AL.....	159
APÊNDICE 03 - Entrevista 03 – Chefe de Redação da Rádio AL.....	171
APÊNDICE 04 - Entrevista 04 – Profissional da Rádio AL.....	176
APÊNDICE 05 - Entrevista 05 – Eduardo Meditsch, professor coordenador da Rádio Ponto da UFSC.....	181
APÊNDICE 06 - Entrevista 06 – Valci Zuculoto, professora coordenadora da Rádio Ponto da UFSC.....	186
APÊNDICE 07 - Entrevista 07 – Aluno integrante da Rádio Ponto da UFSC.....	194
APÊNDICE 08 - Entrevista 08 – Aluna integrante da Rádio Ponto da UFSC em 2013	200
APÊNDICE 09 - Entrevista 09 – Aluno integrante da Rádio Ponto da UFSC em 2013	202

APÊNDICE 10 - Entrevista 10 – Aluno integrante da Rádio Ponto da UFSC em 2013	210
APÊNDICE 11 - Entrevista 11 – Aluna integrante da Rádio Ponto da UFSC em 2013	216
APÊNDICE 12 - Entrevista 12 – Aluna integrante da Rádio Porto da UFSC em 2013	224
APÊNDICE 13 – Entrevista 13 – Bolsista do Museu do Rádio e colaboradora da Rádio Ponto da UFSC	202
APÊNDICE 14 - Entrevista 14 – Marcela Lin, ex-aluna que participou da Rádio Ponto da UFSC.....	234

INTRODUÇÃO

O rádio foi o primeiro meio de comunicação eletrônico com transmissão em tempo real. Mais de 90 anos depois de seu surgimento, alguns pesquisadores se questionam sobre seu futuro, enquanto outros acreditam que o meio de comunicação está sendo reformulado para se adequar às necessidades existentes devido ao cenário da convergência. O discurso radiofônico está sendo modificado, com a inclusão de elementos textuais e imagéticos. As redes sociais na internet trouxeram um novo canal de comunicação entre emissoras e ouvintes. E as webrádios, emissoras cuja transmissão ocorre exclusivamente pela internet, aparecem como uma nova forma de ouvir rádio, agora pela internet e com a possibilidade de ouvir no estilo *on demand* ou por meio de *podcasts*.

Desde o seu início, porém, o rádio surgiu como um meio de comunicação eletrônico, o primeiro de uma série de dispositivos que apareceriam em anos posteriores, segundo Meditsch (1997). O autor ainda destaca que não é possível contrapor uma “era do rádio” e uma “era da imagem”, como se a primeira pertencesse ao passado enquanto que a segunda representasse o futuro, porque nem o som nem a imagem são os itens principais para o estabelecimento de novas eras. O que impacta, na verdade, é a tecnologia eletrônica, que criou a era da informação, da qual rádio e TV fazem parte. No entanto, o rádio foi a primeira manifestação dessa era eletrônica na chamada comunicação de massa (MEDITSCH, 1997).

Já na década de 1990, o início do uso massivo da internet e o surgimento do conceito de navegação trazem uma nova maneira de utilizar os produtos culturais. Este uso é caracterizado pela interatividade e a possibilidade de facilmente “zapear” entre os enunciados disponíveis. Apesar de ampliado, este costume já existia desde o surgimento do rádio, no qual os ouvintes podiam alterar a estação pelo *dial* (MEDITSCH, 1997). Além disso, a oferta de conteúdos cada vez maior alterava o papel dos jornalistas. De acordo com Del Bianco (2008b, p. 02), “as novas ferramentas digitais colaboram para reestruturar o exercício da profissão, a produção industrial da notícia, as relações entre as empresas de comunicação com as fontes, a audiência, os concorrentes, o governo e a

sociedade”. O jornalismo, portanto, vive uma “crise de paradigmas”, porque a forma de difundir a informação e os modelos de atuação comercial tradicionais não se sustentam por si próprios, já que os espectadores, cada vez mais, consomem informação por meio dos novos dispositivos tecnológicos (SQUIRRA, 2012, p. 107).

Ou seja, a produção, a transmissão e o consumo de informação começava a ser modificado há mais de 90 anos, quando a primeira emissão radiofônica era realizada. Nascido com objetivos educativos e instrucionais e com a potencialidade de alcançar grande parte da população (devido à não exigência de alfabetização dos ouvintes e pela capacidade de chegar aos lugares mais longínquos e isolados com as ondas curtas), hoje o rádio vive uma nova realidade. Mantendo suas principais características (ampla abrangência, imediatismo, instantaneidade, mobilidade, etc), o meio de comunicação sofre mais uma vez os impactos das novas tecnologias. Desta vez, devido ao amplo uso da internet e do ambiente da *World Wide Web*, ferramentas que modificam a forma de fazer jornalismo.

Esta realidade também impacta diretamente no rádio informativo. As novas formas de transmissão de conteúdos, a possibilidade de uso de elementos não sonoros e a introdução dos sistemas multimídia em geral alteram a natureza do primeiro meio de comunicação eletrônico. Estas alterações passam pelo estilo hipermediático, fazendo com que a reconfiguração dos meios de comunicação seja caracterizada por vários aspectos, entre eles, a interatividade, as hiperligações, a personalização e a atualização constante (CORDEIRO, 2004, p. 01). Simultaneamente, os jornalistas são inseridos em um novo contexto, no qual o seu papel não é o de simplesmente tomar para si a posição de detentor do conhecimento sobre os fatos que acontecem no mundo, mas sim assumir o papel de guia, ou, como propõe Ward (2006, p. 28), o jornalista tem a função de ser um “arquiteto da informação”. O mesmo autor ainda ressalta que o jornalismo *online* modificou o relacionamento entre repórter e receptor e esta nova habilidade exigida dos jornalistas é um desafio em constante evolução (WARD, 2006, p. 28). Em relação ao rádio, o mesmo ocorre, já que o papel dos repórteres passa a ser reconfigurado a partir da existência da internet.

Mas não é somente o papel dos jornalistas que passa por uma reconfiguração. A existência dos novos dispositivos tecnológicos, a internet, as redes sociais e outras formas de comunicação mediadas por computador oferecem novos espaços informativos, que não são dominados pelos meios de comunicação de massa, mas sim pelos fluxos gerados pelas tecnologias. Milhares de informações circulam todos os dias nestes espaços informativos e cada usuário conectado à internet é um emissor em

potencial. O conjunto destes indivíduos podem produzir a informação, fazê-la circular ou filtrá-la. E cada indivíduo em específico pode construir, modificar ou dividir a informação (RECUERO, 2011). Ou seja, há milhões de potenciais emissores, que saíram dos seus papéis de meros receptores de conteúdo para tornarem-se ativos no processo. Esta nova realidade indica que é necessário discutir qual é o novo processo de produção e de consumo das informações em todos os meios de comunicação, inclusive no rádio.

De acordo com Downie Jr. e Schudson (2009, p. 02), a reportagem está se tornando mais colaborativa e participativa, sendo que os novos emissores incluem qualquer pessoa que possua um *smartphone*. Sendo assim, os dispositivos tecnológicos oferecem aos receptores de informação mais poder para poderem analisar, investigar e recolher informações.

Portanto, o rádio passa por uma grande mudança e adapta-se ao contexto da convergência jornalística, no qual o profissional deve ter capacidades multimídia, mas também as estruturas das redações devem ser modificadas, as narrativas passam por novas formas de construção e novos dispositivos tecnológicos são introduzidos (BARBOSA, 2008, p. 02). Neste cenário, as *webrádios* aparecem como alternativas às emissoras radiofônicas hertzianas com ou sem presença na internet. As *webrádios* têm amplas possibilidades e potencialidades, que podem ser exploradas tanto na rotina produtiva quanto na produção e recepção dos conteúdos. (MARTÍNEZ-COSTA *apud* PRATA, 2009, p. 53). Com a produção e a transmissão digitalizadas, as *webemissoras* trazem características próprias e reconfiguram os gêneros e os formatos radiofônicos. Isto ocorre devido à possibilidade de utilização de mapas, infográficos, links, hiperlinks, fotografias, vídeos e outros recursos de interação (PRATA, 2009, p. 43).

Diante deste contexto, esta pesquisa propõe-se a analisar a produção jornalística em duas *webrádios* públicas do estado de Santa Catarina, com foco na observação da rotina produtiva para a identificação de possíveis diferenças no processo de *newsmaking* em relação ao radiojornalismo tradicional devido ao fato de terem transmissão exclusiva pela internet. Acredita-se que, por serem *webrádios* (emissoras com características diferentes das hertzianas), a exploração dos recursos sonoros, textuais e imagéticos podem oferecer estratégias de produção diferenciadas.

A escolha pelo estudo das *webrádios* deu-se por meio da trajetória acadêmica e profissional da pesquisadora. Desde sua graduação em Jornalismo, a autora optou por participar de projetos de extensão relacionados ao radiojornalismo. O Trabalho de Conclusão de Curso (TCC) da graduação também foi a criação de um programa especial em rádio, com o intuito de utilizar os recursos radiofônicos para demonstrar os traços

culturais ainda presentes nos descendentes de caboclos da Guerra do Contestado nas regiões Oeste e Meio-Oeste de Santa Catarina. A pesquisadora também trabalhou numa afiliada da Rádio CBN, emissora hertziana com presença na internet. Por isso, ao ingressar no mestrado em Jornalismo, houve o interesse de compreender e identificar as possíveis mudanças na rotina produtiva das webrádios.

Assim, os objetos empíricos do estudo são as rotinas de produção e a programação das webrádios Rádio Ponto, do curso de Jornalismo da Universidade Federal de Santa Catarina (UFSC), e Rádio AL, da Assembleia Legislativa de Santa Catarina (Alesc). Ambas as webemissoras foram criadas no ano de 1999 e são públicas, sendo que a Rádio Ponto tem caráter laboratorial, ou seja, sua programação é mantida por alunos do curso de Jornalismo da UFSC. A Rádio Ponto foi escolhida por ter sido a primeira webrádio implementada em universidades do Brasil. A webemissora também tem uma programação voltada a assuntos locais, trazendo informações relativas à comunidade acadêmica e outros que interessem à cidade de Florianópolis. Já a Rádio AL foi selecionada por ter sido a pioneira entre as webrádios de Assembleias Legislativas do país. Sua programação traz matérias relativas aos assuntos que tramitam na Casa e outras informações de serviço, além de também contar com músicas e um programa esportivo.

No caso das webrádios, estes canais de comunicação já nasceram sob a égide da possibilidade de haver mais emissores e novas possibilidades de reportagem. Por estarem inseridas no ambiente da *World Wide Web*, as webrádios têm características de produção para a internet, como a possibilidade de os jornalistas poderem pesquisar de forma mais ampla, atualizar as informações repetidamente, seguir os fatos cuidadosamente, verificar as informações facilmente, comparar com outros veículos de comunicação e também enriquecer a matéria e checar os fatos diretamente com os espectadores (DOWNEY JR; SCHUDSON, 2009, p. 12). Por sua vez, os consumidores de informação têm mais espaço para exporem suas opiniões, complementarem as informações e repassarem fatos aos jornalistas, além de também serem “produtores de informação” através das ferramentas tecnológicas e das redes sociais, que se tornaram uma nova dimensão informativa (RECUERO, 2011).

O corpus da pesquisa reúne, no total, duas semanas de acompanhamento nas webemissoras, sendo que, em cada webrádio, a pesquisadora permaneceu durante uma semana. Os períodos de acompanhamento foram definidos junto à coordenação da Rádio AL e da Rádio Ponto. Na webrádio da Alesc, a semana de acompanhamento ocorreu

de 24 a 28 de março de 2014. Já na Rádio Ponto, o período de observação deu-se entre os dias 24 e 30 de setembro de 2014, quando a webemissora completou 15 anos de existência.

O objetivo geral é analisar as rotinas de produção e a programação das duas webrádios públicas catarinenses. Partindo-se deste objetivo geral podem ser definidos os objetivos específicos da pesquisa:

- a) Analisar a rotina produtiva das webemissoras para identificar possíveis diferenças no processo de *newsmaking*;
- b) Verificar como a grade de programação é formada, identificando os programas e suas características;
- c) Identificar a forma como o site das webrádios é atualizado, bem como a frequência de atualização de postagens;
- d) Mapear os elementos existentes no site;
- e) Analisar as redes sociais das webrádios, mapeando as postagens e a interação dos usuários.

Por meio dos elementos já expostos e baseando-se na revisão teórica, esta pesquisa parte da hipótese de que a produção jornalística das webemissoras não corresponde às promessas e expectativas criadas pela convergência, porque não há reestruturação da redação e os jornalistas não exploram todas as potencialidades do discurso radiofônico das webrádios, mantendo a forma de produção tradicional, que é similar à das emissoras hertzianas com presença na internet.

Para atingir os objetivos geral e específicos da dissertação são especificados a seguir os procedimentos metodológicos utilizados. A metodologia desta pesquisa é baseada na técnica do *newsmaking* aliada ao estudo de caso múltiplo com observação não participante, análise da programação e entrevistas abertas. Estas técnicas foram escolhidas por serem as mais adequadas para se chegar ao resultado final da análise, ou seja, a confirmação de haver alteração na rotina produtiva devido ao fato de os objetos empíricos serem emissoras que transmitem seu conteúdo exclusivamente pela internet. A construção deste percurso metodológico se delineou desde a definição do objeto e tema da pesquisa, tendo sido reforçado na banca de qualificação.

O primeiro aporte metodológico é o *newsmaking*. Segundo Wolf (1999, p. 186), o *newsmaking* ocupa-se da análise da produção normal de um meio de comunicação por um período de tempo prolongado, não se atendo, portanto, a nenhum evento em específico. O uso deste método foi articulado como um estudo de caso múltiplo, que, segundo Yin (2005, p.

19), é a melhor estratégia metodológica a ser utilizada quando o intuito é responder perguntas do tipo “como” e “por que”, casos nos quais o pesquisador tem pouco ou nenhum controle sobre os fatos analisados e quando o foco da pesquisa encontra-se em fenômenos atuais que estão inseridos na vida real. Como as situações que ocorrem na rotina produtiva das webrádios analisadas estão inseridas no cotidiano e não perpassam pela influência ou controle da pesquisadora, além do fato de esta pesquisa pretender responder como é a rotina produtiva das webemissoras e se há alguma diferença em relação ao radiojornalismo das emissoras hertzianas com presença na internet, identificou-se que estes seriam os melhores procedimentos metodológicos.

Além disso, foram utilizadas as entrevistas e a observação não participante como técnicas. A entrevista, segundo Lage (2001, p. 73), “é o procedimento clássico de apuração de informações em jornalismo. É uma expansão da consulta às fontes, objetivando, geralmente, a coleta de interpretações e a reconstituição de fatos”. Já a observação não participante é uma técnica cujo intuito é investigar a realidade através da observação das ações e das atitudes dos sujeitos que são alvo da investigação. Neste caso, o pesquisador não interage.

Para a construção de todo o caminho metodológico foram adotadas algumas etapas. No início, a intenção era pesquisar três webrádios, que abrangessem os caracteres institucional, laboratorial e comercial. No entanto, a webemissora comercial foi descartada como objeto empírico a partir da pesquisa inicial, que teve por objetivo mapear as webrádios existentes no Brasil. Neste período, verificou-se, conforme a revisão teórica realizada simultaneamente, que há várias emissoras de rádio que se encaixam no conceito adotado na pesquisa (transmissão exclusiva pela internet). Porém, no caso das webrádios comerciais, as estações não possuem programas jornalísticos, concentrando suas programações em atrações musicais e, em alguns casos, esportivas. Foi considerada a possibilidade de avaliar uma webrádio comercial com programa esportivo, mas a porcentagem destes programas na grade de programação era muito pequena; portanto, entendeu-se que não seria produtivo estudar esse caso.

A partir desta delimitação de enfoque da pesquisa, em webrádios com caracteres institucional e laboratorial, foi definido que as emissoras estudadas seriam a Rádio AL e a Rádio Ponto, ambas do estado de Santa Catarina. A justificativa é pelo pioneirismo de ambas (a Rádio Ponto foi a primeira webemissora em universidades do Brasil e a Rádio AL a pioneira entre as Assembleias Legislativas do país) e pelo fato de as duas terem programação jornalística em sua grade de programação (no caso da Rádio

Ponto, a programação é 100% jornalística, sendo que há reprises de programas, e na Rádio AL há programas jornalísticos em todos os dias da semana, incluindo sábados e domingos, sendo que também são reprisadas muitas produções). A questão da facilidade de acesso também foi importante; assim, como as duas webemissoras estão localizadas em Santa Catarina, a pesquisa foi delimitada para uma análise das webrádios do Estado.

Concomitantemente a esta verificação inicial, a revisão teórica foi realizada com base nos principais autores da área de Radiojornalismo (Eduardo Meditsch, Valci Zuculoto, Nair Prata, Nélia Del Bianco, Débora Lopez, entre outros), de convergência (Ramón Salaverría, Suzana Barbosa, Raquel Ritter Longhi, etc) e de interatividade e redes sociais (Alex Primo, Jens Jensen e outros). Os procedimentos metodológicos também foram visitados e definidos nesta etapa da pesquisa, baseando-se principalmente em Robert Yin e Mauro Wolf.

A partir da delimitação dos objetos empíricos e a finalização da revisão teórica foi iniciado o processo de levantamento de dados. Num primeiro momento houve o contato prévio com as webemissoras estudadas para confirmar a possibilidade de a pesquisa ser realizada. As coordenações de ambas as webrádios foram solícitas ao pedido da pesquisadora e foi fixado o período de acompanhamento de uma semana em cada uma das estações.

A primeira semana de acompanhamento foi realizada junto à Rádio AL, entre 24 e 28 de março de 2014. Os períodos de acompanhamento foram intercalados para que fosse possível ter um panorama completo da rotina produtiva da webemissora. Sendo assim, foi definido que na segunda (24), quinta (27) e sexta-feira (28), o acompanhamento aconteceria no período da manhã, enquanto que na terça (25) e na quarta-feira (26) o acompanhamento seria à tarde. A justificativa é que na segunda e na sexta-feira não há reuniões de comissões ordinárias ou extraordinárias nem sessões legislativas na Alesc. Como o coordenador da webrádio acompanhou a pesquisadora na segunda-feira, foi definido que o período de acompanhamento na sexta também seria pela manhã para que houvesse mais contato com os repórteres que trabalham neste horário. Além disso, o único programa ao vivo da grade é veiculado nas segundas e sextas pela manhã. Já na terça e quarta-feira à tarde e na quinta-feira pela manhã ocorrem as sessões legislativas; por isso, foi definido o acompanhamento nestes horários, que são os de mais atividade parlamentar e, conseqüentemente, na redação da Rádio AL.

Já na Rádio Ponto, a semana de acompanhamento foi definida a partir do aniversário de 15 anos da webrádio, comemorado em 30 de setembro de 2014. Neste dia, a webemissora contou com uma programação especial, que reprisou programas e produções antigos dos alunos, além de também ter transmitido programas produzidos especialmente para a data. Apesar de o estúdio da Rádio Ponto estar em reforma, o que fez com que a maior parte da programação (inclusive a de aniversário) fosse gravada, a programação especial permitiu à pesquisadora acompanhar uma rotina produtiva mais intensa, já que no dia as produções seriam veiculadas das 8h às 18h.

Ainda antes da semana de acompanhamento foram realizadas entrevistas com os coordenadores da Rádio Ponto, professores Eduardo Meditsch e Valci Zuculoto, e com alunos participantes das disciplinas de Radiojornalismo e dos núcleos Radiojornalismo Esportivo e Lança Perfume. As entrevistas, todas em áudio, foram realizadas entre os dias 1 e 5 de julho de 2013, quando a pesquisadora fez um acompanhamento junto à webemissora para a produção de um artigo científico. A entrevista com a ex-aluna participante da Rádio Ponto, Marcela Lin, foi realizada em 28 de março de 2013 por meio de mensagem via e-mail. O restante das entrevistas foi realizado durante as semanas de acompanhamento e todas tiveram o áudio gravado e foram decupadas, constando como apêndices da pesquisa.

Para proteger a identidade dos entrevistados, a pesquisadora optou por nomeá-los como “entrevistado 01”, “entrevistado 02” e assim por diante. As exceções são os entrevistados Eduardo Rocha e Nikolas Stefanovitch, respectivamente repórter fundador da Rádio AL e coordenador da Rádio AL, e os professores Eduardo Meditsch e Valci Zuculoto, coordenadores da Rádio Ponto, e Marcela Lin, ex-aluna do curso de Jornalismo da UFSC e ex-integrante da Rádio Ponto. As exceções foram escolhidas pelo fato destes entrevistados serem elementos-chave para o entendimento da rotina produtiva das webemissoras.

A análise de dados foi a última etapa realizada, com o intuito de articular a teoria e o resultado do acompanhamento nas webrádios a fim de analisá-las e chegar às considerações finais. De acordo com Gil (1999), este momento da pesquisa compreende a avaliação dos dados apurados pelo pesquisador, que deve ser feita com base na revisão teórica realizada anteriormente.

Partindo dessa premissa, a primeira atitude foi decupar o áudio de todas as entrevistas realizadas, que totalizaram 13 entrevistas em áudio. Além disso, foi acrescentada a entrevista da Marcela Lin, realizada por meio de mensagem via e-mail. Com as informações dos entrevistados,

iniciou-se a verificação dos sites da Rádio AL e da Rádio Ponto, bem como o mapeamento e análise das redes sociais. Identificou-se que as webemissoras possuem presença em mais de uma rede social; no entanto, considerou-se apenas o Facebook por ser a rede social mais acessada no Brasil e porque as outras redes sociais direcionavam ao Facebook ou eram focadas em imagens (caso do Flickr e do YouTube). Apesar de as imagens poderem ser utilizadas como complemento à informação radiofônica, uma prerrogativa das webrádios é que o elemento sonoro seja o item principal (PRATA, 2009, p. 73-74). Como as redes sociais voltadas para imagens não admitem nem foram usadas para que o áudio fosse o elemento principal, foram desconsideradas da análise.

Com o mapeamento das redes sociais, também verificou-se qual foi a interação nos posts publicados nas redes sociais nos períodos de acompanhamento e foi feita uma comparação em porcentagem com relação ao total de curtidores das *fan pages*. Os posts publicados nas redes sociais ainda foram comparados com o total de posts publicados nos sites das webemissoras, para identificar a frequência de atualização dos websites.

Assim, para apresentar as informações relativas aos assuntos estudados e também para trazer os dados a respeito da análise realizada, esta pesquisa está dividida em quatro capítulos. O primeiro traz um panorama sobre as transformações pelas quais o rádio informativo brasileiro passou em mais de 90 anos de história do rádio. Neste capítulo, é apresentado o cenário radiofônico atual, mostrando a importância das novas tecnologias à produção radiofônica. Em seguida, são apresentados os tipos de emissoras radiofônicas e as fases pelas quais o rádio brasileiro vem passando. Esta parte é baseada principalmente na periodização proposta por Valci Zuculoto (2012a, 67-71). Sendo assim, é apresentada a evolução das emissoras comerciais com suas cinco etapas e as emissoras públicas com suas cinco fases também. No final é apresentada uma linha do tempo, com os principais momentos históricos das rádios públicas e comerciais. Em seguida, o capítulo traz uma revisão sobre a linguagem radiofônica, apresentando as mudanças que podem ser ou já foram implantadas no discurso radiofônico atual. Seguindo na mesma linha, os gêneros e formatos radiofônicos são revisitados.

O capítulo 02 traz os conceitos relativos à convergência, à interatividade e às redes sociais, às webrádios e ao rádio digital. Em relação à convergência, o foco está principalmente na convergência jornalística, mostrando como os novos dispositivos tecnológicos estão impactando na rotina produtiva das redações e de que forma os jornalistas estão tendo que se readaptar ao novo cenário para poderem acompanhar as novas

possibilidades proporcionadas pela tecnologia. No item “Interatividade e redes sociais na internet” é apresentado o conceito de interatividade e algumas informações importantes para a análise de redes sociais feita nos capítulos seguintes. Os conceitos de convergência e de interatividade são relacionados ao rádio informativo. Já no item sobre as webrádios é feita uma contextualização do assunto, mostrando as características deste tipo de emissora e quais as diferenças de seu modo de transmissão de conteúdos. Em seguida, trata-se do rádio digital hertziano, que ainda não foi implementado no Brasil, mas é uma tecnologia em andamento em vários países do mundo. Assim, são apresentadas as similaridades entre o rádio digital hertziano e as webrádios (que também têm transmissão digitalizada, mas realizada exclusivamente pela internet), observando que as webrádios são uma alternativa viável e mais barata à tecnologia do rádio digital hertziano.

Por fim, no capítulo 03 é feita a análise da Rádio AL e no capítulo 04 apresenta-se a análise da Rádio Ponto. Os capítulos foram estruturados da mesma forma, trazendo informações sobre a história das webemissoras, a estrutura (com detalhes sobre computadores disponibilizados, características das redações e do estúdio, equipamentos, etc), os profissionais que fazem parte das equipes, a rotina produtiva (detalhando as reuniões de pauta, modo de atuação dos profissionais, períodos de mais atividade, etc), a programação (com o mapeamento dos programas transmitidos no período de acompanhamento em cada webemissora), as redes sociais e o site (mostrando dados de atualização do site e das redes sociais, bem como a interação dos curtidores das *fan pages*) e a análise (um resumo do que foi verificado nas semanas de acompanhamento). A ligação entre os capítulos é relacionada nas Considerações Finais.

Assim, esta pesquisa pretende esclarecer como funciona a rotina produtiva das webrádios analisadas, identificando, através da teoria e da observação nas webemissoras, quais são as similaridades e as diferenças em relação às emissoras hertzianas com presença na internet.

CAPÍTULO I – AS TRANSFORMAÇÕES DO RÁDIO INFORMATIVO BRASILEIRO

Com mais de 90 anos de história, o rádio brasileiro tem passado por transformações importantes e profundas. No seu início, o intuito era de que o rádio fosse educativo e servisse para elevar o nível educacional da população do país, então extremamente baixo. No entanto, em poucos anos, o meio adquire um caráter comercial e a primeira transformação inicia-se. Esta seria apenas a primeira de muitas mudanças, que continuam em curso. Anos depois, o primeiro meio de comunicação eletrônico incorpora as novas tecnologias, passando a usar transistores, pilhas e outros recursos que ampliavam a mobilidade e o alcance das ondas sonoras.

Estas transformações trouxeram sobrevida ao rádio, que se adaptou às necessidades do público. No entanto, nos últimos anos, percebe-se mais um movimento de transformação, motivado novamente pela tecnologia. A internet e o uso cada vez maior de celulares nos fazem pensar em qual é o futuro do rádio ou mesmo questionar se o meio de comunicação continua sendo rádio ou se está adquirindo características diferentes, que configurariam um novo meio. Todas estas transformações também trazem impactos ao jornalismo radiofônico. Nos dias de hoje, além do rádio tradicional (nos espectros AM e FM), também existem emissoras que funcionam somente na internet, as chamadas webrádios, e ainda as tecnologias do rádio digital terrestre e por satélite, que ainda não foram implementadas no Brasil, mas são uma realidade em outros países e, por isso, não devem ser desconsideradas.

Tratando sobre as modificações pelas quais o rádio passou desde sua criação, Ferraretto (2010, p. 20) destaca que “[...] a preocupação com o futuro do rádio cresce à medida que o meio perde, primeiro, o protagonismo exercido até então e, em seguida, cada vez mais anunciantes”. O mesmo autor também relata que a metamorfose sofrida pelo rádio ainda não pode ser medida, já que está em andamento, mas que alguns pontos podem ser abordados e pensados. Um deles está relacionado ao consumo das notícias, já que o receptor deixa de ser passivo e pode tornar-se ativo, interferindo na produção jornalística. Outro item alterado com as novas tecnologias é o modo de produção dentro das redações. Apesar de cada meio de comunicação (rádio, TV e jornal e revista impressos) ter seu próprio estilo de texto e um elemento principal (seja sonoro, imagético ou textual), a internet, como ferramenta utilizada por estes meios, oferece amplas possibilidades aos jornalistas e permite a mescla dos elementos citados anteriormente. Portanto, um jornal na internet pode contar com algum item

sonoro, assim como o site de uma webradio deve trazer fotos, imagens, textos e até mesmo vídeos, mas focar-se no áudio. Conforme Prado aborda:

O rádio que escutamos – desde o dial nas ondas curtas, na AM, na FM, via satélite, na TV a cabo, em micro-ondas, na internet, na *web*, com ou sem imagem por *webcam*; do rádio capelinha ao rádio relógio, pelo radinho de pilha, no rádio à manivela, até nos celulares (inteligentes ou não) – vem se transformando nesses 90 anos de existência, mas seu zênite é o áudio, a oralidade (PRADO, 2012, p. 17).

A partir deste contexto, várias são as possibilidades para se pensar a respeito do futuro do rádio. Segundo Barbosa Filho (2005, p. 330), o que se espera é “uma verdadeira revolução na construção dos conteúdos sonoros, aliando novas possibilidades de conjugação de seus elementos ao lado da melhoria da qualidade da informação”. Neste trecho, o autor refere-se à linguagem do rádio digital, mas é fato que o excerto pode ser adaptado à webradio e que as transformações dos conteúdos sonoros somente são possíveis de serem realizadas através da mudança do modo de produção.

1.1 Tipos de emissoras e fases do rádio brasileiro

O rádio brasileiro possui emissoras comerciais, públicas e comunitárias, que podem estar no espectro AM ou FM ou ainda ser transmitidas somente pela internet. Este último caso é o das webrádios, entendidas como sendo emissoras que transmitem seu conteúdo exclusivamente pela internet, de acordo com o conceito proposto por Prata (2009, p. 46-47).

Ainda nos anos 1920, não havia diferenciação entre emissoras comerciais ou públicas, já que o modelo existente na época era o de rádios sociedade. Em 1931, o então presidente Getúlio Vargas aprovou o decreto 20.047, datado de 27 de maio de 1931, cujo objetivo era determinar “a competência exclusiva do Governo Federal para regulamentar a telegrafia, a radiotelegrafia e as atividades de radiodifusão” (LOPES, 2009, p. 03). Já em 1932 houve a regulamentação das emissoras comerciais através do decreto número 21.111, de 1º de março. A partir de então, a concessão de canais no espectro AM passa a ser regida pelo governo federal. Já para Zuculoto (2012a, p. 28), o marco da divisão entre rádios comerciais e

públicas ocorre em 1936, quando Roquette Pinto, “o pai do rádio brasileiro”, decidiu doar a então Rádio Sociedade do Rio de Janeiro para o Ministério da Educação e Saúde (MES).

1.1.1 Emissoras comerciais

O surgimento das emissoras comerciais marca a passagem para a segunda fase do rádio brasileiro. Para este tipo de estação, o período que vai de 1935 a 1955 marcou a época de ouro da radiodifusão. A década de 1940 foi o auge, quando o rádio comercial viveu o seu apogeu e popularizou-se. Neste ínterim, foi instituída a primeira síntese noticiosa do Brasil, o Repórter Esso, que estreou em 28 de agosto de 1941.

O Repórter Esso, cujo principal locutor foi Heron Domingues, era patrocinado pela Standard Oil Company of Brazil, ou seja, a norte-americana Esso, que também tinha uma sede no país, além de ser supervisionado pela empresa americana McCann Erickson Corporation e produzido pela então United Press Associations, atualmente United Press International (UPI). Segundo Klöckner (2001),

Coube também ao noticiário contribuir na difusão tanto do estilo de vida americano, o *american way of life*, como da ideologia capitalista, sendo considerado um ponta-de-lança na americanização do Brasil. Os comerciais encaixados antes da última notícia, estimulavam a compra de bens como automóveis, fogões, fogareiros, baterias, óleos e lubrificantes. E, junto com a síntese noticiosa, chegaram os chicletes, a Coca-Cola, as revistas em quadrinhos e uma série de hábitos americanos (KLÖCKNER, 2001).

Com as devidas adaptações do nome, o Repórter Esso já tinha sido implementado nos Estados Unidos em 1935 e, em apenas sete anos, era transmitido em outras 14 nações, incluindo o Brasil. Por ter sido a primeira síntese noticiosa, o Repórter Esso tem uma credibilidade estampada em vários exemplos. Um deles ocorreu durante a Segunda Guerra Mundial. Depois de passar meses esperando para dar a notícia do fim da guerra, uma noite o locutor Heron Domingues decidiu voltar para casa e descansar. No recesso, descobriu pela emissora concorrente que o fim da guerra havia sido declarado. Apesar de o Repórter Esso não ter sido o primeiro a dar a notícia

(a Rádio Tupi foi a primeira emissora a informar sobre o fato), muitos ouvintes não acreditaram na informação até que Heron Domingues, a principal voz do radiojornal, repassasse a notícia em cadeia nacional. Este exemplo demonstra como o jornalismo e o Repórter Esso tinham ganhado a confiança da população.

Em termos de contribuição ao radiojornalismo, Klöckner (2001) destaca que, apesar de sua edição ter apenas cinco minutos, o Repórter Esso “transformou o radiojornalismo brasileiro. Com o noticioso, foi implantado o lide; a objetividade; a exatidão; o texto sucinto, direto e vibrante; a pontualidade; a noção do tempo exato de cada notícia; aparentando imparcialidade e contrapondo-se aos longos jornais falados da época”. O autor ainda ressalta que a primeira síntese noticiosa do Brasil serviu, principalmente, para divulgar a propaganda política-ideológica dos Estados Unidos e, devido a isso, possuiu três momentos em sua história: a primeira etapa, em que divulgava as vitórias dos Estados Unidos e deixava claro o apoio aos Aliados durante a Segunda Guerra Mundial; enquanto que o segundo período foi marcado pelo fim da guerra, quando começaram a ser veiculadas mais matérias locais e o noticiário passou a contar com assuntos variados, como esportes, previsão do tempo, etc. Também vale a pena ressaltar que o Repórter Esso possuía um manual de redação, inserindo um modelo noticioso que norteia vários meios de comunicação até os dias de hoje. “A estrutura da síntese noticiosa de o Repórter Esso, observada ainda em vários noticiosos do País, é uma das características que permanece ainda hoje não só no rádio e na televisão ou na internet, como também em meios da mídia impressa” (KLÖCKNER, 2008).

Com os slogans “Repórter Esso, a testemunha ocular da história” e “Repórter Esso, o primeiro a dar as últimas”, a primeira síntese noticiosa brasileira fez história, mas realizou sua última transmissão em 31 de dezembro de 1969, depois de 28 anos. Seu encerramento aconteceu na terceira fase do rádio comercial brasileiro, em que a TV já tinha surgido e no qual muitos questionavam se o rádio conseguiria sobreviver como meio de comunicação.

Esta terceira fase, de acordo com Zuculoto (2012b, p. 29), começa ainda em 1955, 14 anos antes do fim do Repórter Esso, e encerra junto com o radiojornal. O período foi de mudanças e reestruturação, já que a chegada da televisão ameaçou a continuidade da radiofonia. O resultado foi o aumento da mobilidade e da instantaneidade através da adoção de novas tecnologias, como o transístor, por exemplo. A mesma autora ainda ressalta que, ao mesmo tempo em que a morte do rádio foi decretada, novos avanços foram registrados, especialmente no tocante ao jornalismo.

Porém, paradoxalmente, é quando outra boa parte das emissoras constrói a história da radiofonia brasileira não apenas na base da reprodução da música gravada e distribuída pela então emergente indústria fonográfica, como também por meio do desenvolvimento do radiojornalismo. E o avanço da tecnologia, com novidades como o transistor e vários outros equipamentos eletrônicos, constitui-se num dos aspectos históricos que mais influi na trajetória do rádio neste período e, por decorrência, também na sua notícia (ZUCULOTO, 2012b, p. 30).

A partir da década de 1970 e entrando nos anos 1980, um novo movimento começa a ser registrado nas emissoras radiofônicas do Brasil; é a quarta fase das emissoras comerciais, de acordo com a categorização de Zuculoto (2012b, p. 118). A adoção do espectro da frequência modulada, mais conhecido por FM, aumentou a quantidade de concessões disponíveis para cada região, ao mesmo tempo em que trouxe melhorias à qualidade do sinal. A desvantagem do FM em relação à amplitude modulada (AM) é que aquele tem menor alcance.

Enquanto as rádios AM mantiveram o caráter informativo, com notícias tanto factuais quanto de serviço, o FM assumiu o entretenimento como sua marca principal. Com essa diferenciação, esta etapa é reforçada pela criação do rádio informativo no Brasil, que se inicia ainda na década de 1980, mas consolida-se nos anos 1990 e persiste neste início de século XXI. Meditsch (2007) conceitua o modelo adotado pelo rádio informativo:

O rádio informativo, em finais da década de 90, é um formato de programação entre outros e pode-se dizer que o radiojornalismo, em sua manifestação realmente significativa como produção de conhecimento sobre a realidade, vive cada vez mais confinado às emissoras que adotam este formato (MEDITSCH, 2007, p. 31).

Ainda de acordo com o autor, é importante fazer uma diferenciação entre radiojornalismo e rádio informativo. O primeiro conceito foi criado com base na palavra impressa e, segundo Meditsch (2007), mesmo tendo ultrapassado esta questão, continua arraigado a algumas normas, técnicas e modelos calcados no suporte impresso. Portanto, o termo rádio informativo é proposto com o objetivo de apresentar um novo modelo de jornalismo

radiofônico, “qualitativamente diferente, e designação diversa costuma dar conta dessa transformação” (MEDITSCH, 2007, p. 30).

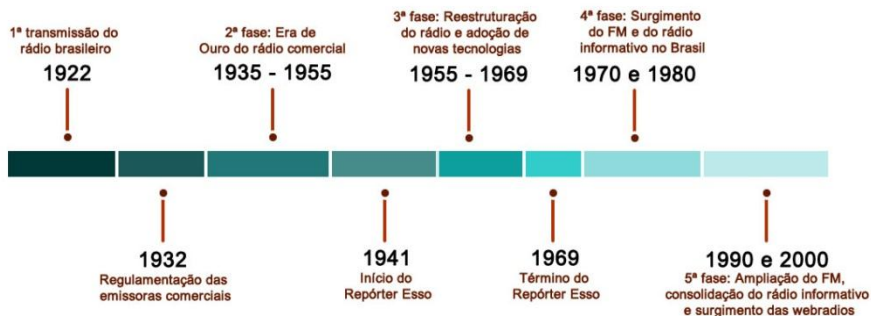
Faus Belau (*apud* MEDITSCH, 2007, p. 31) destaca que o rádio informativo possui mais profundidade na abordagem noticiosa se comparado ao radiojornalismo e esta mudança pode indicar uma segunda etapa da história do rádio. Portanto, a abordagem do rádio informativo é mais ampla e reflete não apenas a transposição da prática do meio impresso para o radiofônico, mas sim novos hábitos e normas que são implementados no modo de produção e na programação das emissoras essencialmente jornalísticas. A partir desta perspectiva, Meditsch (2007, p. 31) ressalta que o rádio informativo passa a incluir em sua programação elementos que não faziam parte do modelo anterior de radiojornalismo, como a hora certa, por exemplo, além de também oferecer mais espaço para que os ouvintes possam emitir a sua opinião e até mesmo participar de forma mais ativa do processo de produção, sugerindo pautas, etc.

O rádio informativo é também, assim, uma instituição: uma instituição social com características próprias que a distinguem no campo da mídia e no próprio campo do rádio. Este é contemporaneamente mais plural e diferenciado em alguns aspectos, embora mantenha muitos outros em comum com o rádio da primeira metade do século, onde se localiza a sua origem histórica e também a de sua identidade enquanto instituição (MEDITSCH, 2007, p. 31-32).

Este modelo de radiofonia consolida-se principalmente na quinta fase do rádio brasileiro, a etapa atualmente vivenciada, de acordo com Zuculoto (2012b, p. 141). Neste momento, além da segmentação das emissoras, que propiciou a consolidação do rádio informativo, também houve uma ampliação no uso da frequência modulada, que passou a ser adotada também por emissoras cujo mote principal e/ou único é a informação. Além disso, a partir do final da década de 1990, surgem as webrádios no país e no mundo.

Portanto, as fases das emissoras comerciais, de acordo com a categorização proposta por Zuculoto, podem ser definidas de acordo com a linha do tempo a seguir:

Figura 01 – Linha do tempo das Fases das Emissoras Comerciais no Brasil.



Fonte: Produzido pela autora.

1.1.2 Emissoras públicas

Assim como acontece com as emissoras comerciais, as rádios públicas também estão em sua quinta fase, de acordo com a categorização de Zuculoto (2011, p. 04) sobre a história do rádio brasileiro, e passam por um momento crucial, de definição de quais tipos de estações enquadram-se no conceito de emissoras públicas. Segundo Zuculoto (2012a, p. 55), uma rádio pública só pode ser considerada como tal se tiver uma relação com o ouvinte que seja amparada nos interesses da sociedade.

[...] não basta o veículo ser de natureza pública, mas, acima de tudo, conhecer e atender necessidades da sua audiência para se situar na realidade social e por conseguinte, exercer a cidadania. Só assim estas emissoras podem transmitir calçadas na relação comunicação-ouvinte defendida pela entidade (Fórum Nacional pela Democratização da Comunicação – FNDC) (ZUCULOTO, 2012a, p. 55).

A primeira fase das rádios públicas é a mesma etapa das emissoras comerciais, em que o rádio estava em seus primeiros anos e ainda não havia diferenciação entre público e comercial. Esta etapa inicial começou na

década de 1920 e terminou em 1932, ano da regulamentação das emissoras comerciais, conforme verificado anteriormente. No entanto, Zuculoto (2012a, p. 91) destaca que o início do rádio público foi efetivamente marcado em 1936, ano em que houve a doação da Rádio Sociedade do Rio de Janeiro para o MES, conforme já apontado anteriormente.

Nestes primeiros anos da radiofonia, o objetivo principal era transmitir programas educativos. A primeira emissora brasileira, a Rádio Sociedade do Rio de Janeiro, servia de modelo.

Assim como a Rádio Sociedade, as demais emissoras daquela fase inicial, referenciando-se na precursora, também transmitiam programas com conteúdos que tinham finalidades educativas e culturais, construindo suas grades de programação com música erudita principalmente, óperas, conferências, palestras e verdadeiras aulas (ZUCULOTO, 2012a, p. 94).

Apesar de o rádio atualmente estar em outra etapa de sua história, várias emissoras continuam trazendo em suas programações o modelo implementado pela Rádio Sociedade. (ZUCULOTO, 2012a, p. 97).

A segunda fase, que se inicia em 1932 e efetiva-se na década de 1940, tem duração até os anos 1970, de acordo com a autora. Para o rádio comercial, esta foi a era de ouro. Já para a radiodifusão pública, o foco eram as produções educativas (ZUCULOTO, 2012a, p. 123). O modelo vai desenvolvendo-se e consolidando-se enquanto as emissoras produziam e transmitiam programas instrucionais e de educação formal. Esta segunda etapa também marca o início das primeiras emissoras radiofônicas em universidades brasileiras, sendo que a primeira surgiu na Universidade Federal do Rio Grande do Sul (UFRGS), em 1957.

Neste período da história das emissoras públicas, a Rádio MEC (antiga Rádio Sociedade do Rio de Janeiro) fortalece a sua missão de ter uma programação voltada à educação e cultura e torna-se, devido a esse fato, a rádio referência no segmento das emissoras públicas (ZUCULOTO, 2010, p.63). Outro fato importante deste momento da radiofonia pública é a outorga da Rádio Cultura, de São Paulo, que passa a ser da Fundação Padre Anchieta, permanecendo assim até os dias de hoje. Entre 1936 e 1969, a Rádio Cultura foi comercial, mas a outorga foi alterada acompanhando as mudanças da Ditadura Militar, implementada em 1964. Zuculoto (2010, p. 63) destaca que, nesta segunda etapa, “[...] as emissoras educativas começam a se beneficiar de políticas de integração nacional com estímulo ao incremento da radiodifusão e aqui, principalmente com os estímulos ao

desenvolvimento da educação radiofônica”. Este é o começo da preparação para a era de ouro da radiofonia pública brasileira.

No início dos anos 1970, terceira fase da história, o rádio público ganha força e vive a sua época de ouro (ZUCULOTO, 2012a, p. 131), até o final dos anos 1980. Este período é marcado como o grande momento da radiofonia educativa e isso acontece devido a vários fatores, como a legislação para o ensino instrucional, o desenvolvimento das tecnologias da comunicação e o aporte político oferecido pelos governos militares (ZUCULOTO, 2010, p. 64). Este momento também é marcado pela ideia da comunicação para o desenvolvimento, ou seja, a comunicação passa a ser encarada como “um elemento para a construção da identidade e de representação a respeito de um determinado assunto” (CABRAL, s/d). A partir desta ideologia, é consolidada a radiofonia educativa, que tinha por principal objetivo o ensino instrucional. “Frente à concorrência da televisão e com novas tecnologias, assim como todo o rádio, inclusive o comercial, também o segmento então conhecido como educativo precisa buscar alternativas de sobrevivência” (ZUCULOTO, 2010, p. 64). Portanto, reforça-se a educação não formal e surge o Sistema Nacional de Radiodifusão Educativa (SINRED), uma cadeia retransmissora de programas educativos. Nesta época, o grande destaque foi o Minerva, um dos muitos projetos de ensino realizados pelo governo brasileiro.

O projeto Minerva foi criado com o objetivo de auxiliar a educação dos brasileiros. Como destaca Zuculoto (2011, p. 04),

Por isso, esta igualmente é a fase de avanço da educação não-formal como linha de programação, com a época de estabelecimento das cadeias retransmissoras, possibilitadas pelo satélite, tendo a Rádio MEC-Rio como a cabeça de rede principal e a Cultura AM de São Paulo, agora já operando como não-comercial, como referência em franca consolidação.

A história do Minerva iniciou nos anos 1970 e o projeto ficou marcado como o mais importante implementado na terceira fase do rádio público brasileiro. Instituída pelo governo militar, a proposta era a de atender ao anseio da Igreja Católica, que naquele período realizou alguns movimentos favoráveis ao uso do rádio e da televisão como instrumentos de ensino a distância. O Minerva, portanto, veio com o objetivo de “solucionar os problemas com a implantação de uma cadeia de rádio e televisão educativas para a educação de massa por meios de métodos e

instrumentos não convencionais de ensino” (ANDRELO; MANTOVANI; SOUZA et al, 2012).

A transmissão do Minerva foi operada pelo Serviço de Radiodifusão Educativa do Ministério da Educação e Cultura. Junto com a entidade, também estavam a Fundação Padre Landell de Moura e a Fundação Padre Anchieta, que ajudavam a produzir os programas. O foco principal do projeto era a capacitação e madureza ginasial, ou seja, instruir os candidatos que precisavam fazer os exames supletivos, mas não podiam pagar pelos cursos que então eram oferecidos presencialmente.

Apesar de ser um destaque até hoje dentro do rádio público, o projeto Minerva teve alguns problemas de aceitação por parte da população, segundo Pavan (*apud* ANDRELO; MANTOVANI; SOUZA et al, 2012). O autor destacou que o grande problema foi a produção focada nas regiões Sul e Sudeste com a distribuição centralizada. Assim, boa parte da população não sentia que a programação atendia às suas necessidades. Desta forma, o Minerva foi mantido até o começo dos anos 1980 e teve um baixo índice de aprovação, ficando na casa de apenas 23% dos inscritos.

Já na década de 1990, inicia-se a quarta etapa da história das emissoras públicas, segundo Zuculoto (2010, p. 64). O marco foi o advento cada vez maior das rádios FM educativas e universitárias. Neste período, houve grande número de concessões para a abertura de emissoras, especialmente as universitárias, o que fortaleceu o chamado sistema público de rádio e este momento também é marcado pelo início das discussões sobre o formato das rádios públicas.

Após a entrada em vigor da Constituição e o fim do SINRED, a década de 90 foi marcada, então, por vários movimentos destas emissoras (públicas) na tentativa de construírem, conjuntamente, um perfil mais identificado com o de uma emissora pública. A Rádio MEC, em 1992, tenta reeditar o SINRED, reunindo as emissoras no Rio de Janeiro e propondo a criação de uma nova Rede Nacional. A ideia não saiu do papel, mas outra proposição incluída nas delimitações do encontro passa a ser amadurecida pelas emissoras: a produção e transmissão conjunta de pelo menos um programa (ZUCULOTO, 2012a, p. 78).

A decisão destacada por Zuculoto foi a movimentação de emissoras universitárias, de 1994 a 1999, para a criação do sistema não oficial

chamado Rede Universitária de Rádio (ZUCULOTO, 2012a, p. 26). O objetivo foi fazer a transmissão via satélite de coberturas em rede, realizadas por equipes de alunos de aproximadamente 60 rádios universitárias e estatais. Nesta etapa da radiodifusão pública, o nome “rádio pública” é acentuado, já que os representantes das emissoras utilizam este termo para denominá-las.

Em sua última etapa, a quinta, o rádio público brasileiro tem como uma de suas características a existência da Associação das Rádios Públicas do Brasil (ARPUB), fundada no ano de 2004 e que vem, na medida do possível, fomentando debates sobre o que seria o sistema público de radiofonia (ZUCULOTO, 2010, p. 65). Em meio às discussões, também há a tentativa do governo federal de liderar as conversas a respeito deste assunto, o que veio culminar na criação da Empresa Brasil de Comunicação (EBC). Outro ponto a ser destacado a respeito dessa fase da radiodifusão pública é o Fórum Nacional de Rádios Públicas, que teve sua primeira edição em 2007.

Toda esta categorização das emissoras públicas e comerciais foi baseada na proposta de Zuculoto, que também define o momento atual do rádio público.

O setor brasileiro da radiodifusão vive uma fase de efervescência na contemporaneidade. Com o avanço e consolidação das novas tecnologias, um dos grandes debates e desafios é o da implantação dos padrões digitais de TV e rádio. Acirra-se também o debate e a movimentação para a implantação do sistema público da radiodifusão, embora a Constituição de 88 continue sem regulamentação neste quesito. A legislação específica para o setor também segue defasada e o há muito reivindicado novo marco regulatório para toda a área das comunicações igualmente permanece apenas nos planos de reivindicação e debate (ZUCULOTO, 2011, p. 05).

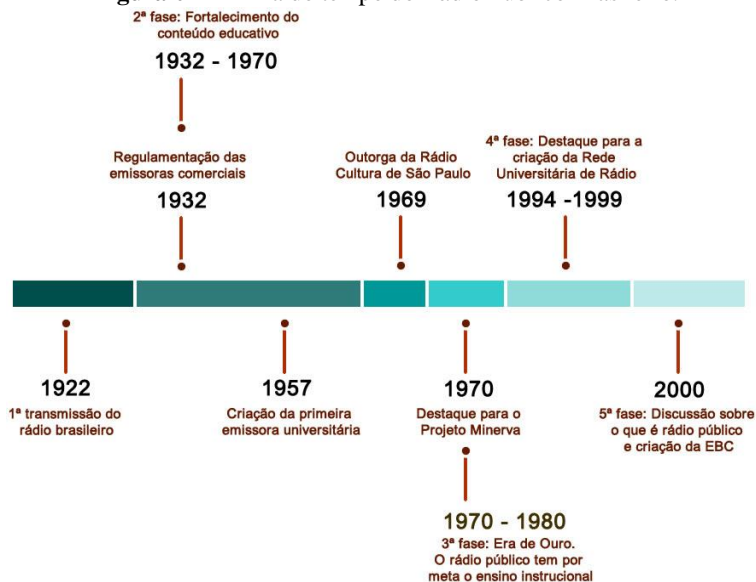
A legislação que normatiza a radiodifusão pública foi implementada ainda nos anos 1960 (ZUCULOTO, 2012a, p. 19) e não foi atualizada até 2014. A necessidade de um novo marco regulatório para o setor é destacada em eventos que discutem a radiodifusão pública.

O próprio governo federal vem admitindo cada vez mais esta grave lacuna regulatória. [...] A EBC – Empresa Brasil de Comunicação, criada em 2007 pela

MP (medida provisória) 398 convertida na Lei 11.652, é defendida pelo governo federal como uma das suas contribuições para a construção da radiodifusão pública e, desta forma, atualização de parte desta defasagem regulatória a que a área está submetida. Mas, por exemplo, diretores da Empresa, ao mesmo tempo, têm concordado que as comunicações brasileiras precisam de novas legislações e da regulamentação constitucional quanto aos sistemas para a radiodifusão.

Além da EBC, neste período também foi criada a Associação das Rádios Públicas do Brasil (ARPUB), que luta para a criação de uma nova legislação e marco regulatório (ZUCULOTO, 2012a, p. 27). Desta forma, a linha do tempo com a história do rádio público brasileiro pode ser definida como segue:

Figura 02 – Linha do tempo do Rádio Público Brasileiro.



Fonte: Produzido pela autora.

1.2 Linguagem radiofônica

O momento de reinvenção do rádio brasileiro permite pensar a respeito do futuro deste meio de comunicação. As alterações não passam somente pelo processo de transmissão e produção, mas também pela linguagem radiofônica, que agora pode contar com recursos que vão além do áudio. Por isso, a questão que aparece neste contexto é como o discurso sonoro será utilizado para ser possível aproveitar todas as possibilidades oferecidas pela internet e pela tecnologia sem que o meio rádio seja descaracterizado.

Porém a linguagem radiofônica não surgiu somente com o advento dos novos dispositivos tecnológicos. Ainda em seus primórdios, nos anos 1920, apareceram as primeiras tentativas de se estabelecer uma forma de discurso adaptado para o novo meio de comunicação, que possui características próprias e cujo elemento principal é o áudio. Nos primeiros anos, o conteúdo radiofônico era apenas uma reprodução dos textos dos jornais impressos da época. Mas já em 1926 começavam a ser criadas algumas normas para a redação radiofônica. As iniciativas estavam localizadas na Bélgica e ainda não tinham sido incorporadas pelos radialistas brasileiros (MEDITSCH, 2007, p. 182). Conforme Zuculoto (2012b, p. 28), os primeiros anos do rádio são representativos da metamorfose gradual que acontece com os novos meios de comunicação, que não possuem uma linguagem própria de imediato.

A partir da criação das primeiras normas, o discurso radiofônico vem sendo adaptado. Com o surgimento e utilização da internet como ferramenta de divulgação e transmissão dos meios de comunicação tradicionais (rádio, TV e jornal e revista impressos), a linguagem radiofônica também sofre mudanças. Prata (2009) ressalta que, independentemente da plataforma utilizada para transmissão e divulgação de conteúdos, o elemento principal do rádio permanece sendo o item sonoro, o que manteria a essência do meio de comunicação preservada.

O elemento-chave do rádio continua sendo o som, só que agora com a agregação de novos signos nos campos textual e imagético gerados pela web. O som passa a ser o elemento definidor, o divisor de águas, o ponto de partida e de chegada da radiofonia. No rádio, o som deve ter sentido por si próprio, sem a necessidade de apoio do texto ou da imagem, como em outras mídias (PRATA, 2009, p. 73-74).

Segundo Santaella (2007, p. 76), existem três matrizes que permitem originar a linguagem e os processos de comunicação em todas as suas formas. São elas as matrizes visual, verbal e sonora. Cada um destes elementos possui nove ramificações, que podem cruzar-se entre si e também misturar-se com as subdivisões de outras matrizes. O rádio informativo, especificamente, trabalha quase que exclusivamente com a sonoridade, apesar de seu discurso ser calcado na escrita, como propõe Meditsch (2007, p. 69). Já no caso da internet, a formação das linguagens híbridas é muito mais evidente, porque esta tecnologia permite que seja trabalhado com o áudio, a escrita, as imagens e suas ramificações ao mesmo tempo.

A possibilidade de hibridizar a linguagem, no entanto, não é possível somente com o advento dos aparatos tecnológicos. Apesar de a mediação técnica ser necessária e imprescindível, Martín-Barbero (*apud* SANTAELLA 2007, p. 80) aponta que a chamada revolução tecnológica envolve os processos simbólicos e suas relações culturais, além das maneiras de se produzir e distribuir as informações e os conteúdos. Ou seja, para se conseguir efetivar a revolução tecnológica é necessário modificar a linguagem e aproveitar a transcodificação dos sinais e dos códigos feita na tecnologia digital para se chegar a uma mistura de elementos sonoros, gráficos, visuais e textuais.

Neste sentido, Meditsch (2007, p. 44) afirma que “os meios não são a mensagem, que se localiza numa realidade histórica muito mais complexa, de que fazem parte. Mas os meios interferem nesta realidade, e condicionam especialmente as mensagens produzidas e veiculadas por eles”. Portanto, apesar de os meios não poderem ser ignorados, eles não são determinantes para a efetivação da hibridização da linguagem. Para que isso ocorra, os aparelhos tecnológicos devem ser utilizados e condicionados socialmente.

Outro aspecto apresentado por Santaella (2007, p. 79) é a caracterização dos termos mediação, mediação e interação, de acordo com Muniz Sodré. Estes conceitos são muito utilizados nos dias de hoje por causa da tecnologia, mas nem sempre suas explicações correspondem à realidade. A autora destaca que as mediações são as linguagens, as artes, a cultura em geral, de onde se parte para começar o processo de mediação. A interação, por sua vez, é a forma como opera o processo mediador. Por fim, a mediação seria a quarta esfera existencial, que se caracteriza por uma maneira diferenciada de interação, a chamada tecnomediação. A mediação é composta por mediações realizadas socialmente através do uso dos dispositivos tecnológicos. Com estas definições, entende-se que a

mediatização é o conceito que explica a hibridização da linguagem e somente com a ajuda da mediação, da interação e da mediatização é possível atingir a convergência dos meios e, no caso das webrádios, um novo discurso, que pode ser chamado de hipermídia.

É notório que os conceitos de escritura e de texto vêm passando por transformações profundas desde que as tecnologias digitais emergiram. A integração do texto, das imagens dos mais diversos tipos, fixas e em movimento, e do som, música e ruído, em uma nova linguagem híbrida, mestiça, complexa, que é chamada de hipermídia, trouxe mudanças para o modo como não só o texto, mas também a imagem e o som costumavam ser entendidos (SANTAELLA, 2007, p. 84).

Assim, as tecnologias exigem uma mudança na forma de discurso dos meios. Para ser possível efetivamente alcançar a hipermídia é necessário contar com quatro elementos: interator (ou seja, o agenciamento interativo do usuário), organização não-linear da informação, hibridização da linguagem e cartografia da navegação. De acordo com Santaella (2007, p. 85), atingindo-se estes quatro aspectos, efetua-se a hipermídia, uma linguagem que permite uma navegação mais simples e intuitiva, que favorece a fusão dos elementos textuais, visuais e sonoros, sem necessariamente descaracterizar o meio.

Este também é um aspecto a ser considerado em relação às webrádios. Independentemente da hibridização da linguagem e de se chegar à hipermídia, a sonoridade deve ser o elemento principal das webemissoras. É importante considerar que, se o discurso radiofônico antes aceitava apenas a palavra, os ruídos, o silêncio e a música, a nova linguagem do rádio pode admitir outros elementos.

O rádio continuará sendo sonoro, porém com funções multimídia, portanto terá de agregar uma linguagem flexível que possibilita diversificar conteúdos, o que torna inevitável integrar sua programação a novos formatos de distribuição e ser capaz de compatibilizar voz, imagens e dados (DEL BIANCO, 2010, p. 109).

No entanto, os recursos visuais e textuais não devem se sobrepor ao áudio. Apesar de uma das vantagens das webemissoras ser justamente a possibilidade de agregar conteúdos, estes recursos adicionais devem ser

vistos como um *plus*, tanto para a webrádio quanto para o consumidor da informação. Caso contrário, o que pode acontecer é uma modificação da própria mídia, que se torna uma “comunicação audiovisual empobrecida” (MEDITSCH, 2010, p. 225).

1.2.1 O novo discurso radiofônico

Antes de abordar as potencialidades de construção do novo discurso radiofônico, é preciso observar que o rádio é um meio de comunicação que tem um caráter ubíquo, conforme destacado por Arnheim (*apud* MEDITSCH, 2005, p. 04), ou seja, as ondas sonoras conseguem ultrapassar as barreiras físicas do espaço e chegar a lugares longínquos e isolados, que não possuem nem eletricidade. Para as rádios tradicionais, ou seja, AM e FM, existem canais no espectro que são concedidos às emissoras. Cada estação possui uma frequência em Megahertz ou Kiloherz, que indicam em quantos ciclos por segundo aquele transmissor oscila. A diferença entre o AM e o FM é que o FM possui canais entre 88 e 108 MHz. Já as emissoras AM podem ter uma banda que varia entre 535 e 1.700 Khz (BRAIN, s/d). Na Amplitude Modulada (AM), a onda senoidal (sonora) é inserida sobre a onda do transmissor, o que faz com que ela seja modulada e tenha um alcance maior. Por outro lado, na Frequência Modulada (FM), o ruído é praticamente eliminado, porém o alcance da onda é menor. Isso ocorre porque a frequência de onda do transmissor é pouco modificada de acordo com o sinal da informação. No momento em que um locutor emite uma informação, o amplificador amplia o sinal e a antena envia as ondas sonoras para o espaço, que são rebatidas e voltam à Terra (BRAIN, s/d). Além disso, as ondas sonoras FM têm um comprimento de onda maior, enquanto as ondas AM possuem comprimentos de onda menores, o que garante melhor propagação. Por suas características, as ondas relativas aos canais AM sofrem menos interferência de obstáculos (como montanhas, por exemplo) e, por isso, chegam mais longe, inclusive locais mais isolados.

No caso das webrádios, sua inserção ainda não é tão ampla e intensa quanto a das emissoras tradicionais, mas tende a se expandir com o passar dos anos e com a melhoria e a ampliação dos serviços de internet banda larga. Ao mesmo tempo, as webrádios podem ser ouvidas de qualquer lugar do mundo e a qualquer hora, já que os sites podem ser acessados independentemente de onde está o internauta; basta que este ouvinte digite a URL desejada e tenha conexão à internet. Aplicativos que

oferecem serviços de *streaming*, como o TuneIn, por exemplo, também facilitam o acesso às webemissoras através de dispositivos móveis, como smartphones e tablets. Esta realidade que se apresenta e vem se consolidando com o passar dos anos indica que uma mudança na linguagem radiofônica é necessária a curto, médio ou longo prazo.

Conforme explicitado anteriormente, no contexto das webrádios, a sonoridade permanece sendo o elemento crucial, enquanto os outros recursos apresentados pela internet devem ser encarados como complementos. Neste sentido, uma das características do meio é a questão da imaginação do ouvinte. Muitos autores entendem que isso é algo importante para o rádio, mas Arnheim (2005, p. 62), explicando sobre a cegueira do meio, destaca que o complemento da imaginação visual do ouvinte pode ser uma desinformação se não for provocada conscientemente pelo locutor. Ou seja, o som por si só já consegue dar conta de repassar as informações necessárias para o ouvinte.

O olho sozinho dá uma imagem bastante completa do mundo, mas o ouvido sozinho fornece uma imagem incompleta. Portanto, torna-se uma grande tentação para o ouvinte “completar” com sua própria imaginação o que está “faltando” tão claramente na transmissão radiofônica.

E, no entanto, nada lhe falta! Pois a essência do rádio consiste justamente em oferecer a totalidade somente por meio sonoro. Não no sentido exterior, de incompletude, segundo a visão naturalista, mas fornecendo a essência de um evento, uma idéia, uma representação. Todo o essencial está lá – e neste sentido um bom programa de rádio é completo (ARNHEIM, 2005, p. 62).

Nas webrádios, a sonoridade deve continuar a trazer a plenitude da informação para o ouvinte, mas existe a diferença de a imaginação não ser mais necessária, já que o internauta pode ter ao seu alcance as imagens disponibilizadas pela webemissora – apesar de estas imagens não serem necessárias ao entendimento do assunto.

Outro aspecto sobre o novo discurso radiofônico que exige consideração é o fato de que a linguagem do rádio “[...] não pertence ao campo audiovisual e se diferencia também de outros discursos sonoros – como o fonográfico – produzidos com os mesmos elementos de linguagem sonora (palavra, música, ruídos e silêncio)” (MEDITSCH, 2007, p. 54).

Estes mesmos elementos continuam sendo primordiais e são eles que caracterizam a informação radiofônica. Porém Meditsch discorda de outros pesquisadores quanto ao uso de elementos textuais e imagéticos como complementação à informação sonora. Para o autor, o rádio deve ser pensado a partir da submissão “à especificidade do fluxo sonoro que proporciona e às relações socioculturais que a partir dele se estabelecem” (MEDITSCH, 2010, p. 204). O pesquisador propõe, portanto, que o meio de comunicação deve ser avaliado sem atrelamento ao equipamento ao qual está vinculado, o que pode assegurar sua permanência no futuro, desde que seja mantida a sua modalidade cultural.

Se o rádio como modalidade cultural tende a prosseguir existindo, a indústria que o explora terá que se adaptar ou morrer. Já teve que fazer isso outras vezes, no século passado, com o surgimento da música gravada, da televisão e da banda FM: resta saber se esta experiência poderá servir para atenuar as turbulências de agora (MEDITSCH, 2010, p. 207).

Assim, Meditsch destaca que o rádio possui esta denominação não por seu aparato tecnológico, mas pelo seu conteúdo e elementos sonoros. Com as novas tecnologias, uma nova realidade se apresenta e isto pode modificar e descaracterizar o meio de comunicação rádio.

Com o advento da eletrônica, que tem sua origem no domínio da eletricidade (que já trouxe o rádio e a TV analógicos), e sua potencialização no digital, estaríamos vivendo a emergência de uma nova tecnologia intelectual, que pode ter um impacto tão grande ou maior (até porque é incomensuravelmente mais rápida e mais universal) do que a revolução anterior, marcada pelo surgimento da escrita e sua posterior potencialização na imprensa. A mudança é de tal ordem que os próprios conceitos de rádio e televisão, ou da internet como apenas uma outra mídia (à imagem e semelhança das anteriores), aparecem agora como formas antigas de pensar, que estão longe de dar conta da nova situação (MEDITSCH, 2010, p. 214).

Por este motivo, o autor defende a diferenciação entre os termos rádio e conteúdo sonoro. O nome “rádio”, de acordo com Meditsch (2010,

p. 224) continuará existindo por bastante tempo e até sendo disputado por várias instituições, que desejam utilizar esta palavra para se beneficiar da história que representa. Porém o meio de comunicação, para o pesquisador, pode deixar de existir, sendo que apenas o conteúdo sonoro sobreviveria nesta situação.

É provável, no entanto, que a informação sonora sobreviva no novo contexto à mídia que lhe deu origem, tendo em vista que persistem as razões para a sua produção e consumo, sendo a principal delas a praticidade de recebê-la sem utilizar os olhos, simultaneamente à realização de outras atividades. Isso, no entanto, representa uma limitação ao uso de recursos visuais, apresentados como uma vantagem do rádio digital em relação ao analógico. Em todo o caso, e particularmente no jornalismo, será preciso que estes recursos sejam compreendidos pelos produtores como complementares, para que seu uso não seja necessário nem habitual aos consumidores, sob pena de descaracterizarem a informação sonora como uma comunicação audiovisual empobrecida, e desperdiçarem a principal vantagem competitiva do meio invisível [...] (MEDITSCH, 2010, p. 225).

Esta proposição de Meditsch vai de encontro ao proposto por outros pesquisadores, como Nair Prata e Nélia Del Bianco. Para estas duas autoras, o novo discurso radiofônico pode conter outros elementos, desde que o conteúdo principal seja o sonoro e que os outros elementos não sejam necessários para o entendimento da informação sonora. Ainda é destacado que a internet “não representa o fim, mas o início de uma nova era, regida pela digitalização. Desta vez com uma nova linguagem, novos signos textuais e imagéticos, novo suporte, novas formas de interação e a presença de gêneros reconfigurados [...]” (PRATA, 2008, p. 02). Já Del Bianco (2003) afirma que deverá haver mudanças na forma de gestão das emissoras, bem como na programação e na produção e transmissão de conteúdos.

Essa variedade de formas de transmissão provocará uma reconfiguração dos atuais conteúdos e das funções sociais do rádio. É evidente que haverá um aprofundamento da segmentação da programação para atender diferentes faixas ou segmentos da

audiência. [...] Diante da possibilidade de transmissão de dados e oferta de serviços especializados, o rádio não mais se caracterizará como um meio de comunicação exclusivamente sonoro. Boa parte de seu conteúdo poderá ser lido na tela do cristal líquido do aparelho receptor digital – portátil e multifuncional – ou em outras plataformas de mídias convergentes (DEL BIANCO, 2003).

1.3 Gêneros e formatos radiofônicos

Muitos pesquisadores já abordaram a questão dos gêneros e formatos radiofônicos e formularam as suas propostas, mas uma das classificações mais completas foi apresentada por André Barbosa Filho em seu livro “Gêneros Radiofônicos: os formatos e os programas em áudio”. Nesta obra, o autor faz uma divisão de gêneros e formatos que consegue dar conta das especificidades das informações apresentadas no rádio. Especificidades essas que vêm sofrendo transformações ao longo dos anos, alterando o discurso radiofônico.

Um viés para uma nova definição da radiofonia passa pela configuração das novidades presentes na web rádio. Os gêneros no rádio tradicional possuem uma configuração clara e precisa, já que seu universo é apenas sonoro. Com a internet, porém, os gêneros conhecidos se reconfiguram, aparecendo novas formas de radiofonia. Inclusive, poder-se-ia dizer que um novo conceito de radiodifusão deveria ser traçado com o advento do rádio na internet, porque há o surgimento de novos gêneros e de novas formas de interação (PRATA, 2009, p. 15).

Por gêneros radiofônicos, a conceituação proposta por Barbosa Filho (2003, p. 58-59) compreende que os gêneros são “um instrumento de criação na produção profissional e industrializada da informação ao fornecer pautas precisas, que possibilitam a decodificação da informação pelo leitor”.

No momento da produção do texto, o gênero é um mecanismo de codificação, uma ferramenta, um

código de escritura utilizado pelo sujeito da enunciação para realizar seu trabalho. No momento da decodificação ele é o que Jauss chama de 'consciência compreensiva', criador de sentido no enunciado, que permite ao leitor identificar uma determinada intenção (relato ou comentário) (BARBOSA FILHO, 2003, p. 57).

O mesmo autor ainda ressalta que os gêneros geram sentido e podem ser usados para a produção textual (BARBOSA FILHO, 2003, p. 60). De acordo com a categorização proposta por Barbosa Filho, os gêneros radiofônicos são os seguintes: jornalístico, educativo-cultural, de entretenimento, publicitário, propagandístico, de serviço e especial. O gênero jornalístico permite ao ouvinte atualizar-se através do acompanhamento, divulgação e análise das notícias veiculadas. Não se restringe à transmissão imparcial dos fatos, já que cada relato pode possuir características subjetivas e, portanto, possuir opiniões particulares sobre o fato (BARBOSA FILHO, 2003, p. 60).

Além dos gêneros, também existem os formatos radiofônicos. Este conceito é determinado por Barbosa Filho (2003, p. 71-72) como sendo “o conjunto de ações integradas e reproduzíveis, enquadrado em um ou mais gêneros radiofônicos, manifestado por meio de uma intencionalidade e configurado mediante um contorno plástico, representado pelo programa de rádio ou produto radiofônico”.

Como este estudo restringe-se à análise do modo de produção radiofônico em webrádios informativas, serão especificados apenas os formatos referentes ao gênero jornalístico. São eles: nota, notícia, boletim, reportagem, entrevista, comentário, editorial, crônica, radiojornal, documentário jornalístico, mesas-redondas ou debates, programa policial, programa esportivo e divulgação tecnocientífica.

Estes formatos abrangem todas as maneiras possíveis de se apresentar uma informação através de uma emissora de rádio. Mas, como já afirmado anteriormente, o cenário das webrádios pode transformar os gêneros radiofônicos. Em análise sobre o assunto, Prata (2009, p. 99-103), que utiliza os gêneros e formatos apresentados por Barbosa Filho, apresenta as similaridades e diferenças entre os gêneros e formatos radiofônicos e como estão sendo utilizados atualmente pelas emissoras com presença na internet e webrádios propriamente ditas. Segundo a autora, no tocante ao gênero jornalístico, não existem mudanças substanciais entre os formatos das rádios tradicionais e das webemissoras (PRATA, 2009, p. 109). Existem, porém, formatos mais utilizados, como a notícia, o boletim e a

entrevista.

Para definir os gêneros e formatos radiofônicos e especificar as mudanças advindas com a internet, Prata (2008) realizou um estudo com emissoras hertzianas, hertzianas com presença na internet e webrádios. No tocante às emissoras hertzianas, a autora destaca que não há muitas novidades, porque os únicos gêneros encontrados foram os apontados por Barbosa Filho. Porém Prata informa que há muitos programas que podem ser considerados uma “constelação de gêneros” devido a possuírem vários gêneros inseridos dentro de um mesmo programa. No segundo grupo de rádios (emissoras hertzianas com presença na internet), a pesquisadora constatou que existem novos gêneros e formas de interação, como a disponibilização do *streaming* ao vivo e o *podcast*. Este último é destacado por Prata (2008, p. 10) como sendo o único elemento sonoro novo que passou a ser possibilitado pela web. Outros itens textuais e imagéticos ainda complementam a informação sonora, como o *chat* para os usuários, enquetes, cadastros, etc. Por fim, nas webrádios propriamente ditas, a autora identificou os gêneros e formatos radiofônicos já presentes nas emissoras hertzianas e algumas tentativas de inserir um novo discurso, mas nenhum elemento sonoro é exclusivo das webrádios (todos os itens também estão presentes nos outros dois tipos de estações especificadas). Prata (2008, p. 11) ainda ressalta que as webrádios trazem elementos extras no tocante ao textual e ao imagético e reforça a prestação de serviço ao público, que já é realizada amplamente pelas emissoras tradicionais hertzianas. “Desta forma, é possível afirmar que a web contém todos os gêneros possíveis porque são infinitamente amplas as possibilidades, as combinações e as reconfigurações geradas pelo ambiente digital” (PRATA, 2008, p. 13).

Sendo assim, a conclusão do estudo realizado por Prata foi a de que os gêneros radiofônicos existentes passam por uma reconfiguração na internet, porque agregam elementos variados.

Podemos afirmar que, na internet, acontece uma reconfiguração por meio da combinação de elementos textuais e imagéticos, aliados aos já tradicionais elementos sonoros, que transforma os gêneros existentes em outros específicos do suporte digital. Assim, podemos concluir que os novos gêneros da webrádio são o *chat*, o e-mail, o endereço eletrônico, a enquete e o fórum, nascidos genuinamente em meio digital. Mas também são novos, no suporte internet, os tradicionais gêneros radiofônicos hertzianos, como

a notícia, a reportagem, os programas diversos, o spot, o jingle e todos os outros elencados por Barbosa Filho (2003) e encontrados nas webrádios pesquisadas. Tratam-se de formas híbridas, nascidas da complexa tessitura digital da webrádio. Mas, como um todo, a webrádio pode ser entendida como uma constelação de gêneros que abriga formatos antigos, novos e híbridos (PRATA, 2008, p. 13).

Em resumo, o rádio brasileiro, bem como seus gêneros e formatos, passou por reconfigurações e ainda vem se remodelando no atual cenário, em que há novos dispositivos tecnológicos. Em mais de 90 anos de história do meio de comunicação, o discurso radiofônico foi adaptado e atualmente vem incorporando novos elementos, textuais e imagéticos, para complementar o áudio. No próximo capítulo será abordado o contexto da convergência, a interatividade com o ouvinte-internauta e a existência das webrádios e do rádio digital.

CAPÍTULO II – AS WEBRADIOS NO CONTEXTO DA CONVERGÊNCIA

A presença das novas tecnologias está criando uma cultura própria, delineada a partir das mudanças impostas pelos aparatos tecnológicos. Segundo a perspectiva etnozoológica, que analisa a técnica como sendo um elemento zoológico da evolução e formação dos seres humanos, “o homem é um ser técnico por definição” (LEMOS, 2010, p. 28). Ou seja, o ser humano conseguiu evoluir e formar-se a partir da técnica e ela possui um papel relevante e que não pode ser ignorado na formação dos seres humanos. Isto ainda é verificado nos dias de hoje, quando o uso constante e frequente dos novos dispositivos tecnológicos (como os smartphones, tablets, computadores, etc) faz com que os indivíduos vivam no mundo da cibercultura.

De acordo com Guimarães Jr. (1997, grifo do autor), “o termo *cibercultura* abrange os fenômenos relacionados ao ciberespaço, ou seja, os fenômenos associados às formas de comunicação mediadas por computadores”. Segundo o mesmo autor, a cibercultura é uma das derivações da cultura e é mais ampla do que esta. A diferença entre ambos os termos é que a cibercultura é caracterizada pelo fato de os dados ficarem armazenados em dispositivos e outros recursos técnicos. Além disso, a cibercultura é modificada e define-se a partir do amplo uso, acesso e eficiência das tecnologias de informação e comunicação (CURY; CAPOBIANCO; CYPRIANO, 2009, p. 04). Por sua vez, Lemos (2010, p. 26) destaca que “o surgimento da cibercultura não é só fruto de um projeto técnico, mas de uma relação estreita com a sociedade e a cultura contemporâneas”.

Assim, a cibercultura está presente em vários aspectos da vida e impacta também no jornalismo. Ela está intimamente relacionada à convergência tecnológica que vivemos atualmente e pode ser compreendida como sendo uma evolução das mais diversas tecnologias que existem, podendo ser encarada, inclusive, como uma mudança cultural (KOCHHNANN; FREIRE; LOPEZ, 2011). No entanto, o termo convergência tecnológica pode ser subdividido de acordo com sua aplicação no mais diferentes campos. Nas situações em que está relacionada ao jornalismo, chama-se convergência jornalística.

2.1 Convergência jornalística

Os novos aparatos tecnológicos modificam a forma de se produzir e consumir notícias. Com isso, os jornalistas precisam rever conceitos, enquanto as empresas de comunicação necessitam se reestruturar e se adequar à nova realidade. Salaverría e Avilés (2008, p. 32) destacam que o jornalismo já vem passando pelo processo de convergência e que tanto a estrutura das redações quanto o modo de produção dos jornalistas vem sendo modificados no contexto da convergência.

O jornalismo vive submetido hoje em dia a um sem fim de processos paralelos de convergência. Convergem, por exemplo, as empresas jornalísticas, embarcadas em processo de concentração semelhantes aos que experimentam outros setores industriais. Assim, as empresas informativas que antigamente possuíam apenas um núcleo editorial transformam-se rapidamente em grupos multimídia, com presença em diversos mercados da comunicação. Também as estruturas de produção dessas empresas se veem afetadas por processos de convergência, pois vivem tempos em que as salas de redação independentes abrem espaço a novas redações integradas, nas quais são experimentadas fórmulas diversas de coordenação editorial. Os jornalistas se veem igualmente submetidos a esta espiral da convergência, já que tendem a acumular trabalhos profissionais – redação, edição, documentação, fotografia, gravação... - e que antes eram reservados

aos especialistas em cada disciplina (SALAVERRÍA e AVILÉS, 2008, p. 32, tradução nossa)¹.

Os autores trazem à tona os questionamentos provenientes do fenômeno da convergência jornalística e de suas subdivisões em convergência empresarial, profissional, de conteúdo, etc. O chamado jornalista multimídia (convergência profissional, em que um mesmo profissional deve produzir para diferentes meios de comunicação) é cada vez mais requisitado, tendo que produzir conteúdo para mais de um tipo de plataforma e aliando vários elementos (sonoros, textuais e imagéticos) para repassar uma informação. Enquanto isso, percebem-se em alguns veículos de comunicação que as redações começam a passar por mudanças estruturais no processo de convergência empresarial. Um dos exemplos que se pode citar é a redação da BBC (British Broadcasting Corporation), onde os jornalistas que trabalham na rádio, na televisão ou na internet compartilham de um mesmo ambiente e, portanto, têm mais liberdade e possibilidade de discutir pautas e produzir conteúdos em parceria. Isso significa que os trabalhos de busca, elaboração e difusão de conteúdos informativos foram modificados, bem como o conceito de meio de comunicação foi alterado devido à integração entre o audiovisual, a informática e as telecomunicações (ZARAGOZA *apud* SALAVERRÍA; AVILÉS, 2008, p. 32).

Barbosa (2008, p. 88) propõe um conceito para a expressão **convergência jornalística**. Segundo a autora, a convergência no jornalismo é efetivada quando há “integração entre meios distintos, produção de conteúdos combinando multiplataformas para publicação e distribuição, convergência estrutural com a reorganização das redações e a introdução de novas funções para os jornalistas”. Sendo assim, situações que hoje são

¹ Tradução livre da pesquisadora. Excerto original: “*El periodismo vive sometido hoy día a un sinfín de procesos paralelos de convergencia. Convergen, por ejemplo, las empresas periodísticas, embarcadas en proceso de concentración semejantes a los que experimentan otros sectores industriales. Así, compañías informativas que antaño poseían apenas una cabecera editorial se transforman rápidamente en grupos multimedia, con presencia en diversos mercados de la comunicación. También las estructuras de producción de esas empresas se ven afectadas por procesos de convergencia, pues viven tiempos en que las salas de redacción independientes dejan paso a nuevas redacciones integradas, donde se experimentan fórmulas diversas de coordinación editorial. Los periodistas se ven igualmente sometidos a esta espiral de la convergencia, ya que tienden a acumular labores profesionales – redacción, edición, documentación, fotografía, grabación... – que antes eran coto privado de especialistas en cada disciplina*” (SALAVERRÍA; AVILÉS, 2008, p. 32).

consideradas simples (como ler uma notícia pelo computador, ouvir uma rádio online pelo smartphone ou acessar a internet pelo tablet, etc) podem ser identificadas como exemplos de convergência, porque não só modificam a forma como aquele conteúdo foi produzido e disponibilizado como também alteram a rotina do usuário.

Por outro lado, existe ainda uma visão compartimentada do que é a cultura digital e como cada elemento pode ser utilizado para produzir a informação. Costa (2008, p. 16) ressalta que a possibilidade de interação entre os dispositivos tecnológicos e entre o ser humano e um ou mais aparelhos poderá trazer a interconexão generalizada, o que nos levaria a efetivar a convergência.

No caso do jornalismo, a internet e o ambiente da *World Wide Web* foram ferramentas cruciais para a realização da convergência jornalística. No entanto, Longhi e Galvão Júnior (2014, p. 02) destacam que a internet não foi a única tecnologia abrangente que impactou no jornalismo, apesar de ter sido uma das principais.

Todos os meios de informação e comunicação, sem exceção, foram afetados pela evolução da tecnologia e a difusão por rede. Organizações midiáticas tiveram que se adaptar a modelos de produção, distribuição e consumo baseados numa tecnologia inovadora, na qual se anunciava um futuro que ainda tinha muito a ser aprendido e explorado.

Pode-se entender, então, que a internet e a tecnologia de maneira geral estão transformando a internet e a forma de relacionamento entre esta ferramenta e os usuários (AGUADO; FEIJÓO; MARTÍNEZ, 2011, p. 03). Os dispositivos móveis, como tablets e smartphones, também possuem um papel relevante para o cenário da convergência digital, pois permitem que o consumidor de informação tenha acesso a qualquer notícia radiofônica, televisiva, textual ou imagética apenas com alguns cliques. No entanto, o que ainda dificulta o acesso amplo à internet, especialmente a móvel, é a velocidade de conexão de banda larga em muitos países, inclusive no Brasil. Um ranking da Netflix (serviço de transmissão de conteúdo via internet no estilo *on demand*) de setembro de 2014 mostra que o Brasil, em média, tem velocidade de conexão de 2,53 Mbps. Esta média foi atingida através da avaliação da velocidade dos principais provedores de internet do país, sendo eles GVT, Live TIM, Net Virtua, Algar, Telefônica e Oi Velox. No mundo, a maior média foi a da Suíça, com 3,81 Mbps.

Outro empecilho que ainda permanece para o amplo acesso à *World Wide Web* é o custo da internet no Brasil. De acordo com o estudo realizado pelo professor da Fundação Getúlio Vargas (FGV) e economista Samy Dana junto com o estudante de Economia da Universidade Federal de Viçosa (UFV-MG), Victor Candido, o Brasil tem a segunda internet mais cara do mundo, sendo que o valor de 1 Mbps por mês é, em média, US\$ 25,06. A mesma pesquisa ainda levou em consideração a renda per capita por hora, de US\$ 5,00 e chegou ao resultado de que o brasileiro precisa trabalhar 5,01 horas para pagar a internet mensal de 1 Mbps. O estudo baseou-se nas informações divulgadas pelos relatórios *Internet World Stats Broadband Penetration*, da entidade Internet World Stats, e *The State of the Internet*, da consultoria Akamai.

No Brasil ainda há outras questões a serem levantadas quanto à abrangência da internet. Informações apontadas pela Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios (PNAD) 2013, divulgada em setembro de 2014, demonstram que 42,4% dos domicílios têm computadores com conexão à internet; em números absolutos, essa porcentagem representa 27,6 milhões. Por outro lado, 48,9% dos domicílios do país têm computador em casa, com ou sem conexão à internet.

Mesmo com algumas restrições tecnológicas que ainda existem, a convergência jornalística é uma realidade presente e precisa ser considerada. “O cenário atual é de atuação conjunta, integrada, entre os meios, conformando processos e produtos, marcado pela horizontalidade nos fluxos de produção, edição, e distribuição dos conteúdos [...]” (BARBOSA, 2013, p. 33). Segundo a mesma autora, todos os tipos de formatos de conteúdos e as rotinas de produção estão inseridas no contexto da convergência tecnológica, o que faz com que a divisão existente entre meios tradicionais e os *new media* já não exista.

Quando verifica-se o processo ocorrido especificamente no radiojornalismo, percebe-se que o meio de comunicação foi bastante modificado. A convergência profissional e a necessidade do jornalista multimídia foram cruciais para o rádio informativo, já que o jornalista precisa se adequar a esta nova configuração e ofertar conteúdos não apenas sonoros, mas também imagéticos e textuais, valendo-se de diferentes estratégias narrativas e discursos para repassar um mesmo fato ao ouvinte-internauta. Além disso, ampliam-se o acesso à informação e as ferramentas utilizadas para o intercâmbio e a transmissão de informações, além de o ouvinte tornar-se um consumidor de informações ativo, que pode indicar pautas e entrar em contato com a rádio através de e-mail, telefone,

Whatsapp e aplicativos específicos das emissoras (KOCHHNANN; FREIRE; LOPEZ, 2011).

Meditsch ainda em 1995 já avaliava os potenciais impactos da tecnologia no rádio informativo. Em palestra à Licenciatura em Jornalismo da Universidade de Coimbra, o autor destacou:

Quanto ao rádio informativo, os seus dias dourados são certamente os de hoje e, se algum tempo for melhor do que esse, este tempo está no futuro. Há mais a aprender sobre a sua linguagem no futuro do que no passado, embora lá também se possa aprender alguma coisa. A instauração de uma era intelectual eletrônica redefine a função do rádio informativo no caminho de sua verdadeira vocação: a partir de agora ele será para o público uma interface sonora com o hipertexto multimedia que vai expressar a aventura intelectual de nossa civilização. Uma aventura em que o jornalismo representa um dos papéis principais, contracenando com as ciências e com as artes (MEDITSCH, 1995, p. 09-10).

Apesar de o pesquisador acreditar que os elementos textuais e imagéticos não são necessários para o entendimento e complemento da mensagem sonora, Meditsch não ignora as modificações pelas quais o rádio informativo passa devido ao advento das novas tecnologias. Com o mesmo tipo de pensamento, Fidalgo (2013, p. 14) aborda as webrádios destacando que os aspectos gráficos não fazem parte do rádio. Porém relata que a internet é um meio importante para a difusão sonora. Este, portanto, é um momento de reinvenção do meio de comunicação, que começa a se adaptar à nova realidade. Porém o advento da internet, o surgimento das webrádios e do rádio digital e a adoção cada vez maior dos telefones celulares como aparelhos para se ouvir rádio faz com que apareçam novos questionamentos quanto ao futuro do meio e alguns pesquisadores (como Meditsch e Fidalgo) aventam a possibilidade de que o rádio, na verdade, descaracterize-se e transforme-se em um meio de comunicação diferente do atual.

Com o advento da eletrônica, que tem sua origem no domínio da eletricidade (que já trouxe o rádio e a TV analógicos), e sua potencialização no digital, estaríamos vivendo a emergência de uma nova tecnologia intelectual, que pode ter um impacto tão

grande ou maior (até porque é incomensuravelmente mais rápida e mais universal) do que a revolução anterior, marcada pelo surgimento da escrita e sua posterior potencialização na imprensa. A mudança é de tal ordem que os próprios conceitos de rádio e televisão, ou da internet como apenas uma outra mídia (à imagem e semelhança das anteriores), aparecem agora como formas antigas de pensar, que estão longe de dar conta da nova situação. Tudo o que conhecemos por mídia está sendo colocado em xeque por uma nova tecnologia intelectual (MEDITSCH, 2010, p. 214-215).

Seguindo em direção diferente, Del Bianco acredita que as novas tecnologias vieram dar fôlego ao rádio. A autora ainda afirma que a revolução tecnológica pela qual o rádio passa altera o modo de produção da programação, a distribuição de sinais e a recepção da mensagem emitida e, por isso, há uma alteração significativa no tocante à emissão da mensagem. “Diante da possibilidade de transmissão de dados e oferta de serviços especializados, o rádio não mais se caracterizará como um meio de comunicação exclusivamente sonoro” (DEL BIANCO, 2003, p. 02).

Ainda de acordo com o pensamento de sobrevida do rádio, Zuculoto (2012b, p. 151) aponta que, apesar de os novos aparatos tecnológicos terem modificado a forma de fazer o radiojornalismo, o meio de comunicação continua tendo um papel importante e há indícios de que continuará tendo sobrevida.

Entretanto, em nível de potencial, até agora não se tirou do rádio a característica de ser, entre os meios de comunicação tradicionais, o mais popular e o mais abrangente em termos de possibilidade de alcançar maior público. O rádio, agora junto com a internet e inclusive por meio desta plataforma, também permanece como um dos veículos que detêm maior velocidade de distribuição de informações. [...] Mas assim como aconteceu quando decretou-se o seu fim pelo advento da televisão, também agora o rádio dá sinais de que sobreviverá. E não se poderia esperar algo diferente, tanto em relação ao rádio como quanto às demais mídias tradicionais (ZUCULOTO, 2012b, p. 151).

Esta sobrevida citada pela autora está relacionada à adequação do rádio às novas tecnologias. Se algumas das características deste meio de comunicação são a instantaneidade, o imediatismo, a mobilidade, a abrangência, etc, estes aspectos podem ser reforçados com a introdução de novos dispositivos tecnológicos e da própria internet como ferramenta de transmissão e recepção de conteúdos. A internet também possui outras vantagens, como o custo de investimento baixo, a produção radiofônica ser digital, o prestígio da existência de uma emissora na internet e o fato de os ouvintes terem um computador para ouvir a programação, o que faz com que a maioria das emissoras hertzianas também tenham uma página na *World Wide Web* e que as webrádios proliferem nos mais diversos países do mundo (FIDALGO, 2013, p. 15).

2.2 Interatividade e redes sociais na internet

Além de readequar os meios de comunicação tradicionais (inclusive o rádio) e modificar a produção, a transmissão e o consumo de notícias, os dispositivos tecnológicos também trouxeram novos conceitos e abordagens. Para este estudo é importante tratar da interatividade. Rafaeli (*apud* JENSEN 1998, p. 185) propõe que “interatividade é um termo amplamente usado com um recurso intuitivo, mas é um conceito subdefinido”². O trecho demonstra que o uso da palavra interatividade nem sempre serve para conceituar o termo. Abordando a dificuldade de delimitação, Jensen (1998) lembra que:

O significado de termos profissionais – incluindo termos científicos e acadêmicos – é frequentemente atenuado uma vez que eles ganham aceitação popular no uso diário. E com o explosivo crescimento e sucesso definido de tecnologias interativas e a aproximação interativa em anos recentes na forma de gravadores de vídeo, videotexto, sistemas de resposta de voz baseados em telefones, cartões de bancos, caixas automáticos, serviços online, quiosques de informação, eletrodomésticos “inteligentes” e, mais

² Tradução livre da autora. Excerto original: “*Interativity is a widely used term with an intuitive appeal, but it is an underdefined concept*” (RAFAELI *apud* JENSEN 1998, p. 185).

importante, computadores e multimídia, internet, intranets, WWW, computadores em rede – onde pode ser dito que a cultura viveu o que podemos chamar de “a virada interativa” -, a interatividade naturalmente entrou no uso comum (1998, p. 185-186, tradução nossa).³

Primo (2005a, p. 02, grifos do autor) prefere utilizar o termo “interação mediada por computador” e, revisitando autores que tratam da convergência e da cibercultura, define que “a interação é uma 'ação entre' os participantes do encontro (PRIMO 1997, 1998). Nesse sentido, o foco se volta para a **relação** estabelecida **entre** os interagentes, e não nas partes que compõe o sistema global”. Ou seja, é um novo modelo de análise, já que os modelos tradicionais não são suficientes para explicar o fenômeno atual (JENSEN, 1998, p. 187).

É importante ressaltar que a interatividade pode ocorrer entre dois ou mais seres humanos ou entre ser humano e máquina. Devido aos vários níveis de interação, Jensen (1998, p. 191-192) define que a interatividade pode ser encarada como protótipo, critério ou *continuum*. A interatividade como protótipo leva em consideração os padrões de mídia dos tipos consultivo e conversacional; esta abordagem está mais ligada à visão sociológica da palavra. Já a interatividade como critério é vista como a participação ativa do usuário no direcionamento de fluxo do computador ou programa de vídeo. Apesar de olhar a interatividade relacionada à comunicação, esta conceituação é limitadora porque é focada em computadores e vídeo, excluindo outras formas de interação. Por fim, a interatividade como *continuum* é definida como uma forma de aceitar a interatividade a partir de seus vários níveis de dimensões, que pode ser unidimensional, bidimensional, etc. Assim, a interatividade, neste caso, pode estar presente em vários tipos de interação entre seres humanos e entre seres humanos e dispositivos tecnológicos (JENSEN, 1998, p. 187-200).

³ Tradução livre da autora. Excerto original: “*The meaning of professional terms – including scientific and academic terms – is often watered down once they win popular acceptance in daily usage. And with the explosive growth and decided success of interactive technologies and the interactive approach in recent years in the form of video recorders, videotext, telephone-based voice response systems, ATM cards, automatic tellers, on-line services, information kiosks, 'intelligent' household appliances and most importantly, computers and multimedia, Internet, intranets, WWW, networked computers – where it can be said that culture has lived out what we might call 'the interactive turn' – interactivity has naturally entered common usage*” (JENSEN, 1998, p. 185-186).

No tocante ao rádio, Primo (2005b, p. 02, grifos do autor) avalia que é necessário analisar o meio de comunicação a partir de suas novas formas de interação.

Com a Internet, outras formas de interação através do áudio foram sendo desenvolvidas. O chamado *Web Radio*, através da tecnologia do *streaming*, viabilizou a escuta através do computador da programação de emissoras tradicionais de rádio ou de empresas dedicadas a essa nova forma de produção e transmissão de áudio. Além disso, diversos sites de “Rádio Web” passaram a oferecer a escuta de músicas por demanda, permitindo aos internautas selecionar que músicas ou estilos querem escutar.

O autor ainda destaca que o *podcast* é um novo processo midiático que possui formas diferenciadas de interação. Apesar de Primo (2005b, p. 03) considerar que o *podcast* é uma micromídia e é separado do rádio (mesmo apropriando-se de características deste meio de comunicação), é interessante analisar as formas de interação permitidas pelas webrádios e pelo *podcast*. Uma das maneiras de interagir com o ouvinte é por meio das redes sociais na internet. De acordo com Recuero (2009, p. 24), uma rede social define-se a partir dos atores e de suas conexões. Os atores representam as instituições, os grupos ou as pessoas, enquanto que as conexões são formadas pelas interações. Portanto, uma rede social pode ser entendida como um grupo social e as associações e as interações ocorrem nos sites de redes sociais. Recuero (2009, p. 24) diferencia, então, o termo redes sociais na internet:

O estudo das redes sociais na Internet, assim, foca o problema de como as estruturas sociais surgem, de que tipo são, como são compostas através da comunicação mediada pelo computador e como essas interações mediadas são capazes de gerar fluxos de informações e trocas sociais que impactam essas estruturas.

As *fan pages* em diversas redes sociais (sendo as cinco mais utilizadas no Brasil o Facebook, LinkedIn, Twitter, Tumblr e Ask.fm, de acordo com o relatório de maio de 2014 da ComScore) é uma das maneiras de interação com o ouvinte-internauta.

Diferentemente dos centros monopolistas de transmissão que controlavam a circulação de informações, as redes digitais da contemporaneidade passam a ser caracterizadas por um fluxo não linear, que altera significativamente a forma do que chama de esfera global de notícias (PRIMO, 2011, p. 131-132).

Além de oferecer ao receptor da informação mais possibilidades de participar do processo produtivo, as redes sociais na internet também colaboraram na horizontalização do jornalismo, já que os profissionais podem ter acesso a fontes alternativas e melhorarem o resultado da apuração jornalística (PRIMO, 20011, p. 134). No entanto, a grande contribuição das redes sociais reside no funcionamento como o “primado fundamental da *interação social*, ou seja, buscando conectar pessoas e proporcionar sua comunicação e, portanto, podem ser utilizados para forjar laços sociais” (RECUERO, 2005, p. 07, grifos do autor).

A maioria das empresas, inclusive as jornalísticas, utiliza-se das redes sociais na internet para ter contato com os usuários que seguem ou curtem sua *fan page* e também tentam angariar novos seguidores/curtidoreis. Isto ocorre como estratégia de *e-commerce*, no caso de empresas que oferecem produtos e/ou serviços pagos, e/ou como maneira de fortalecer a marca perante um determinado grupo de pessoas. “Os sites de relacionamento ou redes sociais são ambientes que focam reunir pessoas, os chamados membros, que, uma vez inscritos, podem expor seu perfil com dados como fotos pessoais, textos, mensagens e vídeos, além de interagir com outros membros” (TELLES, 2010, p. 78).

Além das redes sociais existem outras plataformas de mídias sociais. Dentre elas, pode-se citar os sites de compartilhamento de vídeos (como o YouTube, por exemplo), de compartilhamento de fotos (como o Flickr, entre outros), microbloggings (o maior exemplo é o Twitter), os social games, os sites de compartilhamento de apresentações (também chamados de media sharing, como o SlideShare) e os *podcasts*, que são os representantes sonoros da lista. Cada uma destas plataformas exige estratégias de engajamento de internautas. No caso do Facebook, principal rede social utilizada no Brasil, as possibilidades para o usuário são Curtir um post, Comentar um post ou Compartilhar um post. Cada internauta também pode Curtir uma *fan page*, de acordo com as suas preferências pessoais.

O conjunto de estratégias para angariar novos curtidoreis/seguidoreis e melhorar o relacionamento entre a *fan page* e os usuários é chamada de

SEO (*Search Engine Optimization*, em tradução livre, Otimização do Motor de Busca). Segundo Ledford (2008, p. XV), “a SEO se refere às estratégias de projeto, tanto na página web quanto fora dela, que você pode usar para melhorar a ordem em que seu site aparece no Motor de busca”, ou seja, no Google e outros buscadores. De forma indireta este resultado aumenta o total de curtidores/seguidores da página e do site, o que amplia as possibilidades de interação nos posts publicados.

Existem duas maneiras para criar um plano de SEO: criar posts patrocinados (que são pagos) ou fazer a SEO orgânica (que é gratuita). A primeira traz retorno mais rápido, mas a segunda pode trazer resultados melhores quando se pensa em interação. A maioria dos *social media*, porém, acredita que a mistura entre os dois métodos é a melhor alternativa (LEDFOURD, 2008, p. 23). A partir daí, começa o monitoramento do que está sendo falado sobre o site ou *fan page*. O monitoramento pode ser realizado através de ferramentas específicas, como o Scup (que monitora tudo o que está sendo postado publicamente sobre a marca nas principais redes sociais na internet) ou o Google Analytics, uma ferramenta do Google criada para fornecer relatórios sobre as principais palavras-chave que levam os usuários até o site. Além disso, o Analytics também pode indicar de quais países são os usuários que curtem a *fan page*; basta conectar o serviço ao Facebook (LEDFOURD, 2008, p. 26). Também existe o Google AdWords, especialmente interessante para as emissoras radiofônicas. Basicamente, o AdWords é uma ferramenta para criação de anúncios que aparecem a cada vez que um internauta faz uma pesquisa no Google usando determinadas palavras-chave. Estes anúncios são pagos por clique (LEDFOURD, 2008, p. 152).

Assim, as webrádios podem utilizar estas estratégias e as próprias redes sociais na internet para angariarem novos fãs, o que garante a audiência para o *streaming*, o consumo *on demand* ou mesmo para os *podcasts*.

2.3 A especificidade das webrádios

Em seus mais de 90 anos de história, as potencialidades do rádio foram exploradas por meio do uso dos elementos e recursos radiofônicos, como ruídos, silêncio, etc. As principais características do meio de comunicação, como a instantaneidade, a mobilidade, o imediatismo, entre outros, sempre foram os fatores que fizeram as emissoras sobreviverem às mudanças tecnológicas e adaptarem-se aos novos contextos. Além disso, o

rádio foi o primeiro meio eletrônico com transmissão em tempo real. Em toda a sua história, o rádio passou por diversas adequações, começando pela década de 1950, quando a TV começou a ganhar espaço, e permanecendo até os dias de hoje devido à adoção de novas tecnologias, especialmente os dispositivos móveis, como os *smartphones* e tablets, que também se tornaram ferramentas para a recepção radiofônica. Analisando o uso do celular como forma de ouvir rádio, Fidalgo (2013, p. 12) destaca:

Se repararmos bem, faz todo o sentido o uso do celular como rádio de pilhas. Com efeito, o celular transformou-se num acessório pessoal incontornável e de todo mundo, de novos e de velhos, de ricos e de pobres. Estar sempre contatável telefonicamente é um imperativo da vida hodierna. Por isso se leva o celular para todo o lado. Ora a portabilidade do celular assemelha-se à do rádio de pilhas de antigamente, que também se levava para a cama, para o banheiro, para a praia ou para um banco de jardim. Em ambos os casos é uma companhia que se leva para todo o lado, a voz sempre presente do mundo ausente.

No entanto, toda essa mudança tecnológica mais recente iniciou nos anos 1990 com o uso cada vez mais amplo da *World Wide Web*. Apesar de a internet como ferramenta tecnológica existir desde os anos 1970, foi somente a partir dos anos 1990 que o ambiente da *World Wide Web* passou a existir e a ser amplamente utilizado. É importante lembrar que anteriormente a internet era usada por exércitos, universidades e algumas instituições governamentais. A criação do ambiente da *World Wide Web*, portanto, foi crucial para o uso massivo dessa tecnologia, já que foi a partir do “www” que foi possível separar os mais diversos ambientes existentes na internet e fazer o processo de tradução do protocolo IP de cada página para um nome de site viável para a utilização massiva (FIDALGO, 2013, p. 16).

Neste contexto, o rádio também começou a se transformar. A digitalização do processo de produção e transmissão das emissoras e as novas possibilidades criadas a partir do suporte da *World Wide Web* fazem com que o cenário do rádio seja diferente de qualquer outro momento vivido pelo meio de comunicação até então. Além disso, o surgimento das webrádios, entendidas nesta pesquisa como sendo emissoras que funcionam exclusivamente na internet, promove um novo panorama, no qual concessões governamentais não são mais necessárias e no qual a

informação radiofônica pode ser tratada de maneira totalmente diferenciada, complementando o áudio com imagens, hiperlinks, vídeos e outros recursos textuais e imagéticos.

A primeira webradio surgiu no Texas, Estados Unidos, com o nome Klif Radio. A rádio estadunidense começou a funcionar em setembro de 1995 e conseguiu quebrar um paradigma, mostrando que era viável montar uma emissora com transmissão de áudio exclusivamente pela internet. No Brasil, a primeira webemissora foi a Rádio Totem, de Eduardo Oliva. Sua inauguração ocorreu em outubro de 1998 no Pará e esta é reconhecidamente a primeira webradio brasileira, apesar de algumas emissoras tradicionais terem disponibilizado suas programações na internet ainda em anos anteriores. A grande diferença das webrádios em relação às emissoras hertzianas era a possibilidade de o ouvinte acessar a programação através do computador digitando a URL do site e acessar a transmissão ao vivo por meio da tecnologia do *streaming*, permitindo que o fluxo contínuo da emissão (característica radiofônica) permanecesse.

No entanto, a transmissão digital possui outras maneiras de propagação do conteúdo, já que transforma as ondas sonoras em códigos binários, que são utilizados na informática. De acordo com Bufarah Júnior (2010, p. 578), três são as formas de transmissão de áudio pela internet: o *streaming*, *on demand* e o *podcast*. O *streaming* é caracterizado pelo ao vivo, ou seja, a estação de rádio transmite os pacotes de dados ao mesmo tempo em que está sendo realizada a produção e/ou a veiculação. O modelo *on demand* é uma característica própria das webrádios, ou seja, não existe no rádio tradicional. Basicamente, este modelo de transmissão é “sob demanda”, quando o arquivo de áudio fica disponível no site para o ouvinte acessar e ouvir quando e onde quiser. Por fim, o *podcast* é bastante parecido ao *on demand*; a diferença entre esses dois modelos é que o *podcast* usa o sistema RSS (sigla para *Really Simple Syndication*), que indica através de *feeds* quais são os *podcasts* disponíveis e que podem interessar ao ouvinte, e o arquivo de áudio é baixado imediatamente para o computador do usuário que assina o *feed*, podendo ser acessado e ouvido em qualquer dispositivo, mesmo sem conexão simultânea com a internet (BUFARAH JÚNIOR, 2010, p. 578).

Apesar de as webrádios existirem há mais de 10 anos, não existe consenso entre os pesquisadores sobre qual é o melhor conceito para este tipo de meio de comunicação. Neste trabalho, o conceito adotado entende que uma webradio é uma emissora que transmite somente pela internet. Esta ideia parte dos pressupostos de Prata (2009, p. 46-47), que afirma que existem atualmente três tipos de estações: analógicas (também chamadas de

hertzianas, que transmitem somente pelas ondas eletromagnéticas e são ouvidas através do aparelho de rádio tradicional), hertzianas com presença na internet (emissoras que transmitem pelas ondas eletromagnéticas, mas que também possuem sites na internet nos quais a programação pode ser acessada ao vivo, *on demand* e/ou através de *podcasts*) e webrádios (ou seja, emissoras que transmitem exclusivamente pela internet e não têm canais AM ou FM). Estas últimas possuem características próprias, sendo que uma das suas principais particularidades é o fato de não serem regulamentadas por concessões federais. Este aspecto incentiva a proliferação das webemissoras em todo o país⁴.

Além disso, uma pesquisa divulgada pela Associação Brasileira de Emissoras de Radiodifusão (Abert) em outubro de 2012 mostra que a internet é importante para o processo de produção, transmissão e recepção das rádios brasileiras. De acordo com o levantamento, do total de emissoras hertzianas do Brasil, 91,3% possuem sites na *World Wide Web*. Deste percentual, 84,1% oferece o link “Ao Vivo”, ou seja, disponibiliza a sua programação através da internet. Mais recentemente, o IBOPE Media realizou a pesquisa Jovem Digital Brasileiro sobre o consumo de mídia no Brasil e chegou-se à conclusão que o consumo da internet aumentou 50% entre 1993 e 2003, atingindo 85% de presença entre os jovens brasileiros. Apesar disso, este grupo da população também continua consumindo os meios tradicionais (rádio, TV e jornal), sendo que 68% ouve rádio regularmente. Este meio de comunicação também é utilizado como meio de informação por 39% dos jovens. A Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios (PNAD) 2013 aponta, porém, que o total de residências com aparelhos de rádio teve um decréscimo de 2,3 milhões, mas o receptor ainda está presente em 75,7% do total de casas brasileiras.

Assim, a possibilidade de utilizar componentes não relacionados originalmente à radiofonia é algo que não pode ser ignorado pelos pesquisadores, independentemente do consenso sobre o uso de elementos textuais e imagéticos como complementação ao áudio.

Qualquer cenário sobre o futuro do rádio tem que levar em conta um rearranjo dos sistemas produtivos a partir da grande rede e das convergências que

⁴ Não há pesquisa oficial que informe quantas webrádios existem no Brasil. Porém o site www.rádios.com.br traz 3.409 resultados nesta categoria que abrange emissoras hertzianas com presença na internet e rádios com transmissão exclusiva pela internet. Disponível em <<http://www.rádios.com.br/cnt/resultado/33/web/Brasil>>. Acesso em: 23 ago. 2014.

possibilita. Os papéis tradicionais de produção e de distribuição de conteúdos, antes controlados pela mídia graças a seu controle sobre esta distribuição, tendem a ser rearranjados, como já acontece em relação à produção musical na internet (MEDITSCH, 2010, p. 223).

O modo de transmissão e de consumo das notícias é alterado nas webrádios (já que existe a possibilidade do *streaming*, do *podcast* e do *on demand*), assim como a rotina de produção também precisa se adequar à realidade atual. Hoje, os jornalistas interagem mais com o ouvinte, que também é um produtor de informação, por meio de e-mails, telefonemas, mensagens SMS, mensagens por Whatsapp, uso dos aplicativos específicos das emissoras, etc. As intervenções ao vivo dos repórteres também são mais fáceis, já que o celular permite que se entre em contato de qualquer lugar e a qualquer momento, basta ter sinal da operadora que fornece o serviço. Por sua vez, a internet serve como fonte de informação e não apenas como uma ferramenta para transmissão do conteúdo sonoro (LOPEZ, 2010, p. 65).

Levando estas alterações em consideração, concorda-se com a linha de pesquisadores que entendem que, mesmo agregando novos elementos, o rádio continua tendo sua essência preservada desde que o áudio ainda seja o item principal.

O elemento-chave do rádio continua sendo o som, só que agora com a agregação de novos signos nos campos textual e imagético gerados pela web. O som passa a ser o elemento definidor, o divisor de águas, o ponto de partida e de chegada da radiofonia. No rádio, o som deve ter sentido por si próprio, sem a necessidade do apoio do texto ou da imagem, como em outras mídias (PRATA, 2009, p. 73-74).

A partir desta explicação de Prata, podemos designar a webrádio como sendo uma emissora de rádio que funciona exclusivamente pela internet, agregando elementos textuais e imagéticos ao conteúdo sonoro, mas mantendo a primazia da sonoridade. “É, sem dúvida, um novo rádio. Sabe-se que ele é multimídia e multiplataforma. Mas ainda não se conhece ao certo os caminhos que irá trilhar” (LOPEZ, 2010, p. 116). Ou seja, o futuro do rádio e sua readequação ainda está em andamento e pode se cruzar com a implantação do rádio digital hertziano, que ainda não ocorreu no Brasil.

2.4 Rádio Digital

Além das emissoras AM e FM e das webrádios, também existe o rádio digital por ondas hertzianas, que foi implantado em alguns países do mundo. No Brasil, existem vários estudos e discussões, mas, até outubro de 2014, o governo brasileiro ainda não tinha definido qual o melhor modelo para implementação. Discussões entre governo e pesquisadores levantam os prós e os contras da implantação do rádio digital, que pode servir para dar mais qualidade de áudio e oferecer outras possibilidades de interação ao ouvinte, porém pode trazer prejuízos quanto ao alcance do sinal – o que faria com que regiões ainda isoladas do território brasileiro deixassem, aos poucos, de contar com a cobertura radiofônica.

Os padrões de rádio digital que podem ser implementados no Brasil são divididos em dois grupos: *in-band* e *out-of-band*. O sistema *in-band* inclui o sinal digital no mesmo espectro de frequências do sistema analógico, utilizado atualmente. Já o modelo *out-of-band* transmite o sinal digital a partir de uma nova faixa de frequência, não tendo relação alguma com o atual espectro analógico.

Inclusos no sistema *in-band* estão os formatos HD Radio (ex-IBOC) e DRM. O HD Radio é o sistema utilizado nos Estados Unidos que permite a transmissão digital via terrestre ou por satélite tanto para emissoras AM quanto para FM. Já o DRM é um dos padrões europeus e serve exclusivamente para rádios AM. Entre os tipos *out-of-band* estão os sistemas DAB, ISDB e DMB. O DAB é o sistema adotado pela Europa para o espectro FM. O ISDB é proveniente do Japão e consegue convergir o rádio com a TV digital. No entanto, pode ocasionar problemas em alguns países devido a divergências regulatórias, como apontado por Prata (2009, p. 55). Por fim, o sistema DMB foi criado pela Coreia a partir do sistema DAB. A diferença do DMB para o padrão europeu é o fato de ele ter uma faixa mais estreita na plataforma multimídia e de adotar muitos recursos tecnológicos, entre eles a possibilidade de transmitir vídeo e áudio associados.

Em qualquer um destes sistemas, porém, a expectativa quanto ao rádio digital é grande. Muito se fala na melhoria da qualidade do sinal das emissoras (AM com som de FM e FM com som de CD), nas possibilidades de interatividade ofertadas ao consumidor de informação, nas alternativas da produção de conteúdo oferecidas pelos recursos tecnológicos, etc. No entanto, esta pesquisa baseia-se na premissa de que a webrádio oferece quase todos os benefícios do rádio digital (excluindo-se apenas a qualidade do som, que também depende da velocidade da internet banda larga), com a

vantagem de existir em todo o mundo, de ser um formato já em funcionamento e de não requerer a compra de um aparelho diferenciado para que a webemissora seja acessada (para acessar uma webradio, basta ter um computador, tablet ou smartphone com acesso à internet, enquanto que o rádio digital requer um aparelho específico para receber o sinal; por isso, o equipamento para o rádio digital é muito mais caro e, em muitos países, inacessível para parte da população).

Meditsch (2010, p. 208) aborda as dificuldades do rádio digital no seu artigo “A Informação Sonora na *Webemergência*: sobre as possibilidades de um radiojornalismo digital na mídia e pós-mídia”. O autor lembra que, em 2008, os radiodifusores brasileiros queriam adotar o sistema HD-Radio para o rádio digital. Apesar de não ter sido definido nenhum padrão, Meditsch destaca que, até 2006 nos Estados Unidos, apenas 7% das emissoras de rádio tinham aderido ao novo formato de transmissão e aquelas que aderiram ao sistema acabaram arrependendo-se, devido ao alto valor de implantação do rádio digital e à baixa adesão do público. Na Europa, o pesquisador cita o mesmo problema, informando que vários países chegaram a cancelar a ideia de implantar o sistema por perceberem que as mudanças não seriam significativas.

No Brasil, muitos pesquisadores aguardam com grande expectativa a implantação da internet 4G na maior parte das cidades brasileiras. Del Bianco (2010, p. 91) destaca que “a tecnologia digital traz em si promessas de revolucionar o rádio. A mais evidente é a possibilidade de diversificação do conteúdo da programação [...]”. Carvalho e Pieranti (2010, p.151-152), por sua vez, sugerem que o rádio está passando por uma mudança nunca presenciada em seus mais de 90 anos de história e que a tecnologia do rádio digital vem dar fôlego ao meio de comunicação.

O rádio digital tem potencial para dar ao meio competitividade em relação às outras mídias com qualidade digital. Hoje em dia muitos jovens já não escutam rádio por causa de certas dificuldades, principalmente em modo AM: a banda, muito estreita, não permite a oferta de novos serviços ou significativas melhoras de qualidade no áudio. Apresenta também problemas de propagação, e facilmente o ouvinte perde o sinal em locais como, principalmente, túneis (CARVALHO; PIERANTI, 2010, p. 152).

Abordando as possibilidades do rádio digital, Mota e Tome (2005, p. 61) propõem que as possibilidades dos novos dispositivos devem ser encaradas como um triângulo, cujos vértices são compostos por elementos diferenciados: em um vértice está a TV digital, sendo que os autores destacam que, neste caso, é simplesmente a digitalização do sistema analógico, que resulta na melhoria da qualidade do sinal, sem outros benefícios; no vértice oposto está o rádio digital também como sendo a mera digitalização do analógico; e no terceiro vértice está presente a convergência dos meios, o que, segundo os autores, configura uma nova forma de comunicação eletrônica. Neste terceiro vértice alguns elementos devem estar obrigatoriamente presentes para que a convergência seja caracterizada, sendo eles a interatividade, a possibilidade de se obter conhecimento no momento em que o receptor desejar e o fato de o usuário tornar-se ativo na produção e na divulgação do conhecimento. A interatividade, porém, é o ponto fundamental deste terceiro vértice do triângulo (MOTA; TOME, 2005, p. 61). Assim, o rádio digital deverá ser muito mais do que apenas a melhoria da qualidade do sinal para que a tecnologia justifique a sua implantação no país.

Por isso, existem pesquisadores que têm mais cuidado em suas avaliações. Tome (2010, p. 79) aborda a questão da melhoria na qualidade do áudio, afirmando que é necessário ter cautela mesmo que exista um consenso quanto aos benefícios do rádio digital. Para Magnoni (2010, p. 119),

É presumido que a digitalização não irá reescrever totalmente a cultura radiofônica consolidada no trajeto social de um veículo que já resistiu e se adaptou à concorrência do cinema sonoro, da televisão, do videocassete e da informática, bem como de todas as suas ferramentas versáteis de comunicação e entretenimento. De imediato, o novo processo apresentará poucas rupturas e muitas adaptações em matrizes clássicas da programação das emissoras, que foram desenvolvidas, copiadas, aperfeiçoadas ou reinterpretadas desde meados dos anos 1930.

Ainda na mesma linha de pensamento, Meditsch relata as dificuldades de implantação e utilização do rádio digital no Brasil e em outros países. Abordando as experiências europeias, o autor relata que “em vários países europeus, o rádio digital não decolou, e em alguns altamente

desenvolvidos ele já foi até abandonado como projeto” (MEDITSCH, 2010, p. 208). O autor ainda destaca que “se a digitalização do rádio continua a parecer inevitável, como já parecia há dez anos, e se o desaparecimento do rádio analógico continua sendo uma questão de tempo, a verdade é que a transição para o digital não tem ocorrido da forma como se previa” (MEDITSCH, 2010, p. 217). Ou seja, o autor entende que a transição para a transmissão digital está ocorrendo através da internet e não por meio do rádio digital por ondas hertzianas.

Diante dos problemas e limitações apontados por estes e outros pesquisadores, entende-se nesta pesquisa que as webrádios são uma alternativa viável para o rádio digital, com a facilidade de não requerer um aparelho específico para a recepção do sinal, como apontado anteriormente.

Além disso, a vantagem competitiva das webrádios é aumentada com a adesão à internet 4G. A primeira cidade do Brasil a ser beneficiada com esta velocidade mais alta de transmissão de dados foi Recife (PE), no final de 2012. Porém o sistema está se expandindo rapidamente para outros municípios do país. De acordo com o cronograma mais recente divulgado pela Agência Nacional de Telecomunicações (Anatel), apenas as capitais e cidades com mais de 500 mil habitantes já usufruem da tecnologia. Até dezembro de 2015, todas as cidades com mais de 250 mil habitantes serão contempladas; as cidades com mais de 100 mil habitantes terão a internet 4G até dezembro de 2016; e os municípios com mais de 30 mil habitantes contarão com a tecnologia até dezembro de 2017.

Com isso, verificou-se neste capítulo que as webrádios estão inseridas no contexto da convergência. As webemissoras conseguem manter as mesmas características do rádio hertziano (instantaneidade, mobilidade, imediatismo, etc), ao mesmo tempo em que acrescentam outras possibilidades discursivas, como elementos textuais e imagéticos. No entanto, a primazia numa webrádio sempre deve ser o elemento sonoro. Em relação ao rádio digital, existe a possibilidade de ele ser implantado no Brasil, mas ainda não se chegou a um consenso sobre o melhor formato a ser adotado. Em outros países do mundo, especialmente da Europa e os Estados Unidos, o rádio digital não teve aceitação de grande parte da população, o que impediu a adesão de muitas emissoras a esta nova tecnologia. Portanto, as webrádios permanecem sendo uma boa alternativa para os ouvintes-internautas, especialmente devido à implementação da internet 4G, que deve melhorar a velocidade de navegação.

CAPÍTULO III – RÁDIO AL: WEBRADIO OU RADIOAGÊNCIA?

A Rádio AL é a emissora de rádio da Assembleia Legislativa do Estado de Santa Catarina (Alesc). A webemissora enquadra-se no conceito utilizado na pesquisa por ser um veículo voltado exclusivamente para a transmissão da programação via internet; portanto, sem existência de canais nos espectros AM ou FM. Sendo a primeira webradio entre as Assembleias Legislativas do país, a Rádio AL também foi o primeiro veículo radiofônico estruturado da Alesc (antes da emissora havia apenas o serviço de radioagência).

O acompanhamento da rotina produtiva da webradio foi realizado durante uma semana, entre os dias 24 e 28 de março de 2014. O horário de acompanhamento deu-se da seguinte forma:

Tabela 01 – Horário de acompanhamento da Rádio AL.

Segunda-feira (24)	Terça-feira (25)	Quarta-feira (26)	Quinta-feira (27)	Sexta-feira (28)
9h às 12h	13h30min às 17h	13h30min às 17h	9h às 12h	9h às 14h

Fonte: produzido pela autora.

Desde o início da pesquisa, o objetivo foi o de acompanhar a emissora em seus dois horários de funcionamento (manhã e tarde). A pesquisadora optou por acompanhar na segunda (24), na quinta (27) e na sexta (28) pela manhã devido à transmissão do único programa ao vivo da programação da Rádio AL (Esporte na Rede) naquele momento e também porque as sessões do Parlamento Estadual e as Comissões Ordinárias ocorrem nas terças e quartas-feiras à tarde e nas quintas-feiras pela manhã. Estes três dias da semana também são os de maior movimento na Casa, já que as segundas e as sextas-feiras são reservadas para a ida dos deputados aos municípios do interior e o retorno deles.

3.1 História

A história da Rádio AL confunde-se com a história do serviço radiofônico que existia na Assembleia Legislativa de Santa Catarina antes de 1999. Não há registros sobre o início do serviço radiofônico na Casa, mas já existia uma equipe de repórteres constituída, que produziam matérias radiofônicas. Estas notícias serviam para suprir o serviço de

radioagência, permitindo que emissoras do interior tivessem acesso ao que estava acontecendo na Alesc, como os projetos de lei em tramitação, propostas dos deputados estaduais, discussões que interessam à comunidade catarinense, etc.

Todas as matérias produzidas eram disponibilizadas para as rádios do interior. O envio do material ocorria através de linha telefônica, o que ocasionava perda da qualidade do áudio, entre outros problemas. Apesar disso, o serviço de radioagência atingia a maior parte das emissoras radiofônicas de Santa Catarina, inclusive aquelas situadas em cidades menores e em regiões mais afastadas da capital, como o Oeste, por exemplo.

Até 1999, portanto, todo esse material radiofônico era produzido pela Assembleia Legislativa, mas não havia divulgação por meio de uma emissora própria. As matérias eram encaminhadas diretamente às rádios do interior, que podiam editar o material ou utilizá-lo na íntegra. Como o envio das matérias era feito por telefone, havia limitação de tempo e recursos utilizados, já que isso impactava diretamente na transmissão do material por linha telefônica e poderia até mesmo impossibilitar o recebimento do áudio na íntegra.

Devido a essas dificuldades técnicas e por não existir um espaço de divulgação das matérias radiofônicas da Alesc surgiu a ideia de criar uma webrádio. A primeira webemissora no Brasil tinha sido criada em 1998 e, neste mesmo ano, a novidade chegou até os profissionais da Assembleia. Um dos repórteres que na época já trabalhava no serviço radiofônico da Casa é Eduardo Rocha, que encampou a ideia de implantar uma webrádio, ampliando o serviço de radioagência que existia até aquele momento. Ou seja, o serviço de radioagência continuaria a existir, as matérias ainda seriam enviadas para as emissoras do interior, mas a Assembleia Legislativa teria um espaço próprio de divulgação de seu material, que contaria também com uma programação musical e jornalística.

A ideia inicial de implantação da webrádio Rádio AL surgiu em 1998, mas a necessidade de mudanças técnicas e de equipamentos, investimentos e capacitação profissional fez com que a primeira transmissão acontecesse um ano depois, em 1999. Mesmo assim, a Rádio AL é pioneira, sendo a primeira webemissora de uma Assembleia Legislativa do Brasil. Segundo Rocha, durante entrevista concedida à pesquisadora, houve certa dificuldade para que fosse aceita a ideia da implantação da webrádio, mas o serviço não só foi aceito, como serviu de referência a outras Casas Legislativas do país.

“Nós iniciamos um trabalho aqui de renovação do estúdio. Nós passamos de uma plataforma analógica para uma plataforma digital. E nas conversas com o pessoal técnico, sobre as alterações, nós ficamos sabendo do MP3 e do streaming de áudio e a decisão que eu levei ao nosso presidente da Assembleia foi a de utilizar o serviço de rádio também na internet. Isso resolveria uma série de problemas da gente, porque nós não tínhamos perspectiva de ter uma rádio convencional aqui na Assembleia Legislativa, essa perspectiva sempre foi um pouco distante pelo caráter do serviço que a gente tinha aqui” (Informação verbal)⁵.

Os primeiros anos foram de dificuldade, já que o objetivo do serviço de radioagência sempre foi o de divulgação do trabalho realizado na Alesc; ou seja, mais próximo da assessoria de imprensa. Assim, foi necessário criar uma programação jornalística para a webemissora, montar toda a programação e manter o serviço de radioagência. De acordo com Rocha, as primeiras limitações foram técnicas, já que equipamentos novos precisavam ser adquiridos para o início da transmissão digitalizada. O estúdio precisou ser totalmente remodelado, computadores foram comprados e os profissionais começaram a ter que aprender a trabalhar com esta nova realidade que se apresentava.

Num primeiro momento, o foco foi a reestruturação do estúdio, a compra de novos equipamentos e a adequação da equipe (repórteres e operadores de áudio). Em seguida, o site da Rádio AL foi criado e as matérias começaram a ser disponibilizadas através do *streaming* de áudio. A implantação do serviço como rádio online efetivamente aconteceu numa terceira etapa, mas a transmissão ainda era apenas interna, ou seja, para os funcionários e deputados da Assembleia Legislativa de Santa Catarina, já que a internet que existia naquele período na Alesc não comportava a transmissão da programação ao vivo através do site. A partir do momento em que surgiu a banda larga, no começo dos anos 2000, a programação passou a poder ser acessada de qualquer parte do Brasil e do mundo.

No entanto, desde a criação da página na internet, a diferença na produção e na transmissão de notícias foi verificada imediatamente. Se antes de 1999 não existia uma rádio estruturada (o que implicava em não haver a presença de audiência) e a radioagência da Alesc transmitia as matérias produzidas através do telefone, depois deste ano foi possível ter

⁵ Informação retirada da Entrevista 02 concedida por ROCHA, Eduardo. [25 mar. 2014]. Entrevistadora: Fabíola Thibes. Florianópolis - SC. Arquivo documento transcrito no apêndice 02 da dissertação.

um público direto da webemissora e a transmissão das notícias para as rádios do interior passou a ser feita através da internet. Esta característica impactou a qualidade do material produzido, já que a transmissão via telefone poderia prejudicar a qualidade do áudio. Com a internet, as matérias passaram a ser postadas no site através do *streaming* e as rádios do interior simplesmente fazem o download do material que interessa, poupando tempo e melhorando a qualidade do som. É importante ressaltar que esta mudança na produção e na transmissão das matérias exigiu também uma alteração para as emissoras do interior de Santa Catarina, que precisaram se adequar à nova realidade para ter acesso às matérias e às reportagens produzidas pela Rádio AL, conforme relata Rocha:

“Eu, na época, classificava isso como um fenômeno da nova era do rádio, porque isso permitiu um crescimento fantástico para a audiência das rádios, porque cessou o limite das ondas. O limite agora estava na tecnologia de banda larga e, à medida que foi se ampliando a estrutura dos cabos de transmissão por fibra óptica e novas condições foram criadas, aí então se tornou uma coisa fácil de escutar. E muito fácil de fazer” (Informação verbal)⁶.

Desde 1999 até hoje, a Rádio AL passou por várias mudanças na produção e na transmissão das matérias, além de alterações na equipe de repórteres e coordenadores.

3.2 Estrutura

A estrutura da Rádio AL confunde-se com a constituição dos outros veículos de comunicação presentes na Assembleia Legislativa de Santa Catarina. Atualmente, o setor de comunicação da Alesc é composto por três veículos: a Rádio AL, a TV AL e a Agência AL. Os três veículos partilham o mesmo espaço físico e muitas vezes produzem pautas em conjunto. No caso da webradio e da TV, alguns programas também são realizados de forma associada e são veiculados em ambas as programações.

Não existe um lugar específico para a organização dos profissionais da Rádio AL. Eles dividem a sala junto com as equipes de reportagem da

⁶ Informação retirada da Entrevista 02 concedida por ROCHA, Eduardo. [25 mar. 2014]. Entrevistadora: Fabíola Thibes. Florianópolis - SC. Arquivo documento transcrito no apêndice 02 da dissertação.

TV e da Agência. O local é uma sala grande e parte das mesas ficam dispostas no formato da letra “L”, enquanto que o restante fica organizada em paralelo. No total, existem cerca de 16 lugares disponíveis, com aproximadamente 10 computadores. Especificamente para a Rádio AL estão disponibilizados quatro computadores (mas um não estava funcionando durante o período de acompanhamento). Apesar de os profissionais dos três veículos trabalharem num mesmo espaço físico, a rádio tem o seu corpo de profissionais específico, como será abordado a seguir.

Além disso, o compartilhamento da sala não impede a marcação dos lugares relativos a cada profissional. Os computadores utilizados por eles também são bem definidos. Como há atividades de manhã e à tarde, cada repórter divide o equipamento com um dos colegas que trabalha no outro período. Cada um deles tem um login específico na máquina, o que evita o acesso a informações pessoais e profissionais salvas no computador. Para a gravação de entrevistas há três gravadores disponíveis para os repórteres.

O único local exclusivo da emissora é o estúdio, uma sala em que não há divisão entre os locais destinados à gravação e à edição. Neste espaço físico há três computadores: um para pesquisas e outros trabalhos, outro para o controle e agendamento da programação e um terceiro para a edição e a gravação dos áudios. Ainda estão inseridos dois microfones no estilo “girafa” e mais um microfone extra, usando somente para o programa Esporte na Rede, que conta com um apresentador e dois comentaristas. Há uma mesa de gravação e uma híbrida, o que permite a entrada ao vivo de repórteres e entrevistados.

Os equipamentos da rádio são praticamente todos da época em que a emissora foi implementada. Desde 1999, o estúdio não passou por novas reformulações ou reformas.

3.3 Profissionais

A equipe da Rádio AL é composta por, no total, 13 profissionais em sua redação. A divisão é feita da seguinte forma: um coordenador, cinco repórteres, uma produtora e uma estagiária na produção, além de quatro operadores de áudio e um estagiário na técnica. Dois repórteres trabalham no período matutino e dois no período vespertino. Na parte técnica, também é feita a divisão entre os funcionários de acordo com o horário de trabalho. Dois operadores de áudio trabalham no período matutino e dois no período

vespertino.

Dentre os repórteres, uma profissional é indicada no site como Chefe de Jornalismo. Já entre os operadores de áudio, um é designado Chefe de Operações e outro é o Chefe de Programação. O atual coordenador da webradio assumiu o cargo no início de fevereiro de 2014. O coordenador é jornalista e possui experiência em rádio e televisão comerciais, sendo esta a primeira vez que trabalha numa webradio pública. Ele também participa do programa Esporte na Rede como comentarista.

Os cinco repórteres também são jornalistas graduados. Conforme afirmado anteriormente, uma profissional é apresentada como Chefe de Jornalismo, já que está há mais tempo ocupando o cargo de repórter na Rádio AL. A repórter começou a trabalhar na Assembleia Legislativa ainda em 2011, mas, nas duas primeiras semanas, trabalhou como funcionária de uma equipe que prestava serviço aos três veículos de comunicação. No entanto, como demonstrou ter vontade de trabalhar na Rádio AL, foi realocada. Esta profissional trabalha no período vespertino.

Outros três repórteres também faziam parte da equipe da webemissora. Dois deles estão alocados na Rádio AL desde 2012, sendo que um trabalha no período matutino e outro no vespertino, enquanto que a terceira repórter entrou no setor de Comunicação da Alesc também em 2012, mas trabalhava na TV AL. No início de 2014, pediu para ser transferida para a Rádio AL e trabalhou algumas semanas no horário da manhã, mas voltou a fazer parte da equipe da TV após a semana de análise, como foi verificado nas páginas web da Rádio AL e da TV AL. Todos são jornalistas graduados. No período de acompanhamento realizado, um dos repórteres esteve cobrindo um evento da Assembleia Legislativa em Campos Novos, cidade do Meio-Oeste catarinense. Portanto, não houve contato da pesquisadora com este profissional.

Ainda há um quinto repórter que compõe a equipe da Rádio AL. Este profissional já atuava na época em que existia apenas o serviço de radioagência. Junto a outros colegas da época, conseguiu colocar em prática a implementação da primeira webradio de uma Assembleia Legislativa do Brasil. De lá para cá, já atuou como coordenador, mas foi retirado do cargo há muitos anos. Desde então, atua como repórter, âncora ou auxilia na produção dos programas, dependendo das ordens da coordenação da rádio naquele momento. No período analisado foi citado como repórter e compareceu à redação da Rádio AL, mas não participou da produção de nenhum programa ou reportagem/matéria.

A produção dos programas é feita por uma profissional. O foco principal da produtora é o programa Esporte na Rede, mas ela também

auxilia esporadicamente na produção de outros programas. Na semana de acompanhamento, esta profissional esteve focada somente na produção do programa esportivo. Suas funções compreendem definir junto com o coordenador da rádio o tema do Esporte na Rede e entrar em contato com possíveis entrevistados. Além disso, a produtora também revisa os textos do site postados pelos repórteres e ouve os áudios, indicando qualquer erro que possa existir. O horário de trabalho é durante manhã e tarde. Esta profissional não é jornalista formada, mas possui aproximadamente 20 anos de experiência como radialista. Trabalhando junto a esta produtora há uma estagiária, que cumpre carga horária menor, sempre no período vespertino. No entanto, na semana de acompanhamento, verificou-se que ela não comparece ao estágio todos os dias. A estudante faz a graduação de Comunicação Social – Publicidade e Propaganda.

Na parte técnica, existe o Chefe de Programação, que é um dos funcionários mais antigos do setor de Comunicação da Assembleia Legislativa do Estado de Santa Catarina. Atualmente, ajuda a postar as matérias no site e cuida da parte técnica do programa Esporte na Rede. Também cuida da programação para que a rádio funcione 24 horas por dia e avalia se alguma alteração é necessária. Fazendo um trabalho conjunto está o Chefe de Operações da Rádio AL, que é responsável pelos equipamentos e softwares, garantindo que eles não estraguem ou fiquem ultrapassados. Este profissional também faz a técnica da gravação de matérias sempre que é necessário e resolve qualquer problema operacional que acontece na web rádio.

Outros dois profissionais trabalham na área técnica da Rádio AL. Ambos são operadores de áudio e fazem a técnica da gravação das reportagens, além de editarem o material sonoro. Uma das operadoras é jornalista formada, mas entrou na Rádio AL para ser operadora de áudio em 2010. Devido à sua formação acadêmica foi convidada a integrar a equipe de reportagem no início de 2011, já que, naquele período, existia uma carência de profissionais na web emissora. A profissional atuou como repórter durante alguns meses, mas não quis continuar exercendo a função e pediu para voltar ao seu cargo original, de operadora de áudio. Hoje cumpre o período vespertino na Rádio AL ao mesmo tempo em que atua como assessora de imprensa freelancer. Também há um estagiário na parte técnica da Rádio AL.

Além destes profissionais, também é necessário destacar a colaboração de outros dois funcionários da Alesc que contribuem para o programa Esporte na Rede. Ambos são funcionários de outros setores da Assembleia Legislativa, mas participam da rádio por gostarem do veículo e

de fazer matérias sobre esporte. Um destes profissionais eventualmente contribui para a produção do programa esportivo e atua como comentarista. O outro profissional é radialista e possui muita experiência na função.

Devido à colaboração periódica destes profissionais, o coordenador da Rádio AL demonstrou o desejo de trazer estes e outros profissionais alocados em diversos departamentos da Alesc para integrarem a equipe da webemissora. Todos os profissionais seriam realocados para poderem participar efetivamente da produção dos programas e matérias da webrádio, tornando-se funcionários do setor de comunicação. Este, porém, era apenas um projeto no momento em que o acompanhamento foi realizado.

3.4 Rotina Produtiva

Como abordado anteriormente, os profissionais são divididos entre os dois períodos de funcionamento da Rádio AL (manhã e tarde) e os momentos de mais atividade dependem dos horários das sessões e das comissões ordinárias e extraordinárias realizadas na Casa Legislativa. Sendo assim, a produção acontece especialmente nos períodos matutino e vespertino, sendo que os dias de mais movimento são terças, quartas e quintas-feiras, quando são realizadas as sessões parlamentares e as comissões ordinárias e extraordinárias. As segundas e as sextas-feiras são dias mais tranquilos, em que são produzidas pautas “de gaveta” (não factuais) ou atividades pontuais dos deputados estaduais.

Eventualmente, podem ocorrer eventos noturnos ou em outras cidades do Estado. Neste caso, não existe uma regra a ser seguida. Tudo depende das ordens da presidência da Casa ou da avaliação do coordenador da webrádio. Na semana de acompanhamento na webemissora, um dos repórteres estava em Campos Novos, cidade do interior catarinense, devido a um evento da Alesc que estava sendo realizado em comemoração aos 133 anos do município, um dos mais antigos do Estado. Nestes casos de pautas em municípios do interior catarinense, a ordem de cobrir ou não o evento parte da presidência do Parlamento. Já os eventos noturnos dependem muito mais da avaliação do coordenador da rádio. O coordenador da Rádio AL afirmou, durante o período de acompanhamento, que prefere que não seja feita a cobertura de muitos eventos noturnos para que a carga horária dos repórteres possa ser respeitada. *“Eles têm cargas horárias específicas e*

elas precisam ser cumpridas. Então, não dá para extrapolar muito”⁷, ressalta.

Cada repórter tem uma jornada de trabalho de seis horas diárias. Eles cumprem o período matutino ou vespertino, mas eventualmente fazem horas extras para auxiliar no trabalho de algum colega. Na semana de acompanhamento na webemissora, um dos repórteres trabalhou no período matutino, enquanto outros dois estiveram comparecendo no turno da tarde. O repórter que estava em viagem, fazendo a cobertura do evento de aniversário de Campos Novos, normalmente cumpre o período matutino.

A rotina produtiva dos repórteres pode ser dividida de acordo com os dias da semana. Na segunda e na sexta-feira, que são dias com menos movimento na Alesc, são produzidas pautas não factuais (especialmente relacionadas a assuntos de serviço) ou reportagens especiais. Na maioria das vezes, são efetuados desdobramentos de matérias executadas durante a semana. Em alguns casos, não é elaborada nenhuma matéria. Este fato foi relatado pelos jornalistas da webemissora e confirmado pelo coordenador da Rádio AL. *“São raros os momentos, muito raros, que não temos nenhuma atividade aqui no Parlamento. Sempre tem atividade, então, a gente adapta para [o evento] receber a cobertura dos veículos de comunicação aqui da Casa, com grau de importância, com grau de interesse acentuado”*⁸.

Já nas terças, quartas e quintas-feiras, as pautas são definidas de acordo com a ordem do dia da sessão legislativa. Nos três dias, antes das sessões, os veículos de comunicação da Alesc recebem a ordem do dia, documento que informa todos os assuntos que serão tratados durante a sessão ordinária. Quando há a reunião de comissões parlamentares, o setor de comunicação também é avisado por meio de um informativo. Assim, é definido qual repórter ficará responsável por determinado assunto e as pautas são divididas entre os profissionais. No entanto, não há reunião de pauta formal nem entre os colaboradores da Rádio AL, nem entre os funcionários da webemissora e os colaboradores da Agência AL e da TV AL. A definição dos assuntos a serem tratados nas matérias, a indicação da abordagem deles e possíveis desdobramentos são tratados em conversas realizadas entre o repórter e o coordenador. Na grande maioria das vezes, a

⁷ Informação retirada da Entrevista 01 concedida por STEFANOVITCH, Nikolas. [28 mar. 2014]. Entrevistadora: Fabíola Thibes. Florianópolis - SC. Arquivo documento transcrito no apêndice 01 da dissertação.

⁸ Informação retirada da Entrevista 01 concedida por STEFANOVITCH, Nikolas. [28 mar. 2014]. Entrevistadora: Fabíola Thibes. Florianópolis - SC. Arquivo documento transcrito no apêndice 01 da dissertação.

decisão de ter esta conversa parte do próprio repórter, mas também existem casos em que o coordenador opta por discutir o assunto. Este fato parece influir na produção, porque não há uma distribuição de pautas equilibrada entre os dias da semana nem há uma previsão de pautas “de gaveta” para serem veiculadas às segundas e sextas-feiras, dias da semana de menor produção devido ao fato de não haver atividades de deputados na Assembleia Legislativa de Santa Catarina.

Esta reunião de pauta informal também não exclui a possibilidade de os repórteres e o coordenador da Rádio AL discutirem determinado assunto com outros funcionários do setor de comunicação da Assembleia. No entanto, há consenso entre os entrevistados sobre não existir reunião de pauta. Isto, porém, não implica em liberdade total para os jornalistas. Sobre este assunto, a Chefe de Jornalismo relata:

*“Primeiro, acontece desse jeito porque, como o que é prioridade é cobrir o que acontece dentro da Casa, a gente não depende, para cobrir um evento, de discutir como que aquilo vai ser, como é que vai ser feita aquela cobertura. A sessão plenária acontece toda semana, três vezes por semana, as comissões também, então, a gente já tem uma linha de como é que deve ser a cobertura destes eventos. Por isso que a gente não depende tanto de uma reunião de pauta para tratar desses assuntos, que é o que na maior parte do tempo a gente trabalha. Agora, outros temas, outras coisas que acabam surgindo, a gente tem muita autonomia de debater, de discutir, mas eu não digo que a gente faça sem consultar o coordenador. Sempre que há uma dúvida que é diferente do que a gente costuma e da nossa rotina de cobertura, então, a gente vai até ele [coordenador] e a gente nunca faz nada de forma tão independente assim” (Informação verbal)*⁹.

Após a divisão das pautas entre os repórteres, cada um define a melhor forma de fazer a apuração dos fatos. Apenas uma das repórteres acompanhou toda a sessão de quinta-feira (dia 27) da Assembleia Legislativa, intercalando com momentos em que fazia entrevistas com deputados, que eram chamados para falarem com a rádio e a TV (como os assuntos abordados são geralmente os mesmos, a gravação das sonoras é feita em conjunto). A Chefe de Jornalismo utilizou o seu período de apuração para fazer entrevistas e começar a escrever as matérias. Ela não

⁹ Informação retirada da Entrevista 03 concedida por ENTREVISTADA 03. [28 mar. 2014]. Entrevistadora: Fabíola Thibes. Florianópolis - SC. Arquivo documento transcrito no apêndice 03 da dissertação.

acompanhou a sessão por inteiro. Já o terceiro repórter foi o profissional que acompanhou a sessão parlamentar por menos tempo. Durante todo o tempo, este jornalista optou por ficar na redação, coletando informações adicionais de sites aleatórios e também da página da Assembleia Legislativa na internet. Este repórter apenas se ausentou da redação no momento em que fez as entrevistas com os deputados estaduais. Finalizada a apuração e as sonoras, os repórteres redigem a matéria. Além do texto a ser gravado em áudio, eles também têm a função de criar um título e um parágrafo que responda às seis perguntas do lead (o que, quem, quando, onde, como e por que). Ainda é necessário escolher uma fotografia para ilustrar a matéria. O título, a fotografia e este resumo do que é o assunto são postados no site diretamente pelos jornalistas através de uma plataforma interna. Ao terminar o processo de escrita, o repórter grava o áudio e a edição é realizada por algum dos operadores à disposição. Com a finalização da edição, o áudio, o título, a fotografia e o resumo da notícia são postados no site. É importante ressaltar que a fotografia é geralmente proveniente do banco de fotos da Agência AL. O jornalista da rádio apenas exerce a função de fotógrafo quando está em evento externo ou nas situações em que não está satisfeito com as opções de fotografias disponíveis no banco de imagens da Agência AL. Durante a semana de acompanhamento na webemissora houve um caso em que o repórter preferiu tirar uma nova fotografia.

Com a matéria disponível no site, a produtora revisa o material, inclusive o áudio, e alerta o jornalista caso haja algum erro. Neste caso, a matéria é retirada do ar, o erro é consertado e a notícia é novamente postada, sem aviso de alterações ou errata.

Pautas externas à Casa, especialmente as realizadas em viagens, são tratadas de outra forma. Durante a semana de acompanhamento, um dos repórteres esteve em Campos Novos cobrindo evento da Alesc naquele município. Porém nenhuma matéria relativa a esta cobertura foi veiculada e também não houve chamadas ao vivo para o jornalista informar o que estava acontecendo. Durante a semana, este repórter esteve deslocado para outras funções, exercendo tarefas diferentes das exercidas na rotina produtiva da Rádio AL. Sobre este assunto, o coordenador destacou que essa situação ocorreu não por problemas de equipamentos, mas sim porque não havia um âncora que pudesse fazer a chamada para a entrada ao vivo. No item seguinte, Programação, será mostrado que, naquele momento, não estava sendo veiculado nenhum radiojornal na programação da Rádio AL.

3.5 Programação

Todas as vezes em que há mudança de coordenação na Rádio AL têm sido realizadas alterações na grade de programação da webemissora. Este fato foi informado em todas as entrevistas realizadas. A Chefe de Jornalismo relata que “[...] *cada coordenador que entra chega com uma ideia diferente do que deve ser a rádio, como que a gente deve conduzir, mas a parte da reportagem eu acho que ela não mudou muito. Foi mais a parte de programação mesmo, sugestão de programas e mudanças na grade*”¹⁰.

Assim, em seus 15 anos de existência, a Rádio AL passou por alterações no tocante à programação. Logo em seu início, na montagem da primeira grade da webrádio, foram privilegiados programas jornalísticos combinados a músicas. Este modelo manteve-se, mas alguns programas foram descontinuados, como o radiojornal e o que informava a ordem do dia antes das sessões legislativas (bem como os comentários durante estas reuniões). Dois dos motivos apontados para este fato são as trocas constantes de coordenador e o fechamento da webemissora durante o recesso parlamentar.

Devido aos motivos apresentados, não há programas sendo veiculados há muito tempo e que tenham se tornado uma referência. Além disso, a programação analisada nesta pesquisa é provisória, já que o coordenador da Rádio AL informou que pretendia fazer muitas mudanças na grade nas próximas semanas. “*Aquela programação não está atualizada. Nós temos espaços ali que são de preenchimento. Os conteúdos que estavam muito obsoletos a gente já extraiu da programação e está extraindo. Então, parte daquela programação é respeitada e parte não*”, destaca o profissional¹¹, referindo-se à grade de programação informada no site, mas que não estava em conformidade com a programação transmitida pelo *streaming* ao vivo.

Sendo assim, os programas em veiculação na semana do acompanhamento eram:

- Rádio AL Notícias – antigo radiojornal da emissora, que foi

¹⁰ Informação retirada da Entrevista 03 concedida por Entrevistada 03. [28 mar. 2014]. Entrevistadora: Fabíola Thibes. Florianópolis - SC. Arquivo documento transcrito no apêndice 03 da dissertação.

¹¹ Informação retirada da Entrevista 01 concedida por STEFANOVITCH, Nikolas. [28 mar. 2014]. Entrevistadora: Fabíola Thibes. Florianópolis - SC. Arquivo documento transcrito no apêndice 01 da dissertação.

reformulado e descaracterizado. O programa deixou de ter um âncora e/ou apresentador, sendo veiculadas somente as matérias sem apresentação. As notícias são intercaladas por uma vinheta e o programa inicia-se com a informação de horário. Havia um projeto de voltar a ter um apresentador no Rádio AL Notícias até o final de 2014. O horário de veiculação é de segunda a sexta, às 12h. O programa não tem tempo de duração definido e depende da quantidade de matérias realizada pelos jornalistas;

- Fala Deputado – programa de entrevistas ou mesa-redonda com parlamentares da Assembleia Legislativa. O foco são os projetos em tramitação na Casa e outros assuntos de destaque entre os deputados estaduais. É produzido pela rádio em conjunto com a TV AL. A veiculação ocorre semanalmente, às 12h05min. O programa tem duração de 25 minutos;
- Esporte na Rede – único programa ao vivo da grade. Conta com a colaboração de funcionários de outros departamentos da Alesc e é o único produzido exclusivamente pela rádio e que possui a etapa de produção. Geralmente também tem entrevistados, que podem estar no estúdio ou ter sua participação através do telefone. É veiculado segundas e sextas-feiras, às 11h, com duração de uma hora;
- Rádio AL Especial – reportagem especial a respeito de assuntos considerados de interesse público pela equipe de reportagem da Rádio AL, como algum projeto de lei que impacte o catarinense de forma direta (especialmente nas áreas de saúde e educação) ou alguma informação de serviço que esteja ligada à Assembleia Legislativa ou a algum deputado. Não tem periodicidade fixa e é veiculado quando a reportagem é produzida. Segundo as entrevistas realizadas, o interesse pela matéria especial parte do próprio repórter quando algum assunto chama-lhe a atenção. O tempo dedicado na grade de programação para a veiculação é de 10 minutos;
- Reprodução das sessões parlamentares – todas as terças, quartas e quintas-feiras, as reuniões dos deputados são reproduzidas ao vivo pelo *streaming* da webemissora. Porém é importante destacar que não há comentários ou interferências; apenas a reprodução do áudio da sessão legislativa;
- Programação musical – no restante do dia, a Rádio AL transmite programação musical variada, com canções nacionais e internacionais.

O coordenador da rádio destacou em mais de uma ocasião que pretende aprimorar a grade de programação e reativar alguns programas que existiram anteriormente e foram descontinuados, como o Bom Dia Cidadão, um radiojornal matutino que trazia as principais informações do dia para os ouvintes. No site também constam vários programas que não estão sendo veiculados, mostrando que a página estava desatualizada em março de 2014 e não podia ser usada pelo internauta como referência. Sobre as sessões ordinárias, o coordenador informou que gostaria de implementar os comentários, trazendo à tona o modelo usado em anos anteriores. Porém todas essas alterações, de acordo com o coordenador, dependem da liberação de alguns funcionários da Casa que são radialistas, mas estão alocados em outros departamentos. Esta mudança de setor é burocrática e depende não só da autorização da Diretoria de Comunicação, como também dos outros departamentos envolvidos. Portanto, até o momento da pesquisa, esta possibilidade não havia se concretizado.

3.6 Redes Sociais e Sites

O setor de comunicação da Assembleia Legislativa possui funcionários dedicados às redes sociais. Já o site tem um layout fixo e as matérias são postadas e atualizadas direta e somente pelos repórteres. Portanto, as redes sociais são geridas por uma equipe diferenciada, da Agência AL. Mesmo assim, são postados assuntos relativos à Rádio AL e à TV AL.

As redes sociais da Alesc são: Facebook (www.facebook.com/assembleiasc), Flickr (www.flickr.com/assembleiasc), Twitter (www.twitter.com/assembleiasc) e YouTube (www.youtube.com/assembleiasc). Todas as redes sociais são utilizadas, mas, para esta pesquisa, será considerado somente o Facebook. Isto justifica-se pelo fato de o Flickr ser uma rede social de fotos e não suportar áudios e porque o YouTube traz somente vídeos, fazendo com que o conteúdo postado pela equipe de redes sociais seja o da TV AL. No caso do Twitter, são postadas informações do Facebook e não é especificado se é da Agência, da TV ou da Rádio, tornando seus dados poucos relevantes para a pesquisa, já que ocorre o redirecionamento para o Facebook através de links.

A *fan page* da Assembleia Legislativa de Santa Catarina no Facebook tem 2.673 curtidas e foi criada no final de 2011. Por sua vez, a

Assembleia Legislativa possui um site principal e URLs específicas para cada um dos veículos de comunicação da Casa. Assim, existe a página destinada à Rádio AL, cujo endereço é agenciaal.alesc.sc.gov.br/index.php/radioal. O site tem um layout fixo e que não pode ser modificado pelos jornalistas da webemissora, conforme pode ser verificado na imagem a seguir:

Figura 03 - Print do site da Rádio AL.



Fonte: Reprodução do site da Rádio AL.

Além desta *homepage* existem as páginas internas do site. Cada uma das matérias publicadas pode ser acessada clicando-se no título dela. O usuário é redirecionado à URL específica, que também tem um modelo definido: título, lead, foto e o player com o qual o internauta pode ouvir o conteúdo da matéria. Ao lado do player, ainda há o botão “Download”. Clicando sobre ele, uma nova página é aberta, toda na cor preta e o player começa a ser reproduzido. A diferença neste caso é que, clicando com o botão direito do mouse sobre o player, é possível escolher a opção “Salvar vídeo como” (mesmo sendo áudio, a opção em alguns navegadores aparece como sendo vídeo) ou “Salvar como” com o qual o MP3 será salvo. Logo a seguir, também aparece a lista de últimas notícias postadas e no menu lateral o internauta pode optar por ouvir a webradio ao vivo ou cadastrar-se para receber a newsletter.

Em relação aos elementos utilizados no site da Rádio AL, a webemissora utiliza fotografias e outras imagens estáticas, além de textos. As fotos e outras imagens estáticas servem para a ilustração da matéria e não contêm nenhum elemento informativo. Já os textos são apenas pequenos resumos do que é abordado no conteúdo sonoro. Não foi identificado o uso de vídeo em nenhum local. Como a forma de gestão do site e das redes sociais é feita de forma diferenciada, é necessário abordar estes dois pontos de acordo com suas peculiaridades. Em relação às redes sociais, foram postadas 17 publicações durante a semana de 24 a 28 de março de 2014. Os posts foram divididos da seguinte forma:

Tabela 02 – Quantidade de posts durante os dias de acompanhamento na Rádio AL.

Dia da semana	Segunda (24)	Terça (25)	Quarta (26)	Quinta (27)	Sexta (28)
Quantidade de posts	02	04	03	07	01

Fonte: Produzido pela autora.

Do total de publicações postadas no Facebook, cinco eram provenientes dos conteúdos produzidos pela equipe da webrádio. Como é padrão na rede social, as *fan pages* oferecem a possibilidade de o internauta curtir, comentar ou compartilhar. Levando em consideração o dia da postagem, os assuntos relativos à Rádio AL apresentados na rede social e a interação obtida nas postagens, os dados são:

Tabela 03 – Interação obtida nas postagens da Rádio AL.

Data	Assunto	Interação
25	PAB inicia seleção de estagiários	Uma curtida. Nenhum compartilhamento ou comentário.
25	Parlamentares aprovam admissibilidade de MPs que reajustam salários de servidores	Uma curtida. Nenhum compartilhamento ou comentário.
25	Vereadores de Araranguá pedem CPI na Assembleia para investigar hospital	Duas curtidas e cinco compartilhamentos. Nenhum comentário.
26	Deputados cobram ampliação das atividades da Udesc no oeste catarinense	Quatro curtidas e 20 compartilhamentos. Nenhum comentário.
27	Deputado lembra 10 anos do furacão Catarina	Três curtidas e um compartilhamento. Nenhum comentário.

Fonte: produzido pela autora.

Neste mesmo período, foram produzidas e publicadas no site 28 matérias:

Tabela 04 – Relação das matérias produzidas no site da Rádio AL.

Data	Título da matéria
24	Luis Tedesco, hexacampeão de rally, no Esporte na Rede
24	Univali completa 50 anos
24	Subcomissão de compostos voláteis apresenta estudos sobre a emissão de vapores de combustíveis
24	PAB inicia seleção de estagiários
25	Projeto de lei obriga divulgação de fotos de crianças desaparecidas em TVs e jornais
25	Federação Estadual das APAEs lança Sistema Operacional para Cadastro Informatizado
25	Deputado fala sobre os direitos da mulher
25	Deputados destacam iniciativas de combate às drogas e de apoio ao menor infrator
25	Parlamentares aprovam admissibilidade de MPs que reajustam salários de servidores
25	Fecomércio apresenta ao Parlamento a agenda legislativa da entidade
25	Deputada alerta sobre números da violência contra a mulher no estado
25	Vereadores de Araranguá pedem CPI na Assembleia para investigar hospital
26	Ministério da Saúde abre consulta pública sobre novo Guia Alimentar
26	Comissão de Turismo e Meio Ambiente debate portaria que regulamenta estruturas náuticas
26	Comissão de Saúde investiga denúncias de irregularidades no Hospital Regional de Araranguá
26	Deputados cobram ampliação das atividades da Udesc no oeste catarinense
26	Seminário debate problemas nas concessões de rodovias no Estado
26	Comissão vai promover seminários para divulgar o FIA
26	Confronto entre estudantes da UFSC e polícia repercute no plenário
26	Assembleia protocola recurso para prorrogação de uso de estacionamento
26	Revista conta história do voto feminino em Santa Catarina
26	Secretário se manifesta sobre denúncia de doutrinação ideológico em escolas públicas
27	Programa Camboriú Mais Segura derruba criminalidade no município
27	Deputado lembra 10 anos do furacão Catarina
27	Juarez Machado apresenta criações para rótulos de vinho em sua homenagem
27	Plenário repercute aprovação do projeto de lei que cria cotas para negros em concursos públicos
27	Associação promove caminhada pela conscientização sobre autismo
27	Encontro reúne vereadores catarinenses na Assembleia

Fonte: Produzido pela autora.

Observa-se que, no dia 28 de março de 2014 (sexta-feira), não foi postada no site e nem produzida nenhuma matéria. Conforme relatado em entrevistas, as segundas e as sextas-feiras são dias de menos movimento e pode não haver produção de nenhuma matéria, o que ocorreu na sexta-feira. Para este dia também não foi cogitada a possibilidade de produzir alguma matéria nos outros dias da semana, de desdobrar alguma abordagem realizada em matéria anterior ou mesmo de fazer alguma notícia de serviço, como doação de sangue, por exemplo. Assim, o que foi observado contrapôs o relatado nas entrevistas, nas quais foi destacado que, mesmo nos dias de menos atividade, havia a produção de matérias e que os dias sem produção alguma seriam exceções. A segunda e a sexta-feira também são utilizados para a produção de alguma matéria especial, a ser veiculada no programa Rádio AL Especial. Porém, no período analisado, não houve produção de matérias especiais.

Comparando as notícias postadas nas redes sociais em relação às matérias publicadas no site, a porcentagem de assuntos veiculados também nas redes sociais chegou a aproximadamente 17,85%. A escolha dos assuntos a serem postados no Facebook e o critério de seleção é feito pela equipe de redes sociais, que, como afirmado anteriormente, não compõe o time de profissionais da Rádio AL.

Para verificar a média de interação de cada post nas redes sociais na internet será utilizada a pesquisa da Simplify360, uma das principais empresas do mundo no setor de inteligência corporativa social e que proporciona produtos e serviços na área de mídias sociais. De acordo com o estudo, a cada um milhão de fãs, cada *fan page* tem, em média, 826 curtidas e 309 comentários por postagem. Em porcentagem, o dado da Simplify360 alcança, em curtidas, cerca de 0,08% a cada post e, em comentários, atinge o percentual de 0,03%. Na semana de acompanhamento, a matéria com mais interação foi a que trazia informações sobre a possibilidade de a Universidade do Estado de Santa Catarina (Udesc) abrir campi em Palmitos e Pinhalzinho, ambos municípios do Oeste de Santa Catarina. Este post obteve quatro curtidas e 20 compartilhamentos, obtendo percentual de 0,14% de curtidas e 0,74% de compartilhamentos.

3.7 Análise

A partir do processo de acompanhamento e entrevistas, a rotina produtiva da Rádio AL pôde ser verificada. A webemissora tem a característica de radioagência e tem o objetivo de divulgar os projetos que

estão tramitando na Assembleia Legislativa de Santa Catarina. Além deste serviço, a Rádio AL também disponibiliza os áudios por meio do *streaming* no site e possui uma programação 24 horas, com músicas e programas informativos.

Sobre estes dois serviços oferecidos pela Rádio AL, a Chefe de Jornalismo destaca que o objetivo principal, em sua visão, é o serviço de radioagência.

“Eu particularmente dou mais importância e considero mais importante aqui dentro da Assembleia Legislativa que a gente consiga replicar esse produto para outras rádios, que é no formato de radioagência. Quando eu penso na produção, eu penso no que vai ser interessante para ser ouvido lá no interior, tanto por nós, tanto pela webradio, quanto por uma outra emissora de rádio. Eu acho que não existe um cuidado muito grande com relação à programação da webradio. As notícias vão entrando conforme a gente vai produzindo, os programas também. Claro que a nossa prioridade é transmitir a sessão ao vivo e as comissões, o serviço mais importante que a gente tem na webradio aqui que é essa transmissão ao vivo do que está acontecendo aqui dentro. Mas a nossa audiência é tão pequena, dá um desânimo de produzir para ela. Porque, talvez, eu acho que não existe um trabalho de divulgação dela [webradio], para que ela seja ouvida pelo cidadão, para que a gente pense em produzir para o cidadão realmente, que seria um trabalho bem interessante também, mas hoje eu acho que a parte de radioagência é mais forte” (Informação verbal)¹².

Ou seja, a Rádio AL é representativa da categoria “mídia das fontes”, como propõe Sant’Anna (2006, p. 03). Estas emissoras são categorizadas como sido mantidas e administradas por instituições e entidades que antes eram apenas fontes de informação. Assim, com a criação da Rádio AL, a Assembleia Legislativa de Santa Catarina deixou de ter a característica de ser somente uma fonte de informação, que produzia material sonoro para as rádios do interior, como também passou a ter um espaço próprio de divulgação de seu conteúdo.

Desta forma, a imprensa tradicionalmente vista como um espectador externo aos fatos começa a perder a

¹² Informação retirada da Entrevista 03 concedida por Entrevistada 03. [28 mar. 2014]. Entrevistadora: Fabíola Thibes. Florianópolis - SC. Arquivo documento transcrito no apêndice 03 da dissertação.

totalidade do domínio da cena informativa. A opinião pública passa a contar com informações coletadas, selecionadas, tratadas editorialmente, filtradas e difundidas por entidades ou movimentos sociais, ou seja, corporações detentoras de interesses corporativos (SANT'ANNA, 2006, p. 03).

No caso da rádio da Alesc, observa-se que a webemissora é o veículo de divulgação dos atos dos deputados e projetos que tramitam na Casa. Por isso, o objetivo principal da programação é transmitir as matérias produzidas pelos repórteres divulgando os acontecimentos da Assembleia. O site também serve como veículo para a transmissão da programação e para os ouvintes-internautas ouvirem os áudios das matérias no estilo *on demand* ou baixando os *podcasts*. O fato de a Rádio AL ser uma webrádio, emissora que transmite somente pela internet, não é sua motivação principal, de acordo com as entrevistas realizadas.

O coordenador do veículo de comunicação também concorda que pensar sobre o formato de uma webrádio propriamente dita não é uma atividade realizada em todas as situações. São casos pontuais que são discutidos separadamente e chega-se a um consenso a respeito daquele item específico.

“[...] na prática, a diferença na construção do conteúdo, pelo menos aqui para a rádio da Assembleia, pelo que eu notei, ela é muito insignificante, vou assim colocar. Lógico que tem coisas que a gente debate, tem assuntos que são pertinentes a uma webrádio, à especificidade da webrádio. Para acessá-la, você precisa estar em um computador, geralmente sentado em sua casa ou em seu local de trabalho, ela não tem a mesma 'potência' de uma rádio tradicional, que você consegue acessá-la de qualquer lugar, no carro, em casa, num rádio com pilha, enfim. A nossa tem essa especificidade, que nos conduz a algumas indicações. Poxa, têm conteúdos que, para uma webrádio, de repente, seja interessante. Têm conteúdos que não caberiam para uma webrádio, justamente porque o nosso veículo emissor final lá da ponta é um computador. [...] A gente debate isso, a gente levanta esses questionamentos por nós termos uma rádio na mão que é exclusivamente via online. Mas, ressalto, no contexto geral da produção diária, se assemelha muito a uma rádio tradicional [...]” (Informação verbal)¹³.

¹³ Informação retirada da Entrevista 01 concedida por STEFANOVITCH, Nikolas. [28 mar. 2014]. Entrevistadora: Fabíola Thibes. Florianópolis - SC. Arquivo documento transcrito no apêndice 01 da dissertação.

As entrevistas, assim, indicam que a rotina de produção apresenta-se similar à de uma emissora hertziana com presença na internet, porque os entrevistados afirmaram que não há uma preocupação específica com a webrádio.

Em relação aos elementos do site e das redes sociais, o áudio é complementado com um lead que resume a matéria radiofônica e uma foto. Durante a semana de acompanhamento não foi verificada a utilização de vídeos. O site tem um layout fixo e isso não pode ser alterado pelos repórteres. No período analisado, o player foi considerado pelos entrevistados como um problema, porque o ícone para ouvir o áudio ficava sempre ao final do lead, o que o deixava “escondido” em relação a outros elementos da página. Se uma das características das webrádios é a primazia da sonoridade, o player deveria estar bem visível para os ouvintes-internautas. Da forma apresentada nos sites durante as semanas de acompanhamento, o usuário pode ter que *dar um scroll* para ver o player e poder escutar a matéria. Este item foi modificado depois, sendo que, em novembro de 2014, o player está situado logo abaixo do título, na parte superior da página.

Uma inconsistência apresentada no site é em relação ao botão Download. Dependendo do navegador, o comportamento experimentado pelo internauta é diferente. O botão Download está logo ao lado do player, bem visível para o ouvinte-internauta. Para baixar o arquivo de áudio, o usuário precisa clicar sobre o botão Download usando o botão direito do mouse. Porém, se estiver usando o Google Chrome ou outro navegador baseado no código aberto Chromium, aparece a opção “Salvar vídeo como”, mesmo sendo um arquivo sonoro. Utilizando o Internet Explorer, o Windows Media Player é aberto automaticamente e o áudio começa a ser reproduzido, mas não é possível baixar o arquivo. Já no caso do Mozilla Firefox, a opção que aparece é “Salvar como”.

O campo “Pesquisar” do site oferece diferentes formas de busca. Uma das maneiras é a pesquisa por palavra específica, cujos resultados são apresentados de forma decrescente, do mais recente para o mais antigo. Logo embaixo existe o link “+ Filtros de busca”. Clicando sobre ele, aparecem algumas opções: Notícias, Fotonotícia, Notícias dos Gabinetes, TV AL, Rádio AL, Sala de Imprensa e Entenda. Existe também a possibilidade de fazer a busca por uma data específica. Neste caso, é necessário que o internauta clique no menu “Notícias”, quando aparecerá a opção de pesquisa por data ou palavra-chave.

Ainda analisando o site, existe o botão para ouvir a rádio ao vivo.

Ele está fixo no menu lateral e bem visível para o internauta. Ao clicar sobre o link, o usuário é redirecionado para outra página na qual o áudio começa a ser reproduzido, não tendo mais acesso à *homepage* do site, a não ser que uma nova aba no navegador seja aberto e o usuário volte a acessar a página inicial ou se o internauta desistir de ouvir a programação ao vivo, voltando à *homepage*. Mesmo assim, o site oferece as três formas de transmissão de áudio pela internet: *streaming*, *on demand* e *podcast*. O *streaming* é disponibilizado pelo link do “ao vivo”, o *on demand* é ofertado por meio dos arquivos de áudio que podem ser acessados a qualquer momento e o *podcast* está representado pelo arquivo que pode ser baixado pelo ouvinte-internauta.

Outro ponto importante é o de que o site não possui um contador de downloads e não é realizado nenhum controle sobre quantas pessoas acessam o site da Rádio AL ou baixam os arquivos de áudio. Sobre este quesito, o coordenador da webemissora destacou que estava verificando esta questão e informou acreditar que não é algo difícil de ser implementado. Uma alternativa seria mensurar os dados por meio do Google Analytics, que oferece dados concretos sobre as matérias mais acessadas. Estas informações poderiam, inclusive, ser mais completas que o contador de downloads, já que também poderia abordar quantos minutos cada internauta permaneceu em determinada URL do site, em quais botões ele clicou, etc. Assim, seria possível saber se os internautas estão ouvindo o áudio por inteiro e se preferem apenas ouvir o player ou baixar o conteúdo para os seus computadores.

Em relação à programação, foi apontado em entrevistas que a mudança frequente de coordenadores ocasiona mudanças na grade de programação, com a substituição, o cancelamento ou a criação de programas. Além disso, foi informado que as mudanças de programação impedem um planejamento a longo prazo e também interferem na audiência da webemissora. Rocha citou que a principal dificuldade nos 15 anos de história da Rádio AL foi a mudança de coordenadores.

“Eu acho que [a maior dificuldade foi] a gestão, porque, se você tem um serviço com uma diretoria de comunicação, que muda o diretor de ano em ano ou de dois em dois anos, que não permanece, não está preocupado ou vinculado a um projeto estratégico. Então, cai naquela história que eu te falei da direção, “estamos sob nova direção”, fecha, mudam os ingredientes lá dentro, abre de novo. [...] Então, [...] isso foi um dos obstáculos que eu tive fazendo uma sondagem a respeito de a gente ter uma webradio outorgada pelo Ministério das Comunicações. Isso foi uma das coisas colocadas lá,

que a gente não teria estabilidade [...]” (Informação verbal)¹⁴.

Outra dificuldade para o internauta-ouvinte é que, se ele pesquisar sobre os programas que estão sendo veiculados, terá dificuldades de encontrar aqueles realmente transmitidos na programação, já que a programação do site está defasada e conta com programas que não fazem mais parte da grade há vários meses. Apesar de a Rádio AL não ter um público específico definido e de os repórteres denominarem a emissora como sendo “a rádio do povo catarinense”, atualmente a produção das matérias não é pensada para os ouvintes, mas sim para as estações de rádio do interior de Santa Catarina, que podem utilizar o material.

No tocante às redes sociais, verificou-se que a única rede social que realmente traz assuntos da webemissora é o Facebook, mas, como ela não é gerida por uma equipe da Rádio AL, o resultado apresentado pelas matérias não chega aos repórteres e não há uma interação muito grande entre jornalistas e equipe de redes sociais da Alesc. A escolha dos assuntos postados não é feita em conjunto com os repórteres da Rádio AL. Além disso, a equipe de social media posta muitos assuntos nos dias em que há reuniões de comissões e sessões legislativas na Assembleia, sendo que, na quinta (27), foram publicadas sete postagens. Como os assuntos são relativos à Rádio AL, à TV AL e à Agência AL, a quantidade de posts é dividida entre os veículos. Na semana analisada, a webradio ficou com cinco postagens, o que representou quase um terço do total. A interação dos usuários ficou acima da média apresentada em estudos, mas ainda teve pequena representatividade, já que, em porcentagem, não atingiu 1%. Também é interessante observar que não houve nenhum comentário dos internautas nas postagens relativas à Rádio AL, o que demonstra que não há fidelidade dos usuários com relação aos posts da webemissora. Esta conclusão é baseada em análises de social media, que indicam que os comentários servem para a fidelização dos curtidores da *fan page* em relação à marca, já que este é o espaço para os usuários opinarem, avaliarem, sanarem dúvidas e até mesmo interagirem com a marca e o profissional de redes sociais.

Na semana de acompanhamento, uma das matérias feitas pela rádio e postadas no Facebook teve um resultado positivo se comparado à média de outros assuntos. A matéria em questão era sobre a implantação da Universidade do Estado de Santa Catarina (Udesc) nos municípios de

¹⁴ Informação retirada da Entrevista 02 concedida por ROCHA, Eduardo. [25 mar. 2014]. Entrevistadora: Fabíola Thibes. Florianópolis - SC. Arquivo documento transcrito no apêndice 02 da dissertação.

Palmitos e Pinhalzinho, no Oeste catarinense. Conforme foi verificado nos dados apresentados nesta pesquisa, este assunto obteve resultado melhor, com quatro curtidas, 20 compartilhamentos e nenhum comentário. Devido a isso, a matéria também teve maior alcance orgânico, atingindo, segundo o coordenador da webradio, cerca de três mil usuários que curtiram a *fan page* da Assembleia Legislativa de Santa Catarina. Este dado foi repassado ao coordenador pela equipe de redes sociais, que teve uma boa surpresa com a interação. Porém, como não há investimento financeiro para patrocinar posts no Facebook, o resultado orgânico ainda é baixo – algo esperado devido às políticas de posts patrocinados da rede social. Não há preocupação relativa a posts patrocinados (ou seja, investimento em dinheiro em determinados posts para que a *fan page* obtenha mais curtidores). Isso limita o alcance das páginas, já que existe uma política do próprio Facebook para que os posts orgânicos (ou seja, sem investimentos) tenham visualização somente de uma parcela dos curtidores da *fan page*. Enquanto isso, os posts patrocinados atingem mais curtidores e também são publicados na *timeline* de outros usuários da rede social que podem ter interesse naquela página (por morarem na mesma cidade, terem interesses comuns, porque amigos curtiram a *fan page*, etc). É importante ressaltar que, em percentual, os posts da *fan page* da Alesc conseguem ficar acima da média do estudo produzido recentemente pela Simplify360, mas, em números absolutos, a interação dos usuários que curtiram a *fan page* é muito pequena.

Neste capítulo, verificou-se que a Rádio AL é uma webemissora e deve ser caracterizada como tal por transmitir exclusivamente pela internet. O fluxo de atualização é feito pelos próprios jornalistas e exclusivamente por eles; assim, o objetivo é que, sempre que uma matéria seja finalizada, automaticamente seja postada no site para estar disponível para o download, cumprindo a função de radioagência que a webemissora tem. O site, porém, não é atualizado frequentemente, sendo que, em um dos dias de sessão, não houve a postagem de nenhuma matéria. Além disso, não há controle sobre o número de ouvintes-internautas que acessam a webradio e quantos downloads são realizados dos arquivos de áudio. As redes sociais divulgam os materiais produzidos pela equipe da webemissora, mas não há interação entre os funcionários da equipe da Rádio AL e de redes sociais e a interação entre os curtidores da *fan page* e os posts ainda é pequena.

CAPÍTULO IV – RÁDIO PONTO: WEBRADIO COM CARÁTER LABORATORIAL

A Rádio Ponto, do curso de Jornalismo da Universidade Federal de Santa Catarina (UFSC), é a segunda webemissora analisada nesta pesquisa. Esta webradio possui transmissão exclusiva pela internet, seguindo o conceito adotado neste trabalho e possui programação 24 horas por dia. Os programas são produzidos por alunos do curso de Jornalismo da UFSC, com orientação dos professores coordenadores Eduardo Meditsch e Valci Zuculoto.

Assim como a Rádio AL, a Rádio Ponto também é pioneira dentre as emissoras de cursos do Jornalismo do Brasil, já que foi a primeira webradio neste segmento, tendo sido criada em 1999. O acompanhamento para esta análise foi realizada de 24 a 30 de setembro de 2014, o que totalizou uma semana. Neste período, a observação abrangeu tanto as aulas quanto os programas gravados pelos dois núcleos existentes na emissora: o núcleo de Radiojornalismo Esportivo e o núcleo Lança Perfume. Devido às atividades, o horário de acompanhamento deu-se da seguinte forma:

Tabela 05 – Horário de acompanhamento da Rádio Ponto da UFSC.

Quarta-feira (24)	Quinta-feira (25)	Sexta-feira (26)	Segunda-feira (29)	Terça-feira (30)
14h às 18h	13h30min às 17h	14h30min às 18h30min	14h30min às 19h30min	12h30min às 17h

Fonte: produzido pela autora.

Não foi realizado acompanhamento no período matutino porque há pouca atividade de produção na Rádio Ponto. A análise também contou com algumas particularidades, sendo que uma delas é que os estúdios da emissora passavam por reforma na semana de acompanhamento, o que fez com que a maior parte da programação fosse gravada, e a outra particularidade foi o aniversário da webradio no dia 30 de setembro de 2014, contando com uma programação especial.

4.1 História

A Rádio Ponto iniciou as suas atividades no dia 30 de setembro de 1999, tendo sido a primeira webradio em cursos de Jornalismo do Brasil. A

ideia de criação da emissora surgiu a partir dos professores Eduardo Meditsch e Maria José Baldessar, que sentiram a necessidade de formalizar a criação de uma emissora no curso. O estudo para a implantação da Rádio Ponto foi realizado pelas então alunas da graduação Fabiana de Liz e Sabrina Brognoli D'Aquino, que estavam fazendo seu Trabalho de Conclusão de Curso (TCC) e aceitaram o desafio de ajudar a implementar a webemissora.

Desde o seu início, a Rádio Ponto teve o objetivo de divulgar a produção radiofônica dos alunos da graduação do curso de Jornalismo da UFSC. Antes da implantação da webrádio, os programas realizados pelos estudantes eram ouvidos somente nas aulas de Radiojornalismo e Redação para Rádio ou em algumas emissoras comerciais, com as quais o curso de Jornalismo da UFSC mantinha parcerias. Nestes casos de divulgação dos programas em emissoras comerciais, o programa de maior destaque foi o Universidade Aberta (Unaberta), que foi criado em 1991.

O Unaberta foi o primeiro site de notícias implementado no estado de Santa Catarina, no ano de 1998. O projeto tinha por finalidade divulgar informações relacionadas à comunidade acadêmica e outras notícias importantes que ultrapassavam os limites da UFSC. Os coordenadores deste projeto eram os professores Eduardo Meditsch e Valci Zuculoto e, dentre as atividades do Unaberta, podem-se citar as coberturas especiais e as grandes reportagens em áudio e para internet.

Outro projeto de destaque que surgiu antes da implantação da Rádio Ponto foi o Fazendo Rádio na Escola, em 1999. Neste projeto, os alunos compareciam a escolas públicas e mostravam aos alunos como fazer rádio. No entanto, surge a necessidade de se criar uma emissora formalizada. Não havia a possibilidade de se ter uma emissora convencional porque a lei que criou a Radiobrás impedia a concessão de novos canais para a criação de emissoras universitárias nas instituições federais. Então, a criação de uma webrádio foi a solução. Surge a Rádio Ponto, que reúne os conceitos utilizados nos projetos Universidade Aberta e Fazendo Rádio na Escola e permite que os alunos tenham mais espaço para a produção e a aprendizagem, além de também oferecer um local adequado para a divulgação dos trabalhos realizados em sala de aula. Zuculoto aponta outras vantagens dos projetos Unaberta, Fazendo Rádio na Escola e Rádio Ponto.

[...] entre seus resultados maiores e mais perseguidos, contribuir para promover a inclusão social e o estímulo ao exercício da cidadania. Isto através, principalmente, do atendimento de um direito

essencial dos cidadãos para se movimentarem e construir socialmente a realidade (ZUCULOTO, 2006).

Num primeiro momento houve a necessidade de adequar os estúdios para a produção e a transmissão digital. Os softwares de áudio necessários para a edição das matérias tinham sido recém-lançados, o site precisava ser criado com todos os elementos necessários para a disponibilização do *streaming* e foi necessário montar uma estrutura adaptada para uma webrádio. Devido a isso, a primeira transmissão, que marca o aniversário da Rádio Ponto, aconteceu no dia 30 de setembro de 1999, mas a emissora começou com a programação diária somente no mês de novembro do mesmo ano.

Após a implementação da Rádio Ponto, os projetos Universidade Aberta e Fazendo Rádio na Escola permaneceram sendo realizados por mais alguns semestres, mas foram descontinuados por outros motivos, enquanto a Rádio Ponto teve continuidade. Coube à webemissora ter uma programação que apresentasse as produções jornalísticas dos alunos. Vários programas existiram nos 15 anos de história da Rádio Ponto. Um deles foi o Notícias na Mesa, programa semanal de notícias transmitido sempre no horário do almoço. Além de o Notícias na Mesa ser transmitido na Rádio Ponto, ele também era veiculado pela então Rádio Santa Catarina, atualmente Rádio Cultura. Sobre esse momento, Marcela Lin, que participava da produção do Notícias da Mesa, destaca:

“Se não me engano, o programa começou de forma voluntária – o que acabou envolvendo parte da nossa turma. Mais tarde, a professora Valci conseguiu transformá-lo em uma disciplina optativa. Mas a gente nunca fez pelos créditos, mas pelo aprendizado, pela diversão e até pelo nervosismo de colocar o programa no ar e depois ver que deu tudo certo” (Informação verbal)¹⁵.

Além de notícias, o programa Notícias na Mesa também contava com reportagens, entrevistas, previsão do tempo e outras informações importantes para a comunidade acadêmica e da cidade de Florianópolis. O programa deu certo e rendeu a criação de um programa extra, chamado Notícias na Mesa Especial, que também foi transformado em disciplina

¹⁵ Informação retirada de LIN, Marcela. **Entrevista 14**. [Mensagem pessoal]. Mensagem recebida pela autora, 20 mar. 2013.

optativa e era transmitido semanalmente na Rádio Ponto e na Rádio Santa Catarina. A diferença entre os dois programas é que o Notícias na Mesa Especial era temático.

A Rádio Ponto, porém, sempre realizou coberturas especiais. Esta prática já era realizada antes do surgimento da webemissora e continua existindo até hoje. Algumas das coberturas realizadas foram manifestações em Florianópolis; greve do transporte coletivo da cidade; encontros da Sociedade Brasileira para o Progresso da Ciência (SBPC); feiras da Semana de Ensino, Pesquisa e Extensão da UFSC (Sepex); eleições para a reitoria da universidade; eleições para prefeitos, governadores, deputados, senadores, vereadores e presidente; provas do vestibular da UFSC; etc. Em muitos casos, essas coberturas foram realizadas em parceria com cursos de Jornalismo de outras universidades ou até mesmo contando com a participação de profissionais de emissoras de rádio ou ainda com a transmissão de boletins de alunos que participavam da Rádio Ponto em emissoras comerciais.

Falando sobre a importância da Rádio Ponto, o professor Eduardo Meditsch relata que a implantação da webemissora aproximou a academia do mercado de trabalho.

“Antes de ter a Rádio Ponto, a gente trabalhava muito com programas gravados, a gente produzia programas também, mas não tínhamos onde veicular esses programas. Até a gente fazia por fora das disciplinas alguns programas em emissoras, mas nas disciplinas a gente fazia programas que não eram veiculados. Acho que é o mais normal de acontecer nos cursos de jornalismo e, infelizmente, isso cria uma situação falsa, porque a gente produz para ninguém e aí a gente tende a se afastar muito da realidade. A ideia dos programas das disciplinas na Rádio Ponto é nos aproximarmos mais da realidade no sentido de se ter um timing próximo do que acontece na produção do radiojornalismo real [...]” (Informação verbal)¹⁶.

Em seu início, a programação da Rádio Ponto era formada por programas jornalísticos e músicas. Com o passar do tempo e a adesão dos alunos a este projeto, o tempo de transmissão musical foi reduzido até ser abolido em 2007. Desde então, a Rádio Ponto tem programação informativa ao vivo e gravada 24 horas por dia, contando também com reprises dos

¹⁶ Informação retirada da Entrevista 05 concedida por MEDITSCH, Eduardo. [4 jul. 2013]. Entrevistadora: Fabíola Thibes. Florianópolis – SC. Arquivo do documento transcrito no apêndice 05 da dissertação.

programas. Todo o material é produzido pelos alunos com orientação dos professores coordenadores. Além destes, existem programas das disciplinas e produções realizadas pelos núcleos de Radiojornalismo Esportivo e Lança Perfume, que foram criados durante os 15 anos de história da Rádio Ponto.

4.1.1 Núcleos

O núcleo de Radiojornalismo Esportivo surgiu a partir de uma movimentação dos próprios alunos e foi implementado como projeto de extensão a partir de 2011. No entanto, os estudantes já realizavam coberturas esportivas há vários anos. Em 2010, com a realização da Copa do Mundo, muitos graduandos atuaram como voluntários e, no segundo semestre do mesmo ano, sentiram a necessidade de formalizar a criação do núcleo. Com o auxílio dos professores coordenadores foi escrito um projeto para submeter à universidade e o núcleo de Radiojornalismo Esportivo da Rádio Ponto passou a ser aceito como um projeto de extensão, o que permitia ter mais recursos, bolsistas e outros benefícios. Segundo o entrevistado 07, um dos alunos fundadores do núcleo, “o ano de 2011, entre o segundo semestre de 2010 e o primeiro semestre de 2011, foi o ano de estruturação e, a partir daí, no segundo semestre de 2011, a gente começou a crescer muito”¹⁷.

O primeiro programa do núcleo de Radiojornalismo Esportivo da Rádio Ponto foi o Bola na Trave, programa com boletins e matérias sobre o futebol catarinense, brasileiro e mundial. Já no segundo semestre de 2010 foi agregado o UFSC Esporte Clube, programa com notícias sobre todos os esportes. O ideal do UFSC Esporte Clube foi focar em esportes menos abordados na imprensa tradicional, como o basquete, o vôlei, o handebol e até mesmo esportes amadores. Com o passar do tempo, outros programas produzidos pelo núcleo de Radiojornalismo Esportivo foram adicionados à grade de programação da Rádio Ponto, enquanto outros foram descontinuados. Os programas atuais serão abordados no item Programação, presente neste capítulo.

Já a história do núcleo Lança Perfume começou em 2010 a partir de uma participação feminina no programa Futebol de Saia, já descontinuado pelo núcleo de Radiojornalismo Esportivo. Neste programa,

¹⁷ Informação retirada da Entrevista 07 concedida por ENTREVISTADO 07. [26 set. 2014]. Entrevistadora: Fabíola Thibes. Florianópolis – SC. Arquivo do documento transcrito no apêndice 07 da dissertação.

as alunas comentavam sobre o futebol. Este programa foi veiculado durante a Copa do Mundo e era produzido somente por mulheres. Com o fim da Copa do Mundo, muitas alunas sentiram a necessidade de continuar algum trabalho na rádio que fosse voltado ao público feminino. De acordo com a entrevistada 05, uma das fundadoras do grupo, o objetivo foi continuar a programação em rádio, mas com um assunto que fosse diferente daquilo que já era veiculado.

“[...] nenhuma de nós queria que o programa continuasse falando sobre futebol. Então, a gente criou um novo projeto para o programa. Em 2010, no segundo semestre de 2010, a gente começou o Lança Perfume, com um tema por semana, três quadros, um quadro no início, de notícias, e depois o Lança Repórter, que era para introduzir o tema e o Momento Hugo Boss, que era a participação masculina” (Informação verbal)¹⁸.

O núcleo Lança Perfume cria programas com a visão feminina, mas também tem um quadro que apresenta o ponto de vista masculino. Os assuntos abordados variam entre temas culturais, de serviços, sobre política, assuntos da comunidade acadêmica, entre outros. Algumas pautas são produzidas a partir de um tópico que esteja sendo abordado na imprensa tradicional; no entanto, este conteúdo é ampliado e aprofundado.

4.2 Estrutura

A Rádio Ponto tem uma estrutura física muito bem delimitada. Localizada dentro do Departamento de Jornalismo, no Centro de Comunicação e Expressão (CCE) da Universidade Federal de Santa Catarina, a webemissora está inserida no Laboratório de Radiojornalismo, que também conta com a estrutura que atende as disciplinas ligadas ao rádio, o espaço para a produção de programas e o espaço para os projetos de extensão, como o Museu do Rádio. Esta estrutura física é composta por um estúdio principal e dois estúdios secundários, além de contar com uma sala de redação utilizada para ministrar as disciplinas e fazer as reuniões de pauta. Um dos estúdios secundários é utilizado para a emissão da programação da Rádio Ponto, além de também ser utilizado para a pesquisa

¹⁸ Informação retirada da Entrevista 08 concedida por ENTREVISTADO 08. [4 jul. 2013]. Entrevistadora: Fabíola Thibes. Florianópolis – SC. Arquivo do documento transcrito no apêndice 08 da dissertação.

e montagem das pautas. O outro estúdio secundário é utilizado geralmente para pesquisa e busca de pautas.

No estúdio principal há uma híbrida (que serve para conectar telefones à mesa de som e permite que o repórter ou algum entrevistado entre ao vivo no programa) e a mesa para a gravação e a transmissão dos programas. Nos estúdios secundários e na sala utilizada para as disciplinas e reuniões de pauta existem vários computadores à disposição dos alunos. Cada um dos estúdios secundários conta com quatro PCs e a sala possui aproximadamente 20 máquinas similares. Estes aparelhos são utilizados para a pesquisa de assuntos, montagem de pautas, roteiros, edição dos áudios e dos programas, etc. Existe ainda um computador destinado aos professores.

Na semana de análise, porém, a estrutura física estava bastante diferente devido a uma reforma realizada em toda a estrutura do Laboratório de Radiojornalismo. As obras iniciaram no dia 11 de setembro de 2014, mas ainda não haviam terminado durante esta pesquisa. O objetivo da reforma é melhorar os sistemas de acústica e ventilação. O prazo para término das obras é novembro de 2014. Para não interromper a programação foi definido que um estúdio improvisado seria montado no Laboratório de Pesquisa e Documentação, que fica logo em frente ao Laboratório de Radiojornalismo. O Laboratório de Pesquisa e Documentação normalmente conta com cerca de 10 computadores, estantes com livros sobre jornalismo lançados pelos professores do curso de Jornalismo da UFSC, outras obras sobre jornalismo e arquivos dos Trabalhos de Conclusão de Curso (TCCs) já realizados no curso.

Com a improvisação de um estúdio de rádio foram montadas duas pequenas salas dentro desta estrutura maior, sendo uma sala para a operação e outra para a gravação dos programas. Estas saletas não contavam com isolamento sonoro, o que requeria o silêncio dos estudantes nos momentos de gravação. Nos primeiros dias existiram mais limitações, por exemplo, a entrada de repórteres e entrevistados ao vivo, já que a híbrida não estava funcionando adequadamente. No entanto, na semana analisada, as entradas ao vivo estavam sendo feitas normalmente porque o problema havia sido solucionado.

A sala de operações contava com dois computadores, sendo um para inserir a programação no ar e outro para a gravação dos programas, e uma mesa com os requisitos básicos para poder gravar e transmitir os programas da Rádio Ponto. No mesmo local também foi colocada uma câmera para poder transmitir o vídeo no site. Já na sala de gravação foram colocados três microfones. Os computadores do Laboratório de Pesquisa e

Documentação estavam sendo partilhados entre os alunos regulares do curso sem envolvimento com a Rádio Ponto e os colaboradores da webemissora. Nestes computadores também estava sendo feita a edição dos áudios pelos alunos das disciplinas ou participantes dos núcleos. Os bolsistas também contam com um tablet que permite a consulta aos horários de gravação e das disciplinas, entre outras funções.

4.3 Profissionais

Conforme já abordado anteriormente, todos os programas da Rádio Ponto são produzidos por alunos do curso de Jornalismo da UFSC, que são orientados pelos professores Eduardo Meditsch e Valci Zuculoto. Devido a esse fato é difícil afirmar exatamente quantas pessoas estão envolvidas no processo de produção dos programas a cada semestre.

Entre as pessoas que participam da Rádio Ponto estão os professores, alunos das disciplinas, estudantes que participam dos núcleos Radiojornalismo Esportivo e Lança Perfume, bolsistas do Laboratório de Rádio e os técnicos da universidade que trabalham no Laboratório de Rádio. Na semana analisada, a professora Valci Zuculoto estava afastada da webrádio por estar cursando seu pós-doutorado. Portanto, a coordenação da Rádio estava a encargo do professor Eduardo Meditsch. Para auxiliá-lo há três técnicos operadores de áudio, que trabalham para o Laboratório de Rádio e exercem suas funções também na Rádio Ponto.

Ainda existem os bolsistas, cujo total chega a 10, sendo que um é específico do Museu do Rádio, dois trabalham voltados para a produção do programa enviado à emissora Joinville Cultural (com quem o curso de Jornalismo da UFSC mantém um convênio) e sete intercalam os horários para atuar na Rádio Ponto nos períodos da manhã, tarde e noite (mesmo com pouca produção no período matutino durante o período analisado, ainda foram realizadas algumas atividades). É importante frisar que os bolsistas do Museu do Rádio e dos programas enviados à Rádio Joinville Cultural também auxiliam na Rádio Ponto quando necessário e dois deles estão inseridos no núcleo de Radiojornalismo Esportivo.

Em relação aos núcleos, o de Radiojornalismo Esportivo é o maior e o mais antigo. O número de colaboradores varia muito, mas na semana de acompanhamento havia entre 30 e 40 voluntários. Já o núcleo Lança Perfume possui aproximadamente 15 voluntários a cada semestre. Segundo

o entrevistado 07¹⁹, apesar de o número de estudantes que participam dos núcleos ser alto, poucos participam ativamente. No caso do núcleo de Radiojornalismo Esportivo, entre 30 e 40 pessoas participam, mas são aproximadamente 15 colaboradores ativos; o restante são voluntários que participam esporadicamente. Portanto, os dois núcleos envolvem, no máximo, 55 alunos.

Os alunos que participam dos núcleos são de fases diferentes no curso; sendo assim, estudantes da primeira fase convivem e aprendem com os veteranos, que repassam seus conhecimentos junto com os professores coordenadores. A entrevistada 08, do núcleo Lança Perfume, ressalta que o grande objetivo é que os estudantes tenham um espaço para experimentar e aprender não somente sobre rádio, mas sobre práticas jornalísticas.

“[...] a gente considera que o Lança Perfume é para aprender a lidar com fonte com muita naturalidade, a dar a cara a tapa, a ligar, telefonar, fazer uma pergunta sobre um assunto que a gente não sabe, falar sobre um assunto que a gente não sabe, porque isso é o jornalismo. Lidar com esses assuntos e aprender a transcrever para a população que não sabe sobre esses assuntos. Então, acho que é uma escola mesmo, a Rádio Ponto em si foi uma escola” (Informação verbal)²⁰.

4.4 Rotina Produtiva

Por ser uma webemissora de um curso de Jornalismo, a rotina produtiva da Rádio Ponto é diferente de outras emissoras de rádio. A cada semestre, a grade de programação e de horários é alterada de acordo com os estudantes e suas atividades em sala de aula e extracurriculares. Portanto, as atividades podem ocorrer nos três períodos do dia (manhã, tarde e noite) de segunda a sexta-feira. Nos períodos de férias, a programação é interrompida. Na semana de acompanhamento na webradio, as atividades estavam concentradas à tarde e havia muitas gravações agendadas para o intervalo das 17h às 19h. Nem todas essas gravações ocorreram devido à programação especial para o aniversário da rádio, no dia 30 de setembro de

¹⁹ Informação retirada da Entrevista 07 concedida por ENTREVISTADO 07. [26 set. 2014]. Entrevistadora: Fabíola Thibes. Florianópolis – SC. Arquivo do documento transcrito no apêndice 07 da dissertação.

²⁰ Informação retirada da Entrevista 08 concedida por ENTREVISTADO 08. [4 jul. 2013]. Entrevistadora: Fabíola Thibes. Florianópolis – SC. Arquivo do documento transcrito no apêndice 08 da dissertação.

2014, e também por causa da reforma realizada nos estúdios da Rádio Ponto.

Ainda há situações em que são marcadas coberturas especiais em horários extracurriculares, como eleições para reitor; eleições para presidente, governador, prefeito, etc; vestibular da UFSC; Sepex, entre outras, conforme foi relatado anteriormente neste capítulo. No período analisado houve uma programação especial da Rádio Ponto no dia 30 de setembro, terça-feira, em que foram comemorados os 15 anos de aniversário da webemissora. Para este fato, alunos, estudantes bolsistas e o professor Eduardo Meditsch agendaram toda a programação, que contou com programas gravados e ao vivo, o que afetou a rotina produtiva da webemissora durante a semana de análise.

Em dias normais, ou seja, em que não há coberturas ou eventos especiais, a rotina produtiva da Rádio Ponto é dividida entre a produção dos programas das disciplinas e aqueles produzidos pelos núcleos Radiojornalismo Esportivo e Lança Perfume. As disciplinas normais ocupam duas tardes da programação; na semana de acompanhamento, as aulas ocorreram na quinta-feira (25) e na terça-feira (30). Já no caso dos programas produzidos pelos núcleos Radiojornalismo Esportivo e Lança Perfume, a rotina produtiva é definida pelos veteranos, ou seja, os alunos que participam dos grupos há mais tempo. Existe a coordenação dos professores, mas há menos interferência se comparado aos programas das disciplinas.

A diferença entre a rotina produtiva dos programas das disciplinas e dos núcleos é identificada pelos alunos. Em entrevista, o entrevistado 11 relatou:

“Acho que no programa baseado na disciplina de Radiojornalismo I, não vou dizer [que tem] mais comprometimento do que no Lança Perfume, porque não é assim, mas tem que se preocupar mais. Com o professor, ele definiu quem ia ser o editor-chefe para cada edição. Então, a gente tinha que organizar muito mais, conversar muito mais um com o outro. [...] Acho que no programa da disciplina, por ser um sistema de rodízio, você aprende mais, porque dentro das semanas, a sua função só vai se repetir daqui a um mês. Então, você pode experimentar um pouquinho de cada coisa” (Informação verbal)²¹.

²¹ Informação retirada da Entrevista 11 concedida por ENTREVISTADO 11. [4 jul. 2013]. Entrevistadora: Fabíola Thibes. Florianópolis – SC. Arquivo do documento transcrito no apêndice 11 da dissertação.

Ambos os núcleos trabalham de forma similar. Existem programas específicos para os calouros, alunos recém-chegados à universidade, que são convidados a participarem dos núcleos. Estes alunos participam dos núcleos por, pelo menos, seis meses. Quando o semestre é finalizado existe a possibilidade de o aluno permanecer no núcleo, participando de outros programas. Além disso, existem casos em que, mesmo nos primeiros seis meses de participação, os calouros ajudam a produzir outros programas dos núcleos. Isso ocorre quando há interesse do estudante. Nos casos destes programas produzidos pelos calouros, os veteranos fazem o acompanhamento da pauta e da produção do programa.

Existe, porém, apenas uma diferença na forma com a qual os participantes mais antigos dos núcleos trabalham com os recém-chegados. No núcleo de Rádiojornalismo Esportivo, os calouros já fazem a locução das matérias produzidas, enquanto que no Lança Perfume eles não participam da mesa nos primeiros seis meses. Assim, no Rádiojornalismo Esportivo, após a veiculação do programa, é realizada uma reunião de avaliação, na qual serão apresentados os acertos e os itens que podem ser melhorados no quesito radiojornalístico (produção, locução, escrita, condução das entrevistas, abordagens, etc). Já no Lança Perfume os calouros participam da produção junto com veteranos e, depois dos primeiros seis meses, começam a participar do programa fazendo locução, reportagens, quadros especiais, além de continuarem na produção.

Também há algumas diferenças entre os núcleos quanto à rotina produtiva dos outros programas, que possuem a produção dos alunos veteranos no curso de Jornalismo. Enquanto o grupo do Lança Perfume opta por fazer uma reunião de pauta mensal e discussões pontuais por e-mail, o núcleo de Rádiojornalismo Esportivo prefere fazer as discussões por e-mail, enquanto a reunião de pauta fica mais restrita ao programa Bola na Trave, produzido pelos calouros. Segundo a entrevistada 08²², como o Lança Perfume não é um projeto de extensão e todos são voluntários, a reunião de pauta mensal serve para definir as pautas dos programas, as pessoas que vão participar de cada um destes programas e quais serão as funções de cada voluntário. O objetivo é não sobrecarregar nenhum colaborador. No caso do Rádiojornalismo Esportivo, o entrevistado 07 relata que existem discussões, muitas vezes virtuais.

²² Informação retirada da Entrevista 08 concedida por ENTREVISTADO 08. [4 jul. 2013]. Entrevistadora: Fabíola Thibes. Florianópolis – SC. Arquivo do documento transcrito no apêndice 08 da dissertação.

“[...] no ano passado, o pessoal começou a migrar só para o Facebook. Mas sempre que possível o pessoal faz uma reunião de pauta. As pautas chegam das mais diversas maneiras, algumas via e-mail, outras nós mesmos lemos as notícias. O ideal, mesmo o pessoal que não está no programa, a gente prefere uma reunião de pauta porque senão vira bagunça” (Informação verbal)²³.

Em relação às disciplinas, a rotina produtiva é mais definida. Em todas as aulas é realizada uma reunião de pauta, na qual é definido o assunto a ser tratado no próximo programa. Cada turma é dividida em grupos, que são revezados para que todos possam ter experiência nas funções de produção, edição, roteiro, locução, reportagem, técnica e postagem nas redes sociais. No horário das aulas também é finalizado o roteiro e este é revisado pelo professor da disciplina. Os alunos ainda buscam informações para a pauta do programa seguinte, finalizam a edição dos áudios e escrevem a matéria. As entrevistas e parte dessas funções já mencionadas são feitas durante a semana, fora do período de aulas.

Tanto os núcleos quanto as turmas que fazem a disciplina de Radiojornalismo I têm grupos fechados no Facebook para a discussão de pautas e assuntos. Também há *fan pages* abertas para o público curtir e verificar o conteúdo. Estas *fan pages* são atualizadas pelos próprios alunos, como será abordado no item Redes Sociais, presente neste capítulo. O site também é alimentado pelos estudantes, que possuem perfis para a inserção de conteúdos. Os professores podem acessar o sistema do portal e fazer modificações, mas, no dia a dia, a postagem dos programas e produções especiais fica sob responsabilidade dos bolsistas.

Por fim, existe a produção de conteúdos para a Rádio Joinville Cultural, de Joinville/SC, que possui parceria com o curso de Jornalismo da UFSC. Dois bolsistas são focados para esta produção do material, coletando as matérias e os programas mais interessantes produzidos na semana e enviando todas as sextas-feiras para veiculação na programação de sábado da emissora. Basicamente o programa para a Joinville Cultural compila os melhores momentos da semana da Rádio Ponto.

²³ Informação retirada da Entrevista 07 concedida por ENTREVISTADO 07. [26 set. 2014]. Entrevistadora: Fabíola Thibes. Florianópolis – SC. Arquivo do documento transcrito no apêndice 07 da dissertação.

4.5 Programação

A grade de programação da Rádio Ponto é modificada a cada seis meses em decorrência da mudança de semestre na UFSC e, por consequência, dos horários de aulas dos alunos e professores. Além disso, os dois programas produzidos pelos estudantes das disciplinas de Radiojornalismo I sofrem alterações, já que novos nomes e temática são definidos pela turma recém-chegada.

No período analisado, as duas turmas de Radiojornalismo I produziram um programa cada, sendo que a frequência de veiculação é quinzenal. Sendo assim, na quinta-feira, houve a veiculação do programa ao vivo de uma das turmas e, na terça-feira, a outra turma teve aula normal, com reunião de pauta para a definição do tema a ser abordado no programa seguinte.

Já em relação aos núcleos, a produção do segundo semestre de 2014 foi menor devido a questões internas dos grupos e à reforma realizada nos estúdios da Rádio Ponto. Outro item que interfere na produção dos programas da webemissora é o fato de o trabalho nos núcleos ser voluntário, o que dificulta a manutenção da produção e a transmissão de vários programas ao mesmo tempo.

“Geralmente as mudanças ocorrem por falta de pessoal. A gente tenta agregar os calouros via Bola na Trave, posteriormente trazê-los ao resto do núcleo e continuar fazendo programas. Geralmente, as mudanças ocorrem quando diminui o número de participantes. [...] Então, geralmente esses programas nascem e morrem por conta da disponibilidade do pessoal. Não existe uma lógica muito grande [...]. Então, infelizmente a gente não tem um padrão. Até mesmo a gente, das antigas, não consegue identificar por que começam, continuam e param de fazer. Mas, sem dúvida, a aula e os estúgios influenciam muito na disponibilidade do pessoal para a continuação dos programas” (Informação verbal)²⁴.

Na semana analisada, os programas que compunham a grade de programação da Rádio Ponto eram:

²⁴ Informação retirada da Entrevista 07 concedida por ENTREVISTADO 07. [26 set. 2014]. Entrevistadora: Fabíola Thibes. Florianópolis – SC. Arquivo do documento transcrito no apêndice 07 da dissertação.

- Sou Cidade – programa produzido por uma das turmas de Radiojornalismo I. O foco são os conflitos urbanos existentes em Florianópolis e cidades da região. Sempre há um convidado no estúdio e reportagens realizadas ao vivo e gravadas. Transmitido quinzenalmente nas terças-feiras, às 16h;
- Ponto Digital – programa produzido pela outra turma da disciplina de Radiojornalismo I. Trata sobre assuntos relacionados à tecnologia, como segurança digital, aplicativos, redes sociais, etc. É transmitido duas vezes por mês nas quintas-feiras, às 16h;
- Terceira para Três – transmitido somente quando há jogos e novidades sobre a NFL, National Football League (liga de futebol americano). No período de acompanhamento, este programa não foi transmitido devido a uma pausa na NFL. Geralmente, este programa vai ao ar nas terças-feiras, às 18h30min;
- Bola na Trave – produzido por calouros que recém integraram o núcleo de Radiojornalismo Esportivo, o Bola na Trave traz notas, boletins e matérias sobre futebol, mas sem aprofundar muito os assuntos. A veiculação ocorre às segundas, às 17h30min;
- Salto Alto Futebol Clube – mesa-redonda que traz uma abordagem sobre o futebol a partir da visão feminina. Apesar de ter uma gravação agendada, a edição do Salto Alto Futebol Clube foi cancelada na semana de acompanhamento. Normalmente, este programa é transmitido nas quintas-feiras, às 18h;
- Ponto de Encontro – programa futebolístico que traz notícias factuais com uma abordagem aprofundada, além de também trazer informações sobre os times de futebol, especialmente os catarinenses. A transmissão é realizada às sextas-feiras, às 18h;
- Grande Jornada Esportiva – cobertura e transmissão de grandes eventos esportivos, como a Eurocopa, a Copa das Confederações, a Libertadores, entre outros. Não há periodicidade e horário de transmissão, porque depende do horário dos jogos e sua veiculação em algum canal de TV;
- Lança Perfume – traz informações sobre assuntos culturais e ligados ao lazer e ao entretenimento. Traz matérias e um quadro especial, Momento Hugo Boss, que é a abertura para a visão masculina sobre a temática da semana. Na semana de acompanhamento o programa foi cancelado, mas normalmente é veiculado nas segundas-feiras, às 19h;
- Lança Cultura – programa mensal e temático, com entrevistas no

formato ping-pong com o objetivo de trazer reflexões e expor assuntos considerados relevantes para a sociedade. Nos dias em que é veiculado, vai ao ar na quinta-feira, às 19h.

- Minutos Finais – mesa-redonda que faz análise sobre times de futebol, focando nas equipes catarinenses, e outros momentos importantes do esporte, como finais de campeonatos, entre outros. A transmissão ocorre nas sextas-feiras, às 19h.

Além destes programas, a grade de programação da Rádio Ponto conta com reprises do acervo da webemissora. Vale a pena ressaltar que já foram transmitidos vários outros programas em semestres anteriores. Após a formalização dos núcleos e suas participações na webemissora, as mudanças dos programas ocorreram por aumento ou diminuição de envolvidos no núcleo de Radiojornalismo Esportivo e devido às turmas de Radiojornalismo I, que alteram a cada semestre o nome e a temática do programa produzido. No caso do núcleo de Radiojornalismo Esportivo, dois programas estavam cotados para voltar à programação na semana de acompanhamento. Um deles é o UFSC Esporte Clube, que sempre foi o programa principal do grupo, trazendo notícias sobre todos os esportes, focando em modalidades menos abordadas pela imprensa tradicional, incluindo esportes amadores. O outro programa é o Esporte Clube Notícias, que também traz informações sobre esportes não extensivamente abrangidos pela mídia tradicional, como o futsal, por exemplo. A prioridade é trazer notícias sobre as equipes catarinenses. Após a semana de análises foi verificado através da página do núcleo de Radiojornalismo Esportivo no Facebook que estes dois programas voltaram a ser veiculados ainda no segundo semestre de 2014.

Outro quesito importante para esta análise é a programação especial dos 15 anos da Rádio Ponto, veiculada no dia 30 de setembro de 2014. A ideia foi a de transmitir os programas das 8h às 20h, totalizando 12 horas de programação especial, reprisando produções especiais importantes já realizadas, fazendo a retrospectiva de coberturas, resgatando programas importantes para a história da webemissora e produzindo novos programas para celebrar a data. No entanto, um fato externo impactou a ideia inicial. No dia 30 de setembro de 2014, a cidade de Florianópolis esteve em meio à quarta onda de ataques criminosos e, por isso, foi paralisado o transporte coletivo do município a partir das 19h. Com base nisso, a Universidade Federal de Santa Catarina decretou o fim das atividades do dia às 18h. Assim, parte da programação de 15 anos teve que ser remanejada e foi transmitida no dia seguinte, quarta-feira, 1º de outubro de 2014.

Mesmo com este imprevisto, a programação foi transmitida normalmente até às 18h, com programas, em sua maioria, gravados e outros ao vivo. Também foram produzidas vinhetas especiais para a data. Entre os programas veiculados estão o Lança Perfume Especial, com temática sobre as mulheres que ajudaram a fazer a história da Rádio Ponto; Túnel do Tempo, que trouxe notícias, músicas e fatos que marcaram época nos últimos 15 anos; Grande Jornada Esportiva Especial, retransmitindo a final do Mundial Interclubes de 1999; etc.

5.6 Redes Sociais e Sites

A Rádio Ponto possui um site e presença nas redes sociais, sendo que existe uma *fan page* no Facebook, um perfil no Twitter e um canal no YouTube. Além disso, os núcleos Radiojornalismo Esportivo e Lança Perfume e os programas das disciplinas Sou Cidade e Ponto Digital possuem *fan pages* no Facebook e os dois núcleos também têm perfis no Twitter. Assim, no total, existem um site, cinco *fan pages* no Facebook, três perfis no Twitter e um canal no YouTube. Além disso, os programas também estão sendo disponibilizados no SoundCloud e no MixCloud, plataformas de divulgação e transmissão de *podcasts*.

O site (www.radioponto.ufsc.br) tem um layout que permite poucas alterações. Na semana de acompanhamento houve problemas com a postagem de conteúdos, porque havia muitos conteúdos antigos arquivados e a plataforma não permitia mais posts. O problema foi temporariamente resolvido no dia seguinte, já que foi possível editar postagens antigas para a publicação de novos conteúdos. No entanto, era uma substituição de posts e áudios antigos. Este problema suscitou discussões e reclamações quanto à plataforma do portal, uma versão do Joomla de 2008 que nunca foi atualizada. Esta versão foi implementada no site em 2009, quando houve uma reformulação da página e, desde então, não houve modificações. A página aceita a postagem de fotos, possui o *streaming* e também *podcasts*, além de permitir que os ouvintes assistam ao estúdio enquanto os programas ao vivo são transmitidos. No entanto, não podem ser acrescentados outros elementos porque a versão do Joomla não permite a instalação de muitos plugins, que são necessários para a modificação e melhoria do site.

A *home* do site da Rádio Ponto pode ser conferida a seguir:

Figura 04 – Print do site da Rádio Ponto da UFSC.

Fonte: Reprodução da página inicial do site da Rádio Ponto UFSC.²⁵

Em questão de conteúdo, o portal possui várias informações e tem abas específicas para acessar a Home (página inicial), Notícias, Programas, Produções Especiais, Pesquisar no Site e Programação. Em destaque, as notícias e produções mais recentes e importantes. Na lateral direita superior aparece o “Rádio ao vivo”, com o *streaming* e o vídeo nos casos dos programas ao vivo. Logo abaixo dos destaques, aparecem alguns programas do acervo da webemissora das categorias Documentário, Musical, Esportivo e Radiojornalismo. No menu lateral, logo abaixo do *streaming*, constam várias informações, como a quantidade de ouvintes online, o total de visualizações de conteúdos, endereço da Rádio Ponto, link para *podcast*, posts do Twitter, produções mais acessadas e últimas produções. É importante ressaltar que existem dois problemas neste menu. O link para o *podcast* não funciona, sendo que, quando o internauta clica sobre ele, é redirecionado para uma página com o código XML. Já o rol de postagens do Twitter também tem problemas, porque está trazendo do post mais

²⁵ Site da Rádio Ponto UFSC: <http://www.radioponto.ufsc.br/>

antigo para o mais recente; ou seja, os destaques no site são os posts de 2009.

Ao acessar as categorias presentes no menu superior do site, o layout torna-se fixo, trazendo o título da matéria, uma imagem e um pequeno resumo sobre o assunto. Algumas postagens apenas convidam os internautas a escutar determinado programa e não contam com o arquivo de áudio para que o internauta ouça no estilo *on demand*. No menu Programas há os posts com áudio. Estas publicações podem ter imagem, mas isso não é uma obrigatoriedade e há um pequeno resumo sobre o assunto. O botão do arquivo sonoro está na parte interior, como mostra a imagem abaixo.

Figura 05 – Destaque do botão do arquivo sonoro na parte inferior do site da Rádio Ponto da UFSC.

The screenshot shows the website interface for Rádio Ponto UFSC. At the top, there is a navigation menu with options like 'HOME', 'NOTÍCIAS', 'PROGRAMAS', 'PRODUÇÕES ESPECIAIS', 'PESQUISAR NO SITE', and 'PROGRAMAÇÃO'. The main content area features an article titled 'Ponto de Encontro comenta sobre Jô e Sobis'. The article text discusses the program's focus on social issues and mentions specific individuals. Below the text, there are two audio player widgets, each with a play button and a URL. A red box highlights a 'Fazer arquivo' button located below the second audio player. The right sidebar contains contact information for the station, including its address, phone number, email, and social media handles. At the bottom of the page, there is a footer with the text 'Este site foi desenvolvido por Juliana Salas'.

Fonte: Reprodução site da Rádio Ponto UFSC.²⁶

A categoria Produções Especiais traz duas formas de pesquisa: clicando no botão Produções Especiais aparecem as produções em formato de lista, com imagem, um resumo e, se for o caso, o botão para o áudio; mas o ouvinte-internauta também pode deixar a seta do mouse em cima do botão Produções Especiais e optar por uma das categorias apresentadas (Documentário, Esportivo, Musical, Radiojornalismo e Radioteatro). Neste

²⁶ Site da Rádio Ponto UFSC: <http://www.radioponto.ufsc.br/>

último caso, as produções aparecem numa tabela com os links para as URLs específicas, ano de postagem, autor e número de acessos. Esta lista, no entanto, aparenta ter ordem aleatória, porque não há ordenação por número de acessos, por questões alfabéticas, ano ou autor.

O item Pesquisar no Site traz várias opções ao internauta, que pode pesquisar por palavra-chave, optando por “todos os termos”, “qualquer termo” ou “frase exata”; pedir a ordenação por posts mais recentes, mais antigos, mais populares, por ordem alfabética ou por seção/categoria; e selecionar para que a pesquisa seja feita somente no Gcalendar, Artigos, Weblinks, Contatos, Categorias, Seções e Fontes de Notícias. Não há pesquisa por data.

Já a programação apresentada no site está defasada, porque foi postada em agosto de 2013. Mesmo assim, alguns programas que aparecem na programação permanecem sendo transmitidos e alguns horários são compatíveis com a grade de programação da semana analisada.

No tocante às redes sociais, as cinco *fan pages* do Facebook, os dois perfis do Twitter e o canal no YouTube são administrados pelos alunos que fazem parte dos núcleos Radiojornalismo Esportivo e Lança Perfume e das disciplinas de Radiojornalismo I. O perfil principal da Rádio Ponto no Facebook traz postagens sobre os mais diversos programas, produções e coberturas especiais, etc. Ele reúne algumas das postagens das *fan pages* específicas dos programas. No entanto, as *fan pages* dos programas Ponto Digital e Sou Cidade e dos núcleos Radiojornalismo Esportivo e Lança Perfume trazem informações mais específicas sobre os programas. Ou seja, enquanto a *fan page* da Rádio Ponto apresenta informações sobre a programação (programas que serão transmitidos no dia, informações sobre alterações na webradio e na sua programação, entre outros), as páginas dos núcleos e dos programas das disciplinas trazem mais detalhes, fotos e postagens enquanto o programa está sendo transmitido. O Twitter será desconsiderado da análise porque apenas traz um resumo e o link da postagem para o Facebook, fazendo um redirecionamento, ou traz o link para o áudio no MixCloud ou no SoundCloud.

Para efeito de facilitar a análise, a quantidade de postagens será dividida por *fan page* e por data:

Tabela 06 - Rádio Ponto UFSC – www.facebook.com/radiopontoufsc.

Dia da semana	Quarta (24)	Quinta (25)	Sexta (26)	Segunda (29)	Terça (30)
Quantidade de posts	Zero	Zero	Zero	Zero	13

Fonte: Produzido pela autora.

Tabela 07 - Programa Ponto Digital – www.facebook.com/programapontodigital.

Dia da semana	Quarta (24)	Quinta (25)	Sexta (26)	Segunda (29)	Terça (30)
Quantidade de posts	1	4	Zero	Zero	1

Fonte: Produzido pela autora.

Tabela 08 - Programa Sou Cidade – www.facebook.com/SouCidade.

Dia da semana	Quarta (24)	Quinta (25)	Sexta (26)	Segunda (29)	Terça (30)
Quantidade de posts	Zero	1	Zero	Zero	Zero

Fonte: Produzido pela autora.

Tabela 09 - Núcleo Lança Perfume – www.facebook.com/programalancaperfume.

Dia da semana	Quarta (24)	Quinta (25)	Sexta (26)	Segunda (29)	Terça (30)
Quantidade de posts	Zero	Zero	Zero	Zero	Zero

Fonte: Produzido pela autora.

Tabela 10 - Núcleo Radiojornalismo Esportivo – www.facebook.com/jornalismoesportivoufsc.

Dia da semana	Quarta (24)	Quinta (25)	Sexta (26)	Segunda (29)	Terça (30)
Quantidade de posts	Zero	Zero	1	Zero	1

Fonte: Produzido pela autora.

Além das postagens apresentadas anteriormente, na *fan page* da Rádio Ponto houve três publicações em 27 de setembro de 2014, sábado da semana de acompanhamento, e na página do núcleo Lança Perfume há uma postagem no mesmo dia. No primeiro caso, os posts estavam lembrando os internautas e convidando-os a acompanhar a programação especial de 15 anos da Rádio Ponto. Na segunda situação foi a chamada para a edição sobre o Dia Nacional dos Surdos do TJ UFSC, telejornal produzido pelo curso de Jornalismo da Universidade. O texto lembrou que o assunto foi tema do primeiro Lança Perfume do semestre.

Voltando aos posts publicados nos dias em que houve acompanhamento, a interação deu-se da seguinte forma (categorizando-se por página do Facebook):

Tabela 11 - Rádio Ponto UFSC – www.facebook.com/radiopontoufsc.

Data	Assunto	Interação
30	Chamada para a programação especial de aniversário.	Dezoito curtidas. Nenhum comentário ou compartilhamento.
30	Chamada para a programação especial de aniversário.	Uma curtida. Nenhum comentário ou compartilhamento.
30	Chamada para a programação especial de aniversário.	Nenhuma interação.
30	Chamada para o programa “Salve, Salve as Rainhas do Rádio”.	Nenhuma interação.
30	Chamada para os programas “A importância da Comunicação no Meio Rural” e “Rádio dos Pampas”.	Nenhuma interação.
30	Chamada para o programa “Radiojornal Sem Censura”.	Nenhuma interação.
30	Chamada para a “Entrevista 12h30”.	Um comentário realizado pela própria <i>fan page</i> .
30	Chamada para a programação especial de aniversário.	Duas curtidas. Nenhum comentário ou compartilhamento.
30	Chamada para “A Grande Jornada Esportiva Histórica”.	Duas curtidas.
30	Promoção para sorteio de um brinde entre os ouvintes.	Nenhuma interação.
30	Chamada para a programação especial de aniversário.	Uma curtida. Nenhum comentário ou compartilhamento.
30	Informação sobre a mudança da programação devido ao fechamento da UFSC às 18h.	Doze curtidas e um compartilhamento. Nenhum comentário.
30	Áudio da “Entrevista 12h30”.	Onze curtidas e cinco compartilhamentos. Nenhum comentário.

Fonte: produzido pela autora.

Tabela 12 - Programa Ponto Digital – www.facebook.com/programapontodigital.

Data	Assunto	Interação
24	Chamada para o vídeo e o programa da semana.	Quinze curtidas. Nenhum comentário ou compartilhamento.
25	Chamada em vídeo para o programa da semana.	Onze curtidas e um compartilhamento. Nenhum comentário.
25	Chamada para o programa da semana com fotos.	Quatorze curtidas, um comentário e um compartilhamento.
25	Link do site para o programa ao vivo.	Oito curtidas. Nenhum comentário ou compartilhamento.
25	Link do SoundCloud para audição <i>on demand</i> do programa da semana.	Vinte e uma curtidas, um comentário e um compartilhamento.
30	Post sobre o fim do Orkut.	Treze curtidas.

Fonte: produzido pela autora.

Tabela 13 - Programa Sou Cidade – www.facebook.com/SouCidade.

Data	Assunto	Interação
25	Link do SoundCloud para audição <i>on demand</i> do programa da semana.	Onze curtidas, dois comentários e um compartilhamento.

Fonte: produzido pela autora.

Tabela 14 - Núcleo Radiojornalismo Esportivo – www.facebook.com/jornalismoesportivoufsc.

Data	Assunto	Interação
26	Link do SoundCloud para audição do <i>on demand</i> do programa Ponto de Encontro da semana.	Sete curtidas. Nenhum comentário ou compartilhamento.
25	Fotos durante a transmissão da “Grande Jornada Vinte e três curtidas e um Histórico” durante a programação especial de aniversário.	dois e um compartilhamento. Nenhum comentário.

Fonte: produzido pela autora.

A *fan page* do núcleo Lança Perfume não contou com interação porque não publicou posts nos dias verificados durante o acompanhamento. No período analisado, foram postadas duas matérias no site, sendo uma sobre a reforma da Rádio Ponto e outra sobre a programação de aniversário de 15 anos da webemissora.

O número de curtidores de cada *fan page* é 926 para o Radiojornalismo Esportivo UFSC, 884 para a Rádio Ponto UFSC, 387 para o Lança Perfume, 213 para o Ponto Digital e 177 para o Sou Cidade. De todas as páginas no Facebook, os posts com mais interação foram o que

apresentou as fotos durante a transmissão da Grande Jornada Histórica durante a programação de 15 anos da webradio, com 23 curtidas e um compartilhamento; e o link do SoundCloud para audição *on demand* do programa Ponto Digital da semana, que conquistou 21 curtidas, um comentário e um compartilhamento. Em relação ao total de seguidores da *fan page*, a transmissão da Grande Jornada Histórica obteve um percentual de 2,48% de curtidas e 0,1% de compartilhamentos. Já o post do Ponto Digital chegou a uma porcentagem de 9,85% de curtidas, 0,46% de comentários e 0,46% de compartilhamentos. Verificando o percentual e comparando com o estudo da Simplify360 (que demonstrou que, a cada um milhão de fãs, a *fan page* tem, em média, 826 curtidas e 309 comentários por postagem, o que alcança o percentual de 0,08% por post), as postagens tiveram interação acima da média.

4.7 Análise

O objetivo principal da Rádio Ponto é ser uma emissora com caráter laboratorial. Segundo um dos professores coordenadores, Eduardo Meditsch, a grande contribuição da criação da webemissora é a divulgação do material produzido em sala de aula e a aproximação do mundo acadêmico com o profissional. O professor também ressalta que o modelo atual ainda pode sofrer adequações para que as experimentações de uma rádio laboratorial ganhem mais espaço.

“Sempre quando se discute o que deve ser a Rádio Ponto há uma divisão de opiniões, se ela deve imitar uma rádio real, uma rádio profissional, ou se ela deve ser uma rádio mais experimental, que exista uma maior tolerância, invenção, imaginação, que se experimentem coisas diferentes. Eu acho que o ideal é que ela conseguisse as duas coisas, mas em fases diferentes da educação dos alunos. Eu acho que no começo tem que se aproximar o máximo possível do que é real, para numa segunda fase a gente conseguir criar alguma coisa nova. Porque não adianta querer criar alguma coisa da realidade sem ter uma base real, porque essa coisa vai ficar muito distante da realidade e não vai ter aplicação na realidade” (Informação verbal)²⁷.

A professora Valci Zuculoto, que também é coordenadora da Rádio

²⁷ Informação retirada da Entrevista 05 concedida por MEDITSCH, Eduardo. [4 jul. 2013]. Entrevistadora: Fabíola Thibes. Florianópolis – SC. Arquivo do documento transcrito no apêndice 05 da dissertação.

Ponto, também destaca que a similaridade em relação ao mercado de trabalho é um ponto positivo e que, inclusive, existe um pedido dos próprios alunos para que essa lógica de ensino seja aplicada.

“[...] os alunos de jornalismo reclamam muito: ‘ah, nós temos que ter contato com o jornalismo diário, como é que é, temos que fazer o jornalismo diário, como é mesmo no mercado, como é uma emissora de rádio, como é trabalhar numa emissora de rádio, numa emissora de TV, como é trabalhar num jornal, numa revista, na produção de um site jornalístico, como é esse dia a dia’. Então, a Rádio Ponto dá essa oportunidade para eles. [...] aqui eles estão sob uma supervisão constante. É claro que a supervisão não se dá cotidianamente, de hora em hora, em cada programa. Então, a gente está reproduzindo aqui como é que eles podem trabalhar numa emissora de rádio” (Informação verbal)²⁸.

No entanto, professores e alunos concordam que ainda existem pontos a serem modificados na rotina produtiva da webemissora, tanto com relação à definição de público, pautas, quanto com os elementos que podem ser utilizados por uma webrádio. O professor Eduardo Meditsch relata que a Rádio Ponto não possui uma definição de público, além de a audiência não ser permanente, o que impacta diretamente no *feedback* dos ouvintes²⁹.

Já os alunos relataram em entrevistas que existem dificuldades principalmente com relação ao site da Rádio Ponto. Na semana em que foi realizado o acompanhamento houve várias discussões sobre uma possível remodelação do site. Estudantes e bolsistas destacavam que seria interessante utilizar uma plataforma mais simples e, inclusive, houve um movimento para criar um novo layout no Wordpress para apresentar aos professores coordenadores.

“A gente está criando em outra plataforma [...], no Wordpress, que ele tem uma usabilidade melhor, tem layouts mais novos, mais modernos, a iconicidade dele é melhor. É mais fácil de mexer para os bolsistas, porque não é todo bolsista que é programador em potencial. [...] Então, a nossa ideia é criar realmente uma

²⁸ Informação retirada da Entrevista 06 concedida por ZUCULOTO, Valci. [3 jul. 2013]. Entrevistadora: Fabíola Thibes. Florianópolis – SC. Arquivo do documento transcrito no apêndice 06 da dissertação.

²⁹ Informação retirada da Entrevista 05 concedida por MEDITSCH, Eduardo. [4 jul. 2013]. Entrevistadora: Fabíola Thibes. Florianópolis – SC. Arquivo do documento transcrito no apêndice 05 da dissertação.

plataforma que seja mais fácil, porque acabava que só alguns bolsistas lidavam com o site da Rádio. [...] Então, a gente achou melhor fazer algo mais simples e que, ao mesmo tempo, tivesse uma iconicidade melhor para quem acessar, um rádio mais bonito, porque a gente sabe que, na internet, um site mais organizado chama muito mais atenção. Um site mal organizado, um site que não tem responsividade é raro o internauta voltar [...]. Acho que isso agrega um aspecto positivo [...]” (Informação verbal)³⁰.

Já o entrevistado 07 ressalta que a grande dificuldade da Rádio Ponto atualmente é o site.

“O site é um problema. [...] O site é um site que visualmente tem extremas dificuldades, não é acessível, as pessoas não lembram dele para entrar. Ele é uma plataforma muito antiga; então, várias ferramentas que a gente poderia agregar, até para melhorar a qualidade do jornalismo, a gente não consegue” (Informação verbal)³¹

No entanto, a observação da rotina produtiva e os dados de atualização das redes sociais e do site demonstram que as *fan pages* do Facebook possuem mais atenção por parte dos alunos. Conforme relatado anteriormente, tanto as redes sociais quanto o site são atualizados pelos próprios estudantes. Na semana analisada, o site estava com problemas de postagem. Porém a observação de posts mais antigos do site mostram que a página já não era atualizada com frequência antes mesmo de o problema surgir. Já as redes sociais, especialmente dos programas da disciplina e do núcleo de Radiojornalismo Esportivo, possuem postagens quase que diariamente. Percebe-se, então, uma substituição do uso do site pelas redes sociais, o que transforma o site num local reservado para a manutenção do acervo de programas da Rádio Ponto e para a transmissão do *streaming*.

No tocante à atualização do site, na semana de acompanhamento foram postadas apenas duas matérias. No início do período analisado, o site estava com problema e não era possível inserir novos conteúdos. Isso ocorreu porque a plataforma do site estava com a memória cheia e não era

³⁰ Informação retirada da Entrevista 13 concedida por ENTREVISTADO 13. [26 set. 2014]. Entrevistadora: Fabíola Thibes. Florianópolis – SC. Arquivo do documento transcrito no apêndice 13 da dissertação.

³¹ Informação retirada da Entrevista 07 concedida por ENTREVISTADO 07. [26 set. 2014]. Entrevistadora: Fabíola Thibes. Florianópolis – SC. Arquivo do documento transcrito no apêndice 07 da dissertação.

admissível postar novos conteúdos nem remover antigos, devido a questões de login administrador. A situação foi parcialmente resolvida no segundo dia de acompanhamento com a edição dos conteúdos antigos, o que fazia com que novas produções pudessem ser postadas. Porém, mesmo antes de este problema acontecer e depois de ser resolvido, o site continuou tendo pouca frequência de atualização. Além disso, há um grande problema com relação às postagens no site da Rádio Ponto, porque a maioria das matérias não possui data de postagem, o que impede o usuário de saber quais são os assuntos mais recentes.

A falta de frequência de atualização do site também é verificada na *fan page* da Rádio Ponto no Facebook. As outras redes sociais, dos núcleos e dos programas das disciplinas, são mais atualizadas e possuem mais interação se comparadas à *fan page* oficial da webemissora. Um dos motivos que levaram a esse resultado pode ser advindo do fato de que as 13 publicações da *fan page* da Rádio Ponto foram postadas no mesmo dia e sobre um mesmo tema: aniversário de 15 anos da webemissora. É importante ressaltar que a publicação de muitos posts em apenas um dia faz com que a atualização seja distribuída no *feed* de notícias de menor número de curtidores da *fan page* e, conseqüentemente, visualizada por menos pessoas (devido aos critérios utilizados pelo Facebook). O recomendado pelos analistas em social media é que sejam publicados no máximo três postagens por dia (o ideal é inserir apenas um ou dois posts).

Os perfis dos programas e núcleos tiveram mais interação possivelmente por trazerem assuntos diferenciados e postarem com mais frequência, com exceção da *fan page* do núcleo Lança Perfume, que não contou com nenhuma postagem durante os dias em que houve o acompanhamento na webemissora, provavelmente devido à produção de programas para a programação de aniversário da Rádio Ponto. Além disso, todos os áudios são hospedados no SoundCloud ou no MixCloud e postados nas redes sociais, o que demonstra que o site é secundário na visão dos alunos. Isso é confirmado nas entrevistas, porque os estudantes entrevistados sempre focam na atualização das redes sociais e não do site. Um exemplo é o entrevistado 11, que afirma que “enquanto as meninas [do Lança Perfume] estão aqui presenciando, tem gente nas redes sociais, atualizando e botando fotos [...]. Então, tem esse acompanhamento, tanto no Lança Perfume quanto no programa da disciplina [de rádio]³²”.

³² Informação retirada da Entrevista 11 concedida por ENTREVISTADO 11. [9 jul. 2013]. Entrevistadora: Fabíola Thibes. Florianópolis – SC. Arquivo do documento transcrito no apêndice 11 da dissertação.

Esta questão pode estar relacionada ao fato de as produções e programas da Rádio Ponto serem pensados a partir da lógica da rotina produtiva de uma emissora hertziana com presença na internet. Todos os entrevistados, alunos e professores, concordaram que a Rádio Ponto é um espaço de ensino e aproximação com o mercado de trabalho, mas que deixa de lado o quesito da convergência jornalística. O entrevistado 09 relata que “o que a gente produz aqui não é para uma webradio, é para uma rádio convencional mesmo, até porque a gente não tem ainda uma ideia do suporte de interatividade que a gente pode ter com o ouvinte”³³. Já a professora coordenadora Valci Zuculoto afirma que a Rádio Ponto “na verdade, ela é uma webradio, mas ela ainda se constrói muito como uma rádio tradicional”³⁴.

Estes relatos podem ser observados no site e na rotina produtiva da webemissora, já que poucos elementos imagéticos e textuais são utilizados. Basicamente, as matérias possuem foto e o único vídeo transmitido é durante os programas ao vivo. O site também possui algumas limitações, como o fato de não apresentar a data em todos os posts, o que dificulta o entendimento do internauta sobre quais são os assuntos mais recentes.

Outro problema do site é o botão Pesquisar, que dificulta a busca por data. Também há um problema de usabilidade quando se tenta baixar o arquivo de áudio. Dependendo do navegador, o ouvinte-internauta tem dificuldades para baixar o arquivo, porque as opções variam caso o usuário opte por utilizar o Internet Explorer, o Google Chrome ou o Mozilla Firefox. Nas informações de contato, a Rádio Ponto disponibiliza endereço, e-mail e telefone, mas não é possível enviar perguntas por meio de formulário eletrônico. O player, um dos principais elementos do site de uma webradio, localiza-se no final da página, após a imagem e o texto. Se uma das características das webrádios é a primazia da sonoridade, o player deveria estar bem visível para os ouvintes-internautas. Da forma apresentada nos sites durante as semanas de acompanhamento, o usuário pode ter que *dar um scroll* para ver o player e poder escutar a matéria. Este não só é um problema de usabilidade como também é uma falha quando se pensa nas características do meio de comunicação.

Assim, este capítulo trouxe informações sobre a rotina produtiva e

³³ Informação retirada da Entrevista 09 concedida por ENTREVISTADO 09. [9 jul. 2013]. Entrevistadora: Fabíola Thibes. Florianópolis – SC. Arquivo do documento transcrito no apêndice 09 da dissertação.

³⁴ Informação retirada da Entrevista 06 concedida por ZUCULOTO, Valci. [3 jul. 2013]. Entrevistadora: Fabíola Thibes. Florianópolis – SC. Arquivo do documento transcrito no apêndice 06 da dissertação.

a programação da Rádio Ponto. Verificou-se que o site é menos atualizado do que as redes sociais e, das cinco *fan pages* existentes, as que possuem maior número de postagens são os perfis dos programas das disciplinas e a página do Radijornalismo Esportivo no Facebook. Existe, portanto, uma indicação de que os estudantes substituem a atualização do site pelas postagens nas redes sociais, utilizando a Rádio Ponto como um veículo para a transmissão de suas produções dos núcleos. De toda a forma, a webemissora cumpre seu papel de ser uma rádio laboratorial, com o objetivo de ensinar alunos do curso de Jornalismo da UFSC.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

O ponto de partida desta pesquisa foi calcado na observação das webrádios, emissoras que transmitem seus conteúdos exclusivamente pela internet. Conforme abordado em capítulos anteriores, as webrádios existem no Brasil desde 1998 e, neste período, vêm se firmando como um novo canal de comunicação com os ouvintes-internautas. Apesar de terem similaridades com as rádios hertzianas com ou sem presença na internet (como o fato de manterem o imediatismo, a instantaneidade, de terem o elemento sonoro como o principal, etc), as webemissoras também possuem diferenças, como o fato de permitirem o uso de elementos imagéticos e textuais para o complemento da informação radiofônica. Diante deste contexto, é inegável que existem mudanças na rotina produtiva das redações, bem como no discurso radiofônico.

A partir disso, esta pesquisa buscou analisar a rotina produtiva das webrádios catarinenses Rádio Ponto e Rádio AL, com o intuito de descrever como é o processo de *newsmaking* dessas webemissoras e se há diferenças em relação às rádios hertzianas com presença na internet. Sendo assim, o primeiro capítulo desta pesquisa revisitou a teoria e a história do rádio, apresentando os tipos de emissoras e as etapas pelas quais rádios públicas e comerciais passaram em mais de 90 anos de história. Também foram discutidas informações relativas ao rádio informativo, abordando a linguagem radiofônica e revisitando os gêneros e formatos radiofônicos.

O capítulo 02 abordou as webrádios no contexto da convergência. A convergência está presente em diversos campos, impactando também no jornalismo. Por isso, foi destacado o conceito de convergência jornalística, entendido nesta pesquisa como sendo um processo amplo, que afeta a produção de conteúdo, integra meios distintos, reorganiza as redações, etc. O mesmo capítulo também trouxe informações sobre a interatividade e as redes sociais, demonstrando como isso impacta a produção jornalística e radiofônica. Por fim, abrangeu-se a especificidade das webrádios, caracterizando o que são as webemissoras, como surgiram e quais suas diferenças em relação às rádios tradicionais. O último item trata do rádio digital hertziano, ainda não implementado no Brasil, e destaca que as webrádios são uma boa alternativa para o rádio digital hertziano.

Os capítulos 03 e 04 são de descrição e análise das webrádios Rádio Ponto e Rádio AL, objetos empíricos da pesquisa. Foi apresentada a história das webemissoras, a estrutura, os profissionais, a rotina produtiva, a programação, as redes sociais e o site e uma análise prévia sobre cada uma

das rádios. As informações foram obtidas por meio de observação não participante, entrevistas abertas e análise da programação.

Comparando com os dados e observações realizadas nas duas webrádios analisadas, percebe-se que, em nível técnico, ambas as emissoras podem ser consideradas webrádios, porque possuem transmissão exclusivamente pela internet, utilizam textos e imagens nos sites e nas redes sociais e o áudio continua sendo o elemento principal, porque, sem ouvir a matéria, não é possível entender o contexto da matéria postada. Por outro lado, os respectivos players não são o elemento principal das páginas do site, o que vai de encontro à conceituação aqui apresentada. Porém a convergência jornalística não é efetivamente explorada, porque ambas as webemissoras possuem problemas com relação ao site e às redes sociais.

Assim, a pesquisadora chegou à conclusão que a exploração das potencialidades em termos de discurso radiofônico nas emissoras estudadas são limitadas e restringem-se ao modelo já propagado pelas emissoras tradicionais com presença na internet. Por isso, as webrádios estudadas apenas reproduzem o modelo atual. Este resultado já era esperado, uma vez que, como pôde ser verificado nos capítulos 03 e 04, os entrevistados de ambas as emissoras relataram que não há uma grande preocupação com os conteúdos no tocante ao fato de as emissoras serem webrádios, sendo que esta delimitação é, na maioria das vezes, ignorada pelos profissionais e estudantes que produzem as matérias para as rádios.

Sendo assim, com relação aos sites, pode-se concluir que as páginas web da Rádio Ponto e da Rádio AL cumprem os requisitos básicos das webrádios, mas não trazem inovações e nem alteram os tipos de conteúdos apresentados.

Avaliando as redes sociais, a Rádio Ponto é muito mais eficaz e criativa, utilizando-se de mais elementos se comparado à *fan page* da Rádio AL. Os posts da Rádio Ponto, em sua maioria, trazem texto e imagem, mas, em muitas situações, também contam com a disponibilização do áudio de determinado programa e até mesmo com um vídeo convidando os ouvintes-internautas a ouvirem o programa. Na Rádio AL, utilizam-se apenas fotografias e imagens, o que deixa o conteúdo mais empobrecido e com nível de convergência jornalística menor. Além disso, em todas as *fan pages*, as cinco da Rádio Ponto e a da Alesc (representativa da Rádio AL), não há preocupação relativa a posts patrocinados (ou seja, investimento em dinheiro em determinados posts para que a *fan page* obtenha mais curtidores). Isso limita o alcance das páginas, já que existe uma política do próprio Facebook para que os posts orgânicos (ou seja, sem investimentos) tenham visualização somente de uma parcela dos curtidores da *fan page*.

Enquanto isso, os posts patrocinados atingem mais curtidores e também são publicados na *timeline* de outros usuários da rede social que podem ter interesse naquela página (por morarem na mesma cidade, terem interesses comuns, porque amigos curtiram a *fan page*, etc).

Portanto, chega-se à conclusão de que não há muito conhecimento sobre o gerenciamento de redes sociais, tanto por parte dos alunos da Rádio Ponto quanto por parte dos profissionais da equipe de redes sociais da Alesc. Porém a Rádio Ponto possui *fan pages* mais atrativas e com mais elementos e isso impacta na interação dos internautas, conforme demonstrado anteriormente.

Já quando o quesito de avaliação é a rotina produtiva, o que mais chamou a atenção da pesquisadora foram as reuniões de pauta. Na Rádio Ponto, este procedimento é realizado, mesmo que seja por meio de e-mail ou de grupos no Facebook. Apesar de não ser ideal, existe algum tipo de discussão sobre os assuntos a serem tratados nos programas. A reunião de pauta é melhor estabelecida nos programas das disciplinas, em que há acompanhamento dos professores coordenadores.

Outro ponto importante a ser ressaltado é o fato de os envolvidos em ambas as estações não se preocuparem com o fato de trabalharem/serem voluntários numa webradio e não numa emissora tradicional. Esta situação foi confirmada em entrevistas por alunos e profissionais, conforme apresentado nos dois capítulos de análise das webemissoras. Portanto, fica claro que as potencialidades de discurso em convergência não são exploradas em sua totalidade.

Além disso, a questão do público em ambas as emissoras é um ponto de interrogação, porque não há definição alguma neste sentido. Tanto o coordenador da Rádio AL quanto o professor Eduardo Meditsch, coordenador da Rádio Ponto, destacaram que as webemissoras não têm público, o que dificulta a montagem da grade de programação, a definição de temas dos programas, o tipo de abordagem a ser realizada, etc. Apenas a coordenadora da Rádio Ponto, Valci Zuculoto, acredita que há um público definido, que são os próprios estudantes do curso de Jornalismo da UFSC.

É importante lembrar que a Rádio Ponto é uma emissora laboratorial, enquanto que a Rádio AL encaixa-se no conceito de “mídia das fontes”. Ou seja, enquanto que o objetivo principal da webemissora da UFSC é ser um espaço de divulgação do material produzido em sala de aula e oferecer um canal para a experimentação dos alunos nos núcleos Radiojornalismo Esportivo e Lança Perfume, as matérias da Rádio AL servem para divulgar os atos oficiais da Assembleia Legislativa de Santa Catarina, sendo um serviço de assessoria de imprensa. Esta diferença é

fundamental na rotina produtiva das webemissoras.

No caso da Rádio Ponto, identifica-se que ela cumpre seu papel, sendo uma rádio laboratório que forma estudantes para o mercado de trabalho. No entanto, poderia ser melhor explorada quanto a inovações no discurso radiofônico, já que os alunos apenas reproduzem o que já é realizado em emissoras hertzianas com presença na internet. Uma alternativa seria atentar mais para o site e não substituí-lo pelas redes sociais. Apesar de existir um projeto dos estudantes para a reformulação do site e para criá-lo numa plataforma que suporte mais *plugins* e elementos que poderiam ajudar na inovação da linguagem, no momento em que a pesquisa foi realizada não havia nada efetivado. Já na Rádio AL, fica claro que o funcionamento da emissora fica em segundo lugar, sendo que o principal serviço é o de radioagência, mantendo o seu papel de “mídia das fontes”.

Além disso, percebe-se que, nas duas webrádios, existe algum nível de convergência jornalística, porque elas não são calcadas somente nos elementos sonoros. Porém a convergência conforme destacada nesta pesquisa não é efetivada e ainda há um longo percurso para que isto ocorra, tanto no tocante a mudanças de discurso radiofônico quanto à exploração da utilização de plataformas (como sites e redes sociais). Os elementos sonoros são mais importantes e fundamentais para o entendimento do assunto, mas os players não são destaques nos sites, o que demonstra certa incoerência na estrutura das *webpages*. Portanto, a hipótese apresentada na introdução desta dissertação foi confirmada.

Importante também ressaltar que a análise dessas duas webemissoras demonstra que elas estão ainda longe de representar um complemento efetivo ou alternativo à oferta das emissoras radiojornalísticas tradicionais. A ausência de estrutura de produção e continuidade de programação que garantam a fidelidade de um público efetivo e os objetivos principais das emissoras (de fonte num caso, laboratorial no outro) que se sobrepõem ao de informar a população sobre temas relevantes e interessantes, demonstram que a pluralização de vozes e de emissores disponibilizada pela tecnologia é capaz de atender algumas necessidades novas e proporcionar usos antes impensáveis, mas não garante por si só o cumprimento da promessa de um melhor atendimento às necessidades informativas da população, pelo menos do que dependa de uma base de jornalismo profissional.

Esta pesquisa ainda é limitada e estudos posteriores poderão abordar outros vieses. É possível realizar uma análise de conteúdo, tanto sonoro quanto imagético e textual para confirmar todos os elementos

utilizados; fazer um trabalho de aplicação prática com sugestões para a ampliação da efetivação da convergência jornalística; focar a análise em melhorias de usabilidade para o site; fazer uma abordagem qualitativa no tocante ao sonoro; etc. Isto posto, este estudo pretendeu ser uma pequena contribuição para o para o estudo do radiojornalismo na era da convergência. O intuito é que esta pesquisa possa servir como auxílio e indicação para outros trabalhos da área. Por isso, não foram apresentadas proposições acabadas e sim reflexões e questionamentos para possíveis aplicações e aprimoramentos futuros dentro dos estudos do radiojornalismo.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

AGUADO, Juan Miguel; FEIJÓO, Claudio; MARTÍNEZ, Inmaculada J. Contenidos Digitales y Comunicación Móvil: hacia la transformación de internet. **Revista Científica de la Asociación Mexicana de Derecho a la Información**, n. 3, p. 1-15, set/dez, 2011.

ANDRELO, Roseane; MANTOVANI E SOUZA, Thalita M. M.; MONTRESOL, Eliane C. R. e STIPP, Sílvia B. C. **O Rádio na Educação à Distância**. 1ª Jornada Científica de Comunicação Social da Universidade Sagrado Coração (USC). 27 a 29 de agosto de 2009. Disponível em: <http://www.observatoriodaimprensa.com.br/news/view/ed677_o_radio_na_educacao_a_distancia>. Acesso em: 04 mar. 2014.

ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE EMISSORAS DE RÁDIO E TELEVISÃO (ABERT). **Rádio aposta na internet e na convergência para crescer**. Brasília, 12 out. 2012. Disponível em <<http://www.abert.org.br/site/index.php?noticias/todas-noticias/radio-aposta-na-internet-e-na-convergencia-para-crescer.html>>. Acesso em: 13 jan. 2013.

BALDESSAR, Maria José. **A mudança anunciada**: o cotidiano dos jornalistas com o computador na redação. Florianópolis: Insular, 2003.

BANDA larga no Brasil é a 2ª mais cara entre 15 países, diz pesquisa. **Portal UOL**. São Paulo, 14 maio 2013. Disponível em <<http://economia.uol.com.br/noticias/redacao/2013/05/14/banda-larga-no-brasil-e-a-2-mais-cara-entre-15-paises-diz-pesquisa.htm>>. Acesso em: 28 set. 2014.

BANKS, Alex. **2014 Brazil Digital Future in Focus**: Revisão de 2013 & Insights para 2014. ComScore, [S.l], 2013. 62 slides, color. Disponível em <http://www.brainstorm9.com.br/wp-content/uploads/2014/05/2014_Brazil_Digital_Future_in_Focus_PT.pdf>. Acesso em: 26 out. 2014.

BARBOSA FILHO, André; CASTRO, Cosette; TOME, Takashi (Orgs.). **Mídias Digitais**: convergência tecnológica e inclusão social. São Paulo: Paulinas, 2005.

BARBOSA, Suzana. Jornalismo Digital em Base de Dados (JDBD) em Interação com a Convergência Jornalística. **Revista Textual & Visual Media**, n. 1, p. 87-106, jan/dez, 2008.

_____. Jornalismo convergente e continuum multimídia na quinta geração do jornalismo nas redes digitais. *In*: CANAVILHAS, João (Org.). **Notícias e Mobilidade**: jornalismo na era dos dispositivos móveis. Covilhã/Portugal: Livros Labcom, 2013.

BAUMWORCEL, Ana. Armand Balsebre e a teoria expressiva do rádio. *In*: XXVIII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação. **Anais eletrônicos...** Rio de Janeiro/RJ, 2005. Disponível em: <<http://www.intercom.org.br/papers/nacionais/2005/resumos/R0837-1.pdf>>. Acesso em 28 set. 2014.

BRAIN, Marshall. **Como funcionam as ondas de rádio**. s/d. Disponível em: <<http://doradioamad.dominiotemporario.com/doc/COMO%20FUNCIONA%20A%20ONDA%20DE%20RADIO.pdf>>. Acesso em: 28 set. 2014.

BUFARAH JUNIOR, Alvaro. O rádio diante das novas tecnologias de comunicação: uma nova forma de gestão. *In*: FERRARETO, Luís; KLÖCKNER, Luciano (Orgs.). **E o rádio?** Novos horizontes midiáticos. Porto Alegre: Edipucrs, 2010. Disponível em: <<http://www.pucrs.br/edipucrs/eoradio.pdf>>. Acesso em: 24 nov. 2014.

CABRAL, Adilson. **Comunicação para o Desenvolvimento: a perspectiva das agências de cooperação internacional**. s/d. Disponível em: <<http://www.comunicacao.pro.br/artcon/comdesenv.htm>>. Acesso em: 22 set. 2014.

CARVALHO, Juliano M. de; PIERANTI, Octavio Penna. Regulação do rádio: princípios e desafios. *In*: MAGNONI, Antônio F.; CARVALHO, Juliano M. de (Orgs.). **O novo rádio**: cenários da radiodifusão na era digital. São Paulo: Editora Senac, 2010.

CHANTLER, Paul; HARRIS, Sim. **Radiojornalismo**. São Paulo: Summus, 1998.

CORDEIRO, Paula. **Rádio e Internet**: novas perspectivas para um velho meio. 2004. Disponível em: <<http://www.bocc.ubi.pt/pag/cordeiro-paula-radio-internet-novas-perspectivas.pdf>>. Acesso em: 14 nov. 2014.

COSTA, Rogério da. **A Cultura Digital**. 3 ed. São Paulo: Publifolha, 2008.

CURY, Lucilene; CAPOBIANCO, Ligia; CYPRIANO, Pelópidas. A cibercultura como uma questão de cultura. *In*: III Simpósio Nacional ABCiber. **Anais...** São Paulo, SP, 2009.

DEL BIANCO, Nélia. E tudo vai mudar quando o Digital chegar. 2003. Disponível em: <<http://www.bocc.ubi.pt/pag/bianco-nelia-radio-digital.pdf>>. Acesso em: 26 nov. 2014.

_____. As forças do passado moldam o futuro. 2008a. Disponível em: <<http://www.bocc.ubi.pt/pag/bianco-nelia-forcas-moldam-o-futuro.pdf>>. Acesso em: 14 nov. 2014.

_____. **A Internet como fator de mudança no jornalismo**. 2008b. Disponível em: <<http://www.bocc.ubi.pt/pag/bianco-nelia-internet-mudanca-jornalismo.pdf>>. Acesso em: 14 nov. 2014.

_____. Promessas de mudanças na programação e na linguagem das emissoras digitalizadas. *In*: MAGNONI, Antônio F.; CARVALHO, Julianio M. de (Orgs.). **O novo rádio**: cenários da radiodifusão na era digital. São Paulo: Editora Senac, 2010.

DOWNIE JR, Leonard; SCHUDSON, Michael. **The Reconstruction of American Journalism**. 2009.

Entrevistada 03. **Entrevista 03**. [28 mar. 2014]. Entrevistadora: Fabíola Thibes. Florianópolis - SC. Arquivo documento transcrito.

Entrevistado 04. **Entrevista 04**. [9 jul. 2013]. Entrevistadora: Fabíola Thibes. Florianópolis – SC. Arquivo do documento transcrito.

Entrevistado 07. **Entrevista 07**. [26 set. 2014]. Entrevistadora: Fabíola Thibes. Florianópolis – SC. Arquivo do documento transcrito.

Entrevistado 08. **Entrevista 08**. [4 jul. 2013]. Entrevistadora: Fabíola

Thibes. Florianópolis – SC. Arquivo do documento transcrito.

Entrevistado 09. **Entrevista 09**. [9 jul. 2013]. Entrevistadora: Fabíola Thibes. Florianópolis – SC. Arquivo do documento transcrito.

Entrevistado 09. **Entrevista 10**. [9 jul. 2013]. Entrevistadora: Fabíola Thibes. Florianópolis – SC. Arquivo do documento transcrito.

Entrevistado 11. **Entrevista 11**. [4 jul. 2013]. Entrevistadora: Fabíola Thibes. Florianópolis – SC. Arquivo do documento transcrito.

Entrevistado 09. **Entrevista 12**. [9 jul. 2013]. Entrevistadora: Fabíola Thibes. Florianópolis – SC. Arquivo do documento transcrito.

Entrevistado 13. **Entrevista 13**. [26 set. 2014]. Entrevistadora: Fabíola Thibes. Florianópolis – SC. Arquivo do documento transcrito.

FERRARETTO, Luiz Artur; KLÖCKNER, Luciano (Orgs.). **E o rádio? Novos horizontes midiáticos**. Porto Alegre: EdiPUCRS, 2010.

FIDALGO, Antônio. O celular como rádio de pilhas na era da Internet. Rádio IP no celular. *In*: BARBOSA, Suzana; MIELNICZUK, Luciana (Orgs.). **Jornalismo e tecnologias móveis**. Covilhã/Portugal: Livros Labcom, 2013.

GIL, Antônio Carlos. **Métodos e Técnicas de Pesquisa Social**. 5ª ed. São Paulo: Editora Atlas, 1999.

GUIMARÃES JÚNIOR, Mário José Lopes. A cibercultura e o surgimento de novas formas de sociabilidade. *In*: II Reunión de Antropologia del Mercosur. **Anais...** Piriápolis, Uruguai, 1997.

HAMANN, Renan. **Anatel atualiza cronograma para implantação da internet 4G no Brasil**. Site Tecmundo. [S.l.] 07 set. 2013. Disponível em <<http://www.tecmundo.com.br/anatel/44620-anatel-atualiza-cronograma-para-implantacao-da-internet-4g-no-brasil.htm>>. Acesso em: 31 ago. 2014.

INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA (IBGE). **PNAD 2013 retrata mercado de trabalho e condições de vida no país**. Rio de Janeiro, 18 set. 2014. Disponível em

<<http://saladeimprensa.ibge.gov.br/noticias?view=noticia&id=1&idnoticia=2722&busca=1&t=pnad-2013-retrata-mercado-trabalho-condicoes-vida-pais>>. Acesso em: 24 out. 2014.

INSTITUTO BRASILEIRO DE OPINIÃO E ESTATÍSTICA (IBOPE). **Consumo da internet pelos jovens brasileiros cresce 50% em dez anos, aponta IBOPE Media**. [S.l], 28 jul. 2014. Disponível em <<http://www.ibope.com.br/pt-br/noticias/Paginas/Consumo-da-internet-pelos-jovens-brasileiros-cresce-50-em-dez-anos-aponta-IBOPE-Media.aspx>>. Acesso em: 30 ago. 2014.

JENSEN, Jens F. 'Interactivity': tracking a new concept in media and communication studies. *In: XIII Nordic Conference on Mass Communication Research. Anais Eletrônicos...* Nordicom Review 1, Editor Ulla Carlsson, 1998. Disponível em: <<http://www.organicode.net/jenson.pdf>>. Acesso em: 26 out. 2014.

KHANAL, Bhupendra. **1 million Facebook fans = 826 likes per post**. Techinasia. [S.l], 17 may 2011. Disponível em: <<http://http://www.techinasia.com/facebook-business-fan-page/>>. Acesso em: 10 ago. 2014.

KLÖCKNER, Luciano. O Repórter Esso e a globalização: a produção de sentido no primeiro noticiário radiofônico mundial. *In: XXIV Congresso Brasileiro de Comunicação. Anais Eletrônicos...* Campo Grande/MS, 2001. Disponível em: <<http://www.intercom.org.br/papers/nacionais/2001/papers/NP6KLOCKNER.PDF>>. Acesso em: 23 ago. 2014.

_____. 40 anos sem o Repórter Esso. *In: VI Congresso Nacional de História da Mídia: 200 anos de mídia no Brasil, historiografia e tendências, Rede Alfredo de Carvalho (Alcar). Anais Eletrônicos...* Niterói/RJ, 2008. Disponível em: <<http://www.ufrgs.br/alcar/encontros-nacionais-1/60-encontro-2008-1/40%20ANOS%20SEM%20O%20REPORTER%20ESSO.pdf>>. Acesso em: 23 ago. 2014.

KOCHHANN, Roscéli; FREIRE, Marcelo; LOPEZ, Debora C. Rádio: convergência tecnológica e a evolução dos dispositivos. *In: VIII Encontro Nacional de História da Mídia. Anais Eletrônicos...* Guarapuava, Paraná,

2011. Disponível em: <<http://www.ufrgs.br/alcar/encontros-nacionais-1/8o-encontro-2011-1/artigos/Radio%20convergencia%20tecnologica%20e%20evolucao%20do%20dispositivos.pdf>>. Acesso em: 13 out. 2014.

LAGE, Nilson. **A reportagem: teoria e técnica da entrevista e pesquisa jornalística**. Rio de Janeiro: Record, 2001.

_____. **Teoria e técnica do texto jornalístico**. Rio de Janeiro: Elsevier, 2005.

LEDFORD, Jerri L. **SEO: otimização para motores de busca – Bíblia**. Trad. Marcelo Santos. Rio de Janeiro: Alfa Books, 2008.

LEMOS, André. **Cibercultura: tecnologia e vida social na cultura contemporânea**. 5 ed. Porto Alegre: Sulina, 2010.

LONGHI, Raquel Ritter; GALVÃO JÚNIOR, Lourival da Cruz. A Rádio Renascença, de Portugal, e sua reconfiguração no jornalismo online. **Revista Lumina**, vol. 8, n. 1, Juiz de Fora, 2014.

LOPES, Cristiano Aguiar. **Regulação das Outorgas de Radiodifusão no Brasil – uma breve análise**. Estudo das Consultorias. Câmara dos Deputados. s/d. Disponível em: <<http://bd.camara.gov.br/bd/handle/bdcamara/5404>>. Acesso em: 17 set. 2014.

LOPEZ, Debora Cristina. **Radiojornalismo hipermediático: tendências e perspectivas do jornalismo de rádio *all news* brasileiro em um contexto de convergência tecnológica**. Covilhã/Portugal: Livros Labcom, 2010.

LOPEZ, Debora Cristina; KOCHHANN, Roscéli. O novo rádio: um estudo sobre a tecnologia da redação em uma emissora comunitária de interior. **Ciberlegenda**, vol. 2, n. 24, Rio de Janeiro, 2011.

MAGNONI, Antônio F.; CARVALHO, Juliano M. de (Orgs.). **O novo rádio: cenários da radiodifusão na era digital**. São Paulo: Editora Senac. São Paulo, 2010.

MCLEISH, Robert. **Produção de rádio: um guia abrangente da produção**

radiofônica. Ed. 2ª. Vol. 62. São Paulo: Summus, 2001.

MEDITSCH, Eduardo. Sete meias-verdades e um lamentável engano que prejudicam o entendimento da linguagem do radiojornalismo na era eletrônica. **Palestra à Licenciatura em Jornalismo da Universidade de Coimbra**. Coimbra: 1995. Disponível em <<http://www.bocc.ubi.pt/pag/meditsch-eduardo-meias-verdades.pdf>>. Acesso em: 14 out. 2014.

_____. **A Nova Era do Rádio**: o discurso do radiojornalismo enquanto produto intelectual eletrônico. 1997. Disponível em: <<http://bocc.ubi.pt/pag/meditsch-eduardo-discurso-radiojornalismo.html>>. Acesso em: 28 set. 2014.

_____. **O Rádio na Era da Informação**: teoria e técnica do novo radiojornalismo. Ed. 2ª. Florianópolis: Insular, 2007.

_____. A informação sonora na webemergência: sobre as possibilidades de um radiojornalismo digital na mídia e pós-mídia. In: MAGNONI, Antônio F.; CARVALHO, Juliano M. de. **O novo rádio**: cenários da radiodifusão na era digital. São Paulo: Editora Senac. São Paulo, 2010.

_____. **Entrevista 05**. [4 jul. 2013]. Entrevistadora: Fabíola Thibes. Florianópolis – SC. Arquivo do documento transcrito.

MEDITSCH, Eduardo; RIBEIRO, Ângelo. **O futuro no passado**: o rádio e a TV digitais na contramão da *webemergência*. s/d. Disponível em: <<http://www.bocc.ubi.pt/pag/meditsch-eduardo-futuro-no-passado.pdf>>. Acesso em: 28 set. 2014.

MENAU, Eric. **Em quais horários e frequência devo postar nas redes sociais?**. Esauce Marketing & Tecnologia. Joinville, 16 maio 2014. Disponível em: <<http://www.esauce.com.br/em-quais-horarios-e-frequencias-devo-postar-nas-redes-sociais/>>. Acesso em: 16 nov. 2014

MOTA, Regina; TOME, Takashi. Uma nova onda no ar. In: BARBOSA FILHO, André; CASTRO, Cosette; TOME, Takashi (Orgs.). **Mídias Digitais**: convergência tecnológica e inclusão social. São Paulo: Paulinas, 2005.

NETFLIX. **The ISP Speed Index from Netflix**. [S.l.], out.2014. Disponível em: <<http://ispspeedindex.netflix.com/>>. Acesso em: 28 set. 2014.

NEUBERGER, Rachel Severo Alves. **O Rádio na Era da Convergência das Mídias**. Cruz das Almas/BA: Ed. UFRB, 2012.

OLIVEIRA, Silvana A. Guietti de; COSTA, Maria Luisa Furlan. Roquette-Pinto: o caráter educativo do rádio. *In: Seminário de Pesquisa do Programa de Pós-Graduação em Educação (PPE) da Universidade Estadual de Maringá (UEM). Anais eletrônicos...* Maringá, Paraná. 07 a 09 de maio de 2012. Disponível em: <http://www.ppe.uem.br/publicacoes/seminario_ppe_2012/trabalhos/co_03/067.pdf>. Acesso em: 03 mar. 2014.

PRADO, Magaly. **História do Rádio no Brasil**. São Paulo: Editora da Boa Prosa, 2012.

_____. **Webjornalismo**. Rio de Janeiro: LTC, 2011.

PRATA, Nair. Webradio: novos gêneros, novas formas de interação. *In: XXXI Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação. Anais eletrônicos...* Natal/RN, 2008. Disponível em <http://www.ufrgs.br/estudioderadio/wp-admin/textos/webradio_novos_generos.pdf>. Acesso em: 28 set. 2014.

_____. **WEBradio: novos gêneros, novas formas de interação**. Florianópolis: Insular, 2009.

PRIMO, Alex. **Enfoques e desfoques no estudo da interação mediada por computador**. Ciberpesquisa, n. 45, Bahia, 2005a. Disponível em: <http://www.facom.ufba.br/ciberpesquisa/404nOtF0und/404_45.htm>. Acesso em: 26 out. 2014.

_____. Para além da emissão sonora: as interações no podcasting. *In: VIII Seminário Internacional de Comunicação – mediações tecnológicas e a reinvenção do sujeito. Anais Eletrônicos...* Porto Alegre/RS, 2005b. Disponível em: <<http://pt.slideshare.net/AlexPrimo/para-alm-da-emisso-sonora-as-interaes-no-podcasting>>. Acesso em: 26 out. 2014.

_____. Transformações no jornalismo em rede: sobre pessoas comuns, jornalistas e organizações; blogs, Twitter, Facebook e Flipboard. **Intexto**, v.

02, n. 25, dez. 2011.

RECUERO, Raquel da Cunha. Redes sociais na internet: considerações iniciais. **E Compós**, v. 02, 2005. Disponível em: <<http://www.bocc.ubi.pt/pag/recuero-raquel-redes-sociais-na-internet.pdf>>. Acesso em: 26 out. 2014.

_____. **Redes sociais na internet**. Porto Alegre: Sulina, 2009. Disponível em: <<http://www.ichca.ufal.br/graduacao/biblioteconomia/v1/wp-content/uploads/redessociaisnainternetrecuero.pdf>>. Acesso em: 24 nov. 2014

_____. “Deu no Twitter, alguém confirma?” Funções do Jornalismo na Era das Redes Sociais. *In*: 9º Encontro Nacional de Pesquisadores em Jornalismo. **Anais Eletrônicos...** Rio de Janeiro/RJ, 2011. Disponível em: <<http://www.raquelrecuero.com/arquivos/sbpjorrecuero.pdf>>. Acesso em: 21 nov. 2014.

ROCHA, Eduardo. **Entrevista 02**. [25 mar. 2014]. Entrevistadora: Fabíola Thibes. Florianópolis - SC. Arquivo documento transcrito.

SACONI, Rose. No ar, o Repórter Esso. **O Estado de S. Paulo**. São Paulo, 28 ago. 2011, Arquivo Estado. Disponível em <<http://blogs.estadao.com.br/arquivo/2011/08/28/no-ar-o-reporter-esso/>>. Acesso em: 03 mar. 2014.

SALAVERRÍA, Ramón; AVILÉS, José Alberto García. La convergencia tecnológica en los medios de comunicación: retos para el periodismo. **Trípodos**, n. 23, Barcelona, 2008.

SANT’ANNA, Francisco. **Mídia das fontes**: o difusor do jornalismo corporativo. 2006. Disponível em: <<http://bocc.ubi.pt/pag/santanna-francisco-midia-fontes.pdf>>. Acesso em: 21 nov. 2014.

SQUIRRA, S. Convergências tecnológicas, mídias aditivas e espiralação de conteúdos jornalísticos. *In*: D’ANDRÉA, Carlos; LONGHI, Raquel. (Orgs.). **Jornalismo Convergente**: reflexões, apropriações, experiências. Florianópolis: Insular, 2012.

STEFANOVITCH, Nikolas. **Entrevista 01**. [28 mar. 2014]. Entrevistadora:

Fabiola Thibes. Florianópolis - SC. Arquivo documento transcrito.

TELLES, André. **A revolução das mídias sociais: cases, conceitos, dicas e ferramentas.** São Paulo: M. Books do Brasil, 2010.

TOME, Takashi. Analógico *versus* digital: expectativas e limitações. *In:* MAGNONI, Antônio F.; CARVALHO, Julianio M. de (Orgs.). **O novo rádio: cenários da radiodifusão na era digital.** São Paulo: Editora Senac, 2010.

WARD, Mike. **Jornalismo Online.** São Paulo: Rocca, 2006.

ZUCULOTO, Valci R. M. Debatendo com Brecht e sua Teoria do Rádio (1927-1932): um diálogo sempre atual sobre o papel social e as potencialidades da radiodifusão. *In:* XXVIII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação. **Anais Eletrônicos...** Rio de Janeiro, RJ, 2005. Disponível em <http://www.intercom.org.br/papers/nacionais/2005/resumos/R1442-1.pdf>. Acesso em: 14 out. 2014.

_____. Universidade Aberta, Fazendo Rádio na Escola e Rádio Ponto UFSC: a extensão cumprindo a função social da universidade e do jornalismo. *In:* FÓRUM NACIONAL DE PROFESSORES DE JORNALISMO. **Anais eletrônicos...** Campos dos Goytacazes. Setembro, 2006. Disponível em: [http://www.fnpj.org.br/dados/grupos/universidade-abertafazendo-radio-na-escola-e-radio-ponto-ufsc-\[3\].pdf](http://www.fnpj.org.br/dados/grupos/universidade-abertafazendo-radio-na-escola-e-radio-ponto-ufsc-[3].pdf). Acesso em: 24 mar. 2013.

_____. **A construção histórica da programação de rádios públicas brasileiras.** Orientadora: Dr.^a Doris Fagundes Hausenn. 241f. 2010. Tese (Doutoramento em Comunicação Social). Programa de Pós-Graduação em Comunicação Social da Faculdade de Comunicação Social. Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul (PUC-RS), Porto Alegre (RS), 2010.

_____. **A programação das rádios públicas brasileiras.** Florianópolis: Insular, 2012a.

_____. **No ar: a história da notícia de rádio no Brasil.** Florianópolis: Insular, 2012b.

_____. **Entrevista 06.** [3 jul. 2013]. Entrevistadora: Fabíola Thibes.
Florianópolis – SC. Arquivo do documento transcrito.

APÊNDICES

APÊNDICE 01 - Entrevista 01 - Nikolas Stefanovitch, coordenador da Rádio AL

Fabiola (Entrevistadora) – Nikolas, gostaria de iniciar essa entrevista com os seus comentários sobre essas mudanças que você vem fazendo há aproximadamente um mês e meio.

Nikolas Stefanovitch (Entrevistado 01) – É, como você bem falou, um pouco mais de um mês, né? Também tivemos período de carnaval, eu também estive numa viagem, mas nesse período já deu para juntar os colegas que estão aqui há mais tempo, já são profissionais da Casa e profissionais com mais experiência, para fazer um diagnóstico prévio para saber do que a gente precisa. Nós temos uma produção diária e semanal de reportagens muito interessante, um processo já consolidado, temos um retorno muito bacana, como você bem acompanhou durante essa semana. O aproveitamento nos municípios do interior é muito grande, pelo que nos consta e acho que o nosso grande desafio é preparar uma programação densa, no bom sentido, de conteúdo, com informação, com opinião e consolidar essa programação. Que seja uma programação não definitiva, obviamente, mas uma programação padrão e que, aos poucos, a gente consiga ir inserindo novos programas, novos jornalísticos, enfim. Hoje, ao longo do tempo, a programação, logicamente como tudo, vai ficando deteriorada, ultrapassada e o que a gente necessita é manter ela sempre atualizada, buscando essa atratividade, esse interesse do público em escutar a nossa rádio. Então, acho que o grande desafio hoje, nesse curto período que nós estamos auxiliando esse pessoal aqui da rádio, o que nós detectamos foi isso: buscar e consolidar uma programação que seja atrativa, que as pessoas tenham interesse em ouvir as notícias do Parlamento e tudo que é produzido aqui pela rádio da Alesc. Como lhe falei, a parte da produção diária de reportagens para envio às rádios do interior é um processo que eu vejo como consolidado e muito bem realizado. Agora a gente precisa focar as nossas energias na programação, porque já existe uma programação com bastante conteúdo, com muita coisa bacana, mas o que a gente quer é fidelizá-la, fechar uma programação e, aos poucos, ir inserindo os programas, mais aqueles que já estão; que eles fiquem e tenham comprometimento sempre com conteúdo novo.

F – Qual a sua ligação com rádio e webrádio?

E01 – Com webrádio nenhuma. Com rádio, eu já tive experiência na Rádio Guarujá, na Rádio Guararema, também tive experiências em televisão, lógico que é um veículo diferente, mas também auxilia. Com webrádio é a primeira vez.

F – E você sente alguma diferença por ser webrádio?

E01 – Não, na prática a diferença na construção do conteúdo, pelo menos aqui para a rádio da Assembleia, pelo que eu notei, ela é muito insignificante, vou assim colocar. Lógico que têm coisas que a gente debate, têm assuntos que são pertinentes a uma webrádio, à especificidade da webrádio. Para acessá-la você precisa estar em um computador, geralmente sentado, ou em sua casa ou em seu local de trabalho, ela não tem a mesma “potência” de uma rádio tradicional, que você segue consegue acessá-la de qualquer lugar, no carro, em casa, num rádio com pilha, enfim. A nossa tem essa especificidade, que nos conduz a algumas indicações: “poxa, têm conteúdos que para uma webrádio, de repente, seja interessante”. Têm conteúdos que não caberia para uma webrádio, justamente porque o nosso veículo emissor final lá da ponta é um computador. Acho que não tem esse número exato, é uma suposição, mas acho que mais de 90% das pessoas que escutam uma webrádio é num computador. Não acredito que seja num tablet ou num telefone, não sei, até porque as nossas internets via sinal 3G elas não são tão potentes quanto deveriam. Eu acredito que seja assim. Então, tem conteúdo que a gente preza: “poxa, para a nossa webrádio, é legal a gente fazer uma programação intensa de boletim das rodovias. Será que é válida ou não a situação do trânsito atual?”. A gente debate isso, levanta esses questionamentos, por nós termos uma rádio na mão que é exclusivamente via online. Mas, resalto, no contexto geral da produção diária, se assemelha muito a uma rádio tradicional, têm esses pontos que eu falei, mas é pouco, não é tanto assim. “Ó, temos uma produção específica para uma webrádio”. Acho que não, acho que a programação que a gente botaria no ar ou tentará botar no ar é uma programação que vale e valerá tanto para a nossa web quanto para uma futura rádio de sinal aberto, que é o que a gente está buscando.

F – Com a sua experiência, como é o processo de atualização do site? Você vê que isso é feito em rádios tradicionais que também têm site?

E01 – Olha, eu vou te falar que eu não acompanho os sites desses veículos com muita assiduidade. Então, eu não saberia falar se existe alguma semelhança ou se existe, enfim, muita diferença entre o que a gente faz e o que eles fazem. Eu sei que, por exemplo, pelo pouco que eu vi da Rádio CBN Diário, 740 AM, eles disponibilizam uma farta quantidade de conteúdo, às vezes até semelhante ao nosso, não sei se seria um espaço específico para a reportagem, enfim. A nossa rádio aqui a gente procura disponibilizar as reportagens diárias, tem um arquivo de notícias bem interessante, [um arquivo] de programas bem interessante, também está disponibilizado na web, mas o nosso carro-chefe, sem dúvida, são as matérias factuais, as matérias do dia a dia e é isso que a gente oferece às rádios do interior e também à grande população. Está ali disponível, dá para fazer o download, dá para escutar no player, enfim. Não falaria hoje se existe uma semelhança muito grande ou uma diferença muito grande. Eu sei que, pelo pouco que eu consegui avaliar nesses 30 dias ou um pouco mais, é um serviço que funciona bastante. Lógico, a gente precisaria, como tudo na vida e em qualquer atividade profissional, buscar aprimoramentos, adequações que se fazem necessárias. O que nós temos hoje já é interessante, mas poderia melhorar um pouco em várias situações, mas diferenças e igualdades eu confesso que eu não saberia responder. O que nós temos hoje aqui na webrádio eu acho que é um processo interessante, que funciona. A gente disponibiliza no rádio, na nossa programação, um programa específico que nós temos, que é o Radioweb Notícias, e, em seguida, a matéria também é distribuída para um *mailing* de imprensa, dando sempre ênfase para o link onde as rádios podem fazer o download do MP3. E nós temos um retorno interessante. Até vale destacar, na última quarta-feira [26 de março de 2014] foi produzida uma matéria, não sei se você acompanhou, do João Guedes sobre a expansão da Universidade do Estado, da Udesc, para a região do Extremo Oeste Catarinense, municípios de Pinhalzinho e Palmitos, que é uma reivindicação antiga. E essa matéria foi disponibilizada em todo o nosso sistema de envio, foi disponibilizada na nossa programação e também a equipe que cuida da manutenção das redes sociais da Assembleia Legislativa incluiu na fan page da Assembleia. E eu recebi a informação ontem que apenas essa reportagem teve quase ou mais de três mil visualizações e algo em torno de 15 compartilhamentos. Para surpresa da Assembleia esse é um número muito expressivo, esse é um número que carrega um potencial muito grande. Então, isso me leva a crer,

claro que isso é um dado preliminar, é um dado único, mas mostra que nós estamos num caminho interessante, que o nosso material tem boa receptividade e eu não tenho dúvidas que dessas visualizações várias aí acarretaram em downloads e até em utilização na programação das rádios pelo Estado. Então, isso é um retorno bacana que a gente tem, conseguir mensurar o potencial desse material que a gente está divulgando. E repito: ele possui um entrelaçamento entre a nossa agência emissora de notícias e a nossa programação. Enviado pela agência, mas também no mesmo momento é disponibilizado na programação e acho que isso é um fator que vem dando muito certo aqui na rádio da Assembleia.

F – Você citou que a rádio ainda precisa de alguns melhoramentos. E você já fez algumas alterações. Queria que você falasse o que fez e o que ainda pretende fazer.

E01 – Eu acho que a minha primeira preocupação quando eu aqui cheguei, recebi esse convite, aceitei, minha primeira preocupação foi fazer uma análise de tudo o que nós tínhamos em mãos. Como eu disse, nós temos uma programação que carece de uma atualização agora, de uma consolidação, e é disso que nós vamos em busca, até porque temos um processo possível de uma rádio aí de sinal aberto até a metade desse ano; então, a gente tem que estar pronto para esse desafio. E, por outro lado, sem dúvida nenhuma, o grande foco são as pessoas que aqui trabalham. Nós temos um pessoal de extrema competência, profissionais capacitadíssimos, a maioria profissionais de carreira aqui do Parlamento, de uma qualidade muito grande, então, eu tentei aos poucos conversar com todos, de maneira muito próxima, e saber as reais necessidades da nossa estrutura hoje da rádio aqui da Assembleia Legislativa. Estrutura física, estrutura de material, condições para o pessoal executar o seu trabalho. E aos poucos a gente vem conseguindo inserir algumas dessas novas situações. A preocupação com o nosso estúdio, um estúdio que já vem de alguns anos, mas que hoje ainda, diante de todas as dificuldades, atende as necessidade, tentar buscar uma maior condição para o pessoal trabalhar, conseguir equipamentos mais modernos, com possibilidades maiores de executar o seu trabalho e também na parte da redação. Aqui na Assembleia, essa é uma informação que todo mundo tem conhecimento, nós temos veículos de comunicação distintos: nós temos a TV AL, a rádio, nós temos a agência de notícias, a agência é de todos os veículos, que produzem um trabalho muito bacana. Mas a rádio,

por exemplo, nunca teve uma redação específica, para o pessoal se reunir, para o pessoal bater um papo, interagir, trocar ideias sobre uma pauta, fazer uma reunião de pauta profissional, então, os colegas da rádio ficavam meio espalhados pela redação, pelo espaço físico total da redação e não num local específico. Ao meu ver, essa integração é salutar para a execução do trabalho, até porque a troca de ideias ali ia ser muito mais forte do que é hoje e do que acredito foi durante muito tempo. Eu senti essa necessidade, expus para os nossos colegas coordenadores, para a nossa direção e nos próximos dias a gente vai ter essa redistribuição e um local específico para que a gente faça a redação da radioweb, para que a gente possa produzir com mais qualidade, com mais interação entre os pares; infelizmente, isso hoje não tem. Então, isso já foi um avanço. Então, a gente está tentando ir por aí. Primeiro dar condições para as pessoas, para que as pessoas se sintam bem para trabalhar, à vontade e com condições, é lógico que dificuldades a gente sempre vai ter, a gente está lidando com pessoas e isso é normal, mas inerente à atividade profissional em qualquer sentido, mas conseguindo ao máximo deixar um clima bom, com condições, para que todo mundo se sinta satisfeito, acho que a coisa tende a fluir melhor. E acredito que isso a gente está conseguindo dar andamento. Eu particularmente em 30 dias ou pouco mais, sinto que a gente está num clima muito bacana, as pessoas interagem, as pessoas se preocupam com o que nós temos para oferecer e acho que isso é muito salutar. Então, acho que os grandes desafios são esses. A rádio da Assembleia acho que é o veículo mais antigo que nós temos aqui dentro. Já vem de antigos tempos, mas ultimamente ela vinha a passos curtos, se mudando, enfim, e a gente pretende apresentar novamente a importância da rádio. A rádio é importante, a rádio tem os seus espaços, tem a sua qualificação, é isso que a gente vem tentando fazer.

F – As informações do site quanto à grade de programação estão atualizadas?

E01 – Aquela programação não está atualizada, nós temos espaços ali que são de preenchimento. Os conteúdos que estavam muito obsoletos a gente já extraiu da programação, está extraindo, então, aquela programação, parte dela é respeitada e uma outra parte não. Até pelos horários, porque não batem os horários. Até foi uma coisa que me chamou a atenção porque nós tínhamos horários divergentes e horários difíceis de serem respeitados,

então, é isso que a gente está respeitando também. Então, ao todo, visualizando naquela programação já oriunda de outros tempos, ela não é respeitada. Se você fizer uma análise, você vai ver que ela não é respeitada em sua totalidade. Em parte, sem dúvida. Mas em sua totalidade não.

F – Hoje na programação os programas que vocês têm são o Rádio AL Notícias, que você já deu uma reformulada, o Fala Deputado, que passa na rádio, mas não é produzido pela rádio...

E01 – É uma produção conjunta, né, da TV e da rádio.

F – A música, tem o Esporte na Rede, que é o único ao vivo hoje...

E01 – Exatamente.

F – E tem mais algum outro programa?

E01 – Nós temos o Rádio AL Especial, sobre as reportagens que são inseridas na nossa programação. A partir da próxima terça-feira, a gente retoma um programa chamado Panorama Político ou Estúdio Democrático, enfim. É um programa que a gente está retomando para a nossa grade de programação, que será apresentado por um dos colegas mais experientes aqui da nossa rádio, que é o Eduardo Rocha, que é funcionário de carreira aqui da Casa, funcionário com ideias muito interessantes, que a gente sempre escuta e respeita e tenta executá-las. Seria nosso segundo programa. Nós temos o Conexão Geral, no final do dia, que é um radiojornal, na verdade, que a gente também está mudando o formato dele, estamos inserindo uma nova cara para ele. Ele estava um lance muito repetitivo, então, a gente está tentando dar mais dinamismo para ele. E a gente também, agora aguarda somente um encaminhamento que deve vir da nossa diretoria, para retomar o nosso programa ao vivo pela manhã, o Bom Dia Cidadão, que será apresentado em tese, é o projeto, pelo radialista Valter Filho, que tem uma história muito grande aí na radiodifusão do Estado.

Então, nós teríamos uma grade já interessante. Logicamente que iríamos, aos poucos, incluindo novos programas. Por exemplo, uma coisa que eu posso adiantar, um programa que foi sugerido é o Diário das Cidades, que é uma conexão direta sempre entre o Parlamento catarinense e os municípios catarinenses, as suas iniciativas, as suas ações, as suas novidades. É um programa que já esteve anos atrás na grade, teve um retorno muito bom e a gente quer retomar. Então, a gente está aos poucos. Dando um passo de cada vez, de acordo com a envergadura da nossa perna, tentando imprimir um novo ritmo e inserir novos programas e novos conteúdos na nossa rádio. Sempre respeitando e observando as nossas limitações, obviamente, e qual é o nosso papel, a nossa função aqui, como rádio legislativo, como webrádio também. Então, temos que observar todos esses fatores. Então, hoje nós temos o Esporte na Rede ao vivo. O restante da programação é gravada e nós temos uma programação musical. Ressalto: não temos nenhum programa produzido externamente e que contribua com a nossa programação. Tudo o que é feito é feito pelos colegas da Assembleia Legislativa. A partir da semana que vem temos mais um, às terças e quartas-feiras, a partir de 13h15min, ao vivo, para preceder a nossa sessão ordinária ao vivo também e acredito que, em breve, o Bom Dia Cidadão, o Diário das Cidades e aí teremos também uma programação cultural um pouco mais aguçada, esse é o objetivo. Nós estamos na webrádio da Assembleia Legislativa, nada melhor, um espaço adequado, para divulgar também esse potencial cultural de Santa Catarina. Então, a nossa programação musical também vai ser reformulada. A ideia é que a gente dê bastante espaço para o que é produzido aqui no Estado, nos seus mais variados gêneros, rock catarinense, acho que tem uma cena de rock interessante, samba, forró, por que não, também é produzido aqui, passando por todos os estilos musicais. Mas tendo esse vínculo com o Estado e com os artistas do nosso Estado. É lógico que sem esquecer o que é feito fora, a produção nacional e até internacional não pode ser desprezada de maneira nenhuma, mas buscando esse enfoque para a música local e para a cultural local.

F – De todo o corpo dos profissionais, a produtora e a estagiária de produção não são formadas em jornalismo. Elas possuem experiência na área?

E01 – Não são formadas em jornalismo. A produtora tem uma experiência aí de mais de 20, 25 anos como radialista, passou por grandes rádios aí de Florianópolis, do Sul do Estado, então, ela traz consigo uma experiência muito grande. A nossa estagiária é da área de Comunicação Social, a habilitação dela é Publicidade e Propaganda, mas tínhamos uma estagiária em Jornalismo, que também desempenhava um papel muito bacana, mas infelizmente ela se formou, acabou o estágio, ela partiu para outra. Os quatro jornalistas da reportagem são formados. Temos eu na coordenadoria. Nossos operadores técnicos também todos têm uma habilitação, não só na parte de rádio, mas também outra habilitação que lhes tendência, sem dúvida nenhuma, a serem ótimos profissionais, como são. O Rocha também, se eu não me engano, também é formado em Jornalismo. Então, nós temos uma equipe aqui de profissionais que consegue mesclar experiência acadêmica, com passagens pelos bancos acadêmicos, com profissionais que têm uma bagagem muito grande na radiodifusão catarinense e é uma mescla que tem tudo para dar certo.

F – Qual a maior dificuldade e a maior vantagem?

E01 – Olha, a maior dificuldade é que se a gente tivesse um corpo profissional maior seria interessante. Não precisaríamos sobrecarregar, a gente busca não sobrecarregar também, mas tem determinadas situações que as pessoas precisam se doar um pouquinho mais e todas são muito solícitas. Se a gente conseguir efetivar o que a gente pretende a gente vai ter os colegas radialistas conosco, que já estão na Casa executando outras funções, e acredito eu que o lugar deles é aqui. Então, isso vai nos auxiliar demais. Eu não posso, é complicado eu pedir ao repórter que se dedique a duas ou três pautas por dia, chegar no final do dia e ainda ter que apresentar um jornal ou fazer um especial. É difícil. Eles têm cargas horárias específicas e elas precisam ser cumpridas. Então, não dá para extrapolar muito. A dificuldade é essa, a dificuldade é ter pessoas, não muitas, não precisa vir um exército para cá que não tem necessidade, já nos daria uma força e um gás muito grande. E o que a gente está buscando é isso agora. Trazer esse pessoal para a Rádio da Assembleia. Eles estão na Casa, são da Casa, têm experiência em radiodifusão, já têm experiência aqui na rádio da Assembleia, por algum motivo estão em outros setores, mas a gente está tentando buscá-los de volta para que eles possam nos auxiliar nessa nova programação que a gente pretende colocar. Na verdade, é a adequação

dessa programação que já existe. É buscar um comprometimento com a programação, que o nosso ouvinte saiba que, em determinado horário, ele vai ouvir tal programa. Lógico, não temos condições de produzir programas diariamente, uma produção diária, factual, de programas especiais, enfim, que demandam mais tempo. Mas os jornalísticos, isso tudo dá para fazer tranquilamente. A grande dificuldade é essa, duas ou três. E a coisa que eu gosto de ressaltar sempre que o que nós temos aqui na rádio da Assembleia é um corpo de pessoal muito qualificado. Precisaríamos ter mais algumas peças-chave, principalmente para tocar os nossos programas, mas esse pessoal que a gente tem hoje tem uma qualificação muito grande.

F – Uma coisa que eu percebi é que, devido ao espaço físico, não tem uma reunião de pauta formal. Eu também verifiquei que nas terças, quartas e quintas-feiras há uma atividade mais intensa. Enquanto nas segundas e sextas é um pouco mais parado. Pode acontecer de não ter nada? Como vocês fazem, existe algum planejamento?

E01 – Temos esse procedimento, sim [pautas “de gaveta”]. São raros os momentos, muito raros, que não temos nenhuma atividade aqui no Parlamento, sempre tem atividade, então, a gente adapta para receber a cobertura dos veículos de comunicação aqui da Casa, com grau de importância, com grau de interesse acentuado. Terças, quartas e quintas a Casa toda, a Assembleia inteira funciona. São os dias que nós temos as sessões ordinárias, as comissões permanentes, os grandes debates aqui da Casa. Segundas e sextas são dias que geralmente ou os deputados estão chegando à capital dos seus municípios do interior e na sexta, em tese, retornando aos seus municípios, executando as suas agendas. A atividade continua na segunda e na sexta nos municípios do interior. Aqui terça, quarta e quinta-feira, basicamente, o fato é o que a gente produz. Mas nós temos conteúdos que são analisados, que a gente produz durante esses dias, e na segunda e na sexta também, durante a semana, que a gente segura para soltar em dias que a gente sente que não tem uma produção jornalística tão intensa, que tem uma escassez de conteúdo. Não que não exista conteúdo, existe. Mas não na mesma intensidade que nos dias principais, que é o miolo da semana, de terça a quinta. Então, ontem [quinta-feira], por exemplo, a gente produziu uma matéria sobre essa campanha da saúde nacional em torno do HPV, da vacinação das meninas de uma determinada idade. Nós fizemos uma avaliação, até uma matéria de serviço, que é até

uma de nossas funções oferecer serviço para a população, e essa matéria não teria uma factualidade, não teria que botá-la ontem. Então, vamos segurar a matéria, que a gente já sabia que sexta-feira nós teríamos uma pauta menos intensa. Então, para compor melhor a nossa programação, a nossa produção de conteúdo, a gente seguiu a nossa matéria para soltar hoje.

F – Então, todo dia tem matéria nova, a gente pode dizer de maneira geral?

E01 – Sem dúvida nenhuma. Nós temos uma produção muito intensa de matérias. Basta observar no nosso site. Nós temos uma busca simples nos arquivos e nós temos dias que a gente consegue, com quatro repórteres com horários específicos, todos eles têm uma carga de seis horas de trabalho - e isso a gente cumpre até demais - e tem dias aí de uma produção de até 10, 12 matérias. E a gente precisa analisar o conteúdo dessas matérias e a gente nota a qualidade do conteúdo, divulga conteúdo do Parlamento, que divulgam as atividades dos deputados, que em tese compõem o Parlamento. Hoje 40 deputados compõem o Parlamento, a Assembleia Legislativa. Mas também tem matérias de cunho de serviço, matérias históricas, como nós fizemos ontem uma matéria um pouco maior sobre os 10 anos da passagem do Furacão Catarina, que foi um fato histórico no país e um dos nossos deputados acabou sendo vítima 10 anos atrás, fez uma declaração emocionado, enfim. Então, sim, a gente tem uma preocupação como as redações comerciais têm de ter conteúdo na manga para, em dias eventuais, caso a gente não tenha tantas atividades, soltar também na programação.

F – Nesta semana de acompanhamento, um dos repórteres estava em Campos Novos. Como vocês decidem o que vai ter cobertura da Rádio AL?

E01 – É um desfalque na nossa redação, mas é um desfalque que se justifica porque ele está lá produzindo conteúdo relevante para a gente. Então, é uma sessão solene, bacana, e a gente precisa, logicamente, cobrir,

porque é inerente do Parlamento. Então, a gente tem que se adequar. Nós temos quatro repórteres, que eu vejo que não é pouco, mas também não é muito. Dá ali na estreita, mas a gente se adéqua, os colegas sempre se ajudam, um de repente fica um pouquinho mais, enfim. A gente busca esse entendimento entre os colegas da redação e sempre dá certo. E para essas viagens existe sempre um encaminhamento via direção, via presidência, das atividades que são realizadas pela Assembleia Legislativa e carecem de uma cobertura. A nossa intenção é, com essa possível redação que a gente quer montar aqui dentro da estrutura da Assembleia, uma redação específica da rádio, a gente ter condições com tranquilidade, com espaço físico, com todas essas disponibilidades, de buscar também pautas interessantes que não aconteçam exclusivamente em Florianópolis. Tentar expandir também, porque eu sei que a gente vai conseguir buscar conteúdo relevante no Norte do Estado, em Joinville, por exemplo, São Francisco do Sul, Jaraguá do Sul, etc, que têm um potencial absurdo; no Sul do Estado; na região Serrana; no Meio-Oeste; no Oeste. Então, a gente quer ter essa condição de sentar, discutir uma pauta e, de repente, se a gente tiver necessidade de deslocar um repórter nosso para fazer uma determinada cobertura em Lages, por exemplo, a gente ter a condição de fazer isso. A Assembleia nos oferece essa condição. A gente só precisa agora produzir.

F – Nesta semana, não houve entrada ao vivo do repórter que está em viagem a Campos Novos. Você acredita que deveria ser feita a entrada ao vivo?

E01 – Essa é a intenção. Nós temos à nossa disposição a híbrida, a gente está até estudando a possibilidade de uma segunda híbrida, para botar duas linhas no ar ao mesmo tempo, muitas rádios com certeza já têm essa possibilidade, a nossa não tem. Essa é uma das intenções principais. Como eu falei, rádio é ao vivo, rádio é na hora que acontecem os fatos e eu não tenho dúvida que qualquer um dos nossos repórteres em atividades externas como essa, quando chamados ao vivo, por telefone ou por algum outro meio, dariam conta do recado sem problema nenhum. O problema é que hoje nós não temos, há algum tempo já não temos essa prática, infelizmente, e a gente quer retomar isso. Nós poderíamos ter um radiojornal no final do dia ao vivo, com as principais notícias do dia, e também chamando os nossos repórteres na rua, chamando os nossos repórteres em viagem, chamando aquele repórter que pôde acompanhar a

sessão ordinária, que teve uma votação expressiva, que derrubou um veto ou teve um grande projeto aprovado, entrar ao vivo ali do plenário e fazer um boletim ao vivo para a gente. A rádio dá essa possibilidade do ao vivo. Hoje, com a tecnologia tão aprimorada, com a parte de comunicações, de telecomunicações forte, a gente tem condições de fazer na hora, mais rápido até que a internet, não tenho dúvida disso. Hoje, lógico, a gente acompanha a internet porque a gente está na internet. Mas a rádio tem esse potencial e isso é que a gente quer produzir. Seria bacana a gente poder entrar no meio da programação com um flash ao vivo do Danilo Coutinho lá de Campos Novos trazendo as novidades da sessão que ele cobriu. Para isso, provavelmente, teríamos que ter uma pessoa aqui para dar uma abordagem, fazer uma abertura, fazer um pequeno resumo do que está rolando, chama o repórter, o repórter dá a mensagem, manda a informação. Isso é um dos nossos objetivos e dá para fazer, sem dúvida nenhuma. A gente carece aí da chegada desses novos colegas que, em tese, se dedicariam a essa parte de abordagem, essa parte de programas, essa parte de apresentação. Então, é isso que a gente está buscando, mas a possibilidade é clara e sem dúvida nenhuma é um dos papéis que a gente deve executar.

F – Falando um pouco do site, o site da agência, do rádio e da TV são relativamente parecidos, tem um layout padrão. Como você vê o site hoje? Tem algum projeto para o site?

E01 – O site enfrenta algumas mudanças ultimamente. Antes da minha chegada, há algum tempo, ele enfrentou algumas mudanças, principalmente, da Agência AL que foi criado, é um site relativamente novo, não tem tantos anos assim. E na época quem o executou achou melhor esse que está no ar, achou que esse seria o encaminhamento mais adequado. Para nós da área de rádio, essa constatação que foi dita para do player estar muito para baixo, acredito que por alguns colegas, é uma realidade, sem dúvida nenhuma, que eu referendo. Para nós, o mais importante do nosso produto, é ele ser disponibilizado através do player. A gente, lógico, pode ter um pequeno texto de introdução, até uma foto para ilustrar, até para facilitar a compreensão e a interpretação das pessoas que estão ali buscando conteúdo, mas o importante para nós é o player, que é onde o pessoal vai acessar o nosso conteúdo, o que é produzido aqui na rádio. E de fato o player é um tanto quanto tímido. Então, a gente está vendo a possibilidade de aprimorar isso, que é uma constatação meio que

unânime do pessoal. Nada que não seja resolvido, com possibilidades de resolução, ou algo que hoje prejudique o nosso trabalho. Eu não vejo dessa maneira. Acho que carece de algumas adequações, normal, mas esse ponto específico do player é algo que a gente poderia ter um retorno um pouco mais rápido. É lógico, quando nós chegamos o site já estava pronto, o site da Agência de Comunicação e a gente agora vai se adequando ao que nós temos. É lógico que cada um tem as suas interpretações sobre algumas coisas, o que é normal, o profissional tem a sua visão, mas hoje o que nós precisaríamos num primeiro momento é dar mais ênfase à ferramenta que dá visibilidade ao nosso conteúdo, tanto para ouvir, mas não somente, quanto para baixar e reproduzir. Seria o player, mas acho que isso é de fácil resolução, não vejo como uma coisa complicada de ser resolvida e a gente está buscando isso. Mas o site como um todo está disponível, é o site que está à disposição, acredito que ele tenha um layout claro, ele é um layout *clean*, não é um layout que atrapalha, nesse sentido também, e, em breve, se a gente conseguir executar essas alterações acho que nos ajudaria muito. Acho, por exemplo, para a Agência de Notícias, que é texto puramente, acho que é interessante, porque “vende”, expõe o seu texto, expõe a sua foto, porque tem um layout *clean*, não é agressivo, mas para a rádio a gente tem esse agravante que nós precisamos ter um espaço visível, bacana, do nosso player, que ele é o nosso conteúdo. Hoje a gente tem, mas acredito que com o tempo a gente vai conseguir resolver com tranquilidade essa situação.

F – Mas a dificuldade que você comentou é a do contador de download, que hoje não tem. Você pretende pedir isso?

E01 – Nós, um pessoal de anos atrás, um pessoal mais antigo da rádio me informou que dá de usar o Google Analytics, que dá para ter uma noção de audiência. Hoje nós não temos [contador de downloads], ia prosperar aqui na rádio e por algum motivo ele foi extraído. Mas num contato já prévio com a TI [equipe de Tecnologia da Informação] da Casa, que também é de uma qualidade absurda, são profissionais de extrema competência e profissionais de um gabarito altíssimo, eles já nos informaram que é possível sim ter esse contador de downloads, até para que a gente possa mensurar como o nosso conteúdo está sendo utilizado ou quantas vezes a nossa matéria está sendo baixada, para a gente ter um retorno do nosso trabalho, saber como o nosso trabalho está sendo recebido.

Isso que eu falei há pouco, dessa informação que a colega das redes sociais nos trouxe, nos deu uma satisfação imensurável, profissional, que o conteúdo que a gente produz com tanta determinação, afinho, profissionalismo, está sendo bem aproveitado ou está sendo aproveitado com bastante efervescência. Então, isso para nós é muito bacana, é muito gratificante. Hoje nós não temos [contador de downloads]. Não tenho dúvida de que, em breve, teremos. Porque, como eu disse, o pessoal da TI aqui é espetacular, qualidade absurda, profissionais com uma capacidade enorme. Sem dúvida, junto conosco, chegaremos a um entendimento para esse tema. É algo simples também que eu acredito que tenha nas próximas semanas.

F – Você acredita que o rádio na internet também é rádio?

E01 – Ah, eu não tenho dúvida que é rádio. Ele expande, sem dúvida nenhuma, dá outras possibilidades. Até as rádios tradicionais hoje elas também migraram para a internet. Nós estamos na internet e queremos migrar também para a rádio aberta. Mas continua sendo rádio sem dúvida nenhuma. É lógico que a gente compartilha de outras plataformas que nos auxiliam, que qualificam o nosso trabalho na nossa parte do website da agência aqui da Assembleia Legislativa, na parte da rádio. Você sabe, nós temos foto, nós temos texto, nós temos o nosso player com conteúdo sonoro, que é o nosso produto, mas eu vejo sim com muita tranquilidade que continua rádio e será sempre rádio. Por mais que os adventos tecnológicos tenham invadido todos os campos e as pessoas estejam abraçando com muita intensidade tudo isso que vem acontecendo, a rádio, na minha opinião, sempre vai ser rádio. Assim como o jornal impresso sempre vai ser jornal impresso. Lógico, a gente sente que tem uma diminuição na audiência, desses jornais, enfim, mas morrer de fato eu não vejo a possibilidade de isso acontecer. Aqui na rádio da Assembleia Legislativa as pessoas fazem rádio porque gostam. Isso eu consigo notar. Elas gostam do que estão fazendo e sabem que estão fazendo para a rádio. E a gente acaba compartilhando todo esse conteúdo com redes sociais, com websites, com até mesmo vídeo, quem sabe, confluindo todos esses meios porque é uma tendência hoje nos anos que a gente vive e tem que se adequar. Mas continua sendo rádio. Eu não vejo um híbrido: “ah, não, é um outro veículo”. Não, é rádio e é uma rádio que tem se adequar ao que a gente vive hoje. Tanto que as rádios comerciais buscam isso também.

Todas elas possuem as suas redes sociais, todas elas têm os seus websites e divulgam vídeos também, por que não, mas no fundo continua sendo rádio e sempre será rádio. Aqui a gente produz uma radioweb. Todo o material que a gente aglutina é para potencializar as nossas informações e divulgações. Mas aqui a gente produz para uma rádio e, assim, acredito eu que será. Eu não tenho muita dúvida disso. Tem que se adequar às novidades, não dá para ficar para trás. Mas não abandonar. Eu sou um cara que gosta muito de rádio e gosto da rádio antiga. Aqui o que a gente faz é tentar manter a magia da rádio, o charme da rádio tradicional e tentar buscar esse alinhamento com as novas tecnologias, senão a gente fica para trás. Isso que a gente busca, acredito que devagarzinho a gente vai conseguir.

F – A maioria dos repórteres da Rádio AL não veio diretamente para a equipe da webemissora. Por que acontece isso?

E01 – Eu não sei ao certo como foi a chegada dos colegas que estão na rádio hoje, não sei se passaram por outros setores da comunicação, por outros veículos. Acredito que alguns tenham aportado diretamente aqui, e uma repórter recentemente veio diretamente da TV, por uma opção dela. Agora, depende muito da necessidade de cada veículo. Então, outro dia eu tive contato com um colega que trabalha na agência e que demonstrou interesse de vir trabalhar conosco na rádio. E a gente tem que respeitar as necessidades da agência de notícias. Ele tem superinteresse, ele é efetivo, eu falei para ele que a gente está de braços abertos, mas que não dependeria de mim. Que seria muito bem recebido, sem dúvida nenhuma. Então, essa distribuição é de acordo, primeiro, acho eu, de uma vontade profissional dos colegas que chegam e também de uma necessidade de pessoal. A gente não pode ter um veículo com 14, 15 profissionais e um outro com dois. Tem que buscar, logicamente respeitando as dimensões, uma situação isonômica. Todos os veículos dessa Casa são importantes, a TV é importante, assim como a rádio é importante, a agência de notícias é importante, o nosso setor de fotografia é importante, nosso setor de redes sociais também é importante. Então, tem que buscar essa distribuição equânime, que atenda a todos e atenda também o interesse desses profissionais. Não dá para ficar numa situação em que a pessoa tenha que empurrar “goela abaixo”, ela não vai fazer bem. Então, foi o que eu falei, o pessoal que está hoje na redação da rádio faz porque gosta. Isso nos dá uma tranquilidade muito grande e a certeza de que a gente está no bom caminho.

Não tem ninguém ali empurrado, ali na rádio não. Eles gostam. Quer fazer? Quero. Tem histórico? Tenho. Mesmo que não tenha histórico, aprende. Entendeu? Mas tendo a vontade de fazer a rádio, gostando do que faz, às vezes dá certo. Então, eu não saberia responder como foi feito quando os colegas chegaram agora mediante concurso público. Mas hoje, no nosso exemplo, todos os que estão ali, pelo que me relataram, gostam do que produzem, do que fazem. Acho que isso é o essencial, o principal, porque tudo que se faz é com satisfação. Por isso que fazem tão bem. Essa é a minha avaliação.

APÊNDICE 02 - Entrevista 02 – Eduardo Rocha, fundador Rádio AL

Fabiola (ENTREVISTADORA) – Como foi o processo de adequação para a implantação da Rádio AL?

ENTREVISTADO 02 – Nós iniciamos um trabalho de renovação do estúdio. Passamos de uma plataforma analógica para uma plataforma digital. E nas conversas com o pessoal técnico, sobre as alterações, nós ficamos sabendo sobre o MP3 e o *streaming* de áudio e a decisão levada por mim ao nosso Presidente da Assembleia foi também de utilizar o serviço de rádio na internet. Isso resolveria uma série de problemas da gente, porque nós não tínhamos perspectiva de ter uma rádio convencional aqui na Assembleia Legislativa. Essa perspectiva sempre foi um pouco distante pelo caráter do serviço que tínhamos aqui.

F – O serviço radiofônico já existia, porém ainda não havia uma rádio constituída?

E02 – Nós tínhamos um serviço de rádio, gravando material e passando para as emissoras de rádio por telefone. Nós ligávamos para as rádios e passávamos o material por telefone. Então, a qualidade de áudio também era bem duvidosa, pois, conforme os dados da linha, a qualidade de som era prejudicada. E nós decidimos iniciar a utilização dos recursos radiofônicos de uma maneira mais atualizada, que abrange o uso do CD, do telefone celular e do meio digital. Assim, nós fizemos a mudança da plataforma analógica, da fita K7, basicamente, o próprio CD, para a digital. Esse processo foi iniciado por nós em 1998, levando por volta de um ano para a gente iniciar, colocar tudo e iniciar o trabalho de internet. Então, nós abandonamos a transmissão do material por telefone, passando a ser postado numa página na internet. Isso aí se configurou como um pioneirismo nosso.

F – Esse fato é importante ser comentado. Essa foi a primeira Assembleia Legislativa a realizar esse serviço?

E02 – Exatamente. Sempre houve muitas ligações dos outros estados: “como você fez isso?”. Foi uma iniciativa do profissional dentro do setor, no sentido de se antecipar porque, inclusive, as próprias emissoras de rádio não tinham ainda computador, você não via estúdios assim. Porque você sabe, quando há uma mudança de condição, que conduz a novas tecnologias, isso não chega e não vai ser adotado de uma hora para outra. Muita gente até resiste: “ah, eu vou continuar usando a minha máquina de escrever, não vou passar para o computador”. Até hoje, a gente ainda tem alguém preferindo usar a máquina de escrever.

F – No começo, imagino que tenha sido bem difícil a questão da tecnologia.

E02 – Se fosse colocar ali que a diretiva era usar a internet como veículo de comunicação e, através do *streaming* de áudio, criar uma rádio na internet e etc., algumas pessoas até se assustavam, pois pensavam: “ah, isso é uma coisa que está muito utópico, ilusório”. Mas nós tivemos que perseguir esse objetivo para conseguir os equipamentos necessários, os provedores de internet e outras coisas, a montagem do estúdio e a formação da equipe. Com isso, nós conseguimos estabelecer esse serviço, criamos uma página na internet, postamos o material e, aos poucos, começaram a ser utilizados pelas emissoras, porque aos poucos as emissoras começaram a ter computador para as pesquisas. E na sequência, então, nós implantamos a webrádio, como um serviço de rádio online mesmo, porque o *streaming* de áudio então foi possível, conforme a tecnologia se instalou. E na própria Assembleia Legislativa nós ficamos trabalhando inicialmente com a webrádio interna, porque nós não tínhamos ainda banda larga suficiente para esse serviço. Quando surgiu a banda larga, nós já estávamos ali, nós já estávamos surfando na crista daquela onda.

F – Imagino também que para as rádios do interior, que precisavam das notícias, houve a obrigação de mudar a tecnologia também, certo?

E02 – Com certeza. Porque nós nos apropriamos da internet como veículo e isso foi depois uma situação obrigatória para todas as emissoras. Todas migraram para a internet, usando-a como um de seus veículos, pois elas ainda continuam com a radiodifusão convencional, mas migraram para

a internet, porque foi inevitável. E eu até, na época, classificava isso como um fenômeno de “a nova era do rádio”, pois permitiu um crescimento fantástico para a audiência das rádios, porque cessou o limite das ondas. O limite agora estava na tecnologia de banda larga e à medida que foi se ampliando a estrutura dos cabos de transmissão, por fibra óptica, e foram sendo criadas novas condições, então, se tornou uma coisa fácil de se escutar e muito fácil de fazer. Surgiram milhares e milhares de webrádios no mundo todo e muitas delas com um número considerável de audiência. Incrível até! Fantástico até! Espetacular a audiência que várias webrádios - rádios feitas, especialmente, pela internet - têm. É só você pegar qualquer site que fornece serviço de webrádios, há um contador de downloads - o rádios.com.br, por exemplo -, olha nas mais ouvidas da lista, olha em rádios mais ouvidas, é espantoso.

F – Eu ainda não tive a oportunidade de olhar estes números, mas estudos mostram que o público do rádio tradicional está migrando para a internet.

E02 – Porque, na verdade - eu usei até um bordão, no início da nossa conversa, “ah, a linguagem do rádio na internet” -, nós acreditávamos - eu acreditei, ainda acredito - que o rádio é o veículo de linguagem que melhor se adapta à internet, porque permite que você possa ouvir uma programação musical, com notícias, com debates e, ao mesmo tempo, navegar na rede, né? Trabalhar no computador como o rádio sempre foi.

F – Na verdade, continua mantendo a característica do rádio tradicional, a possibilidade de escutar e fazer outras coisas ao mesmo tempo.

E02 – É verdade, você escuta e faz outra coisa. Para quem trabalha no computador, trabalha num escritório, tem condições de navegar na rede e ouvir uma programação. Ao meu ver, a tendência seria que cada grande site ou provavelmente qualquer site inicie um trabalho de utilização da linguagem radiofônica na sua oferta de serviços. Qualquer site, entende? É como a rádio, por exemplo, de supermercado. A tendência é que todos os grandes sites também tenham o serviço radiofônico. Eu acredito que

poderia haver um direcionamento para este tipo de uso para o rádio como linguagem na internet.

F – Alguns pesquisadores dizem que o rádio está passando por mudanças, mas alguns ainda acreditam que o rádio vai morrer ou vai se transformar a tal ponto que não vai mais se caracterizar como rádio, vai se transformar num outro meio de comunicação, ainda não conhecido, porque a rádio não precisa só do *streaming* de áudio, ela pode ter outros recursos. Qual sua opinião sobre isso?

E02 – Ela pode, sim. Ela pode ter outros recursos, capitalizar esses recursos numa plataforma, mas a base do serviço vai ser a linguagem radiofônica. Isso aí é uma coisa que vai ser imutável: a comunicação falada com recursos sonoros. E, quando oferecida, por exemplo, uma câmera no estúdio, mostrando ali, na verdade já se está envolvendo o audiovisual na comunicação, vai ser a comunicação audiovisual, mas a característica da linguagem radiofônica, que é, na visão maior, vai permanecer. Na verdade, ela nunca vai morrer, a linguagem nunca vai morrer, a linguagem do rádio. Ela vai existir para sempre, porque tem, na verdade, um compromisso da perpetuação da linguagem humana, ela não vai se desfazer só porque existem outras opções, diante de tantas ofertas de comunicação visual. Na verdade, tudo vai depender da pessoa que está do outro lado, se ela vai preferir clicar para ver a imagem ou se ela vai preferir continuar ouvindo no player. Então, na verdade, a linguagem radiofônica vai se perpetuar. O que mudou realmente foi o nível, a quantidade da oferta de possibilidades e, por parte do espectador, no caso, as opções que ele tem a escolher, se ele vai preferir ouvir rádio vendo a imagem do estúdio. Eu não ofereceria esse serviço. Aqui, por exemplo, a gente teve a opção de colocar uma câmera no nosso estúdio, mas isso modifica a oferta e a opção de escolher. Mas, como nós já tínhamos, no início do trabalho, realmente nós desenvolvemos a programação, etc, desenvolvemos os programas e as transmissões das sessões.

F – Nesse começo, como isso mudou na questão de produção para o jornalista?

E02 – É, mudou bastante a questão da agilidade, da atualidade. Passou a ser uma produção acompanhando em tempo real, porque você faz a gravação e, em questão de alguns minutos, ela já está à disposição para ser baixada, né? Nós tivemos também a oportunidade de desenvolver, de produzir, porque, na verdade, o que a gente tem que ver? Aqui a Assembleia Legislativa é uma fonte exclusiva nossa; então, só tem uma Assembleia Legislativa. As outras emissoras vêm aqui para fazer as suas matérias e as suas abordagens e a gente tem aqui como um palco nosso. E nós tivemos uma programação acompanhando as sessões, comentando, analisando, mas também, infelizmente, ficamos um pouco ao sabor das mudanças, digamos, gerenciais ou administrativas. Isso, aliás, é um dos problemas que faz empacar as tentativas de se ter uma delegação para requisitar uma outorga de licença, porque o Ministério das Comunicações leva em consideração as mudanças de gestão e a gente sente muito isso, porque, você sabe, quando é criada determinada programação, num veículo de comunicação, deve-se fazer o possível para que essa programação não mude daqui a dois, três, quatro meses, ou daqui a um ano. Quando você vê o Fantástico, por exemplo, como programa de TV, ele existe há 35, 40 anos; o Jornal Nacional; as novelas; o Jornal do Meio Dia; o Jornal da Manhã; eles não mudam, eles não sofrem [alterações] para você ter, com isso, uma garantia. Isso dá uma garantia ao ouvinte que você vai estar lá sempre que ele precisar e lembrar de você, vai ouvir você e você vai estar lá. É fidelidade, né, na programação, no seu discurso. Então, aqui a gente não tem isso. Foi criado um espaço de programação online, a webradio, além da página, só que as constantes mudanças acabam prejudicando o andamento. Você encontra hoje, por exemplo, um serviço que não serve de parâmetro para o que a gente já tinha antes. Vamos assim dizer, tínhamos comentários das sessões, etc, e agora não temos mais.

F – Mas ainda poderia ter?

E02 – Poderia, porque a gente já teve. Mas graças a essas mudanças, você abre [por exemplo] uma loja, onde você trabalha com determinados produtos, capricha no ideal daqueles produtos, daqueles serviços oferecidos e você começa a cativar uma clientela, que sempre retorna para a sua loja. De repente, muda a direção da loja: “estamos sob nova direção”. A loja fecha, fica três ou quatro meses fechada e, enquanto nesse período, os clientes cativos “dão com a cara na porta” e quando a loja é reaberta, a mercadoria é outra, totalmente diferente. E se esse processo

acontecer anualmente, ele tira a visibilidade do trabalho que você está oferecendo, daquela programação que você tem. Então, nós fomos um pouco vítimas disso.

F – Algo que me chamou a atenção é a dificuldade de definição do público-alvo pela Rádio AL. Por ser uma rádio institucional, o objetivo é divulgar as questões relativas à Assembleia. Você acredita que a definição de público-alvo é um problema?

E02 – Para nós não é, porque o nosso público é qualquer público, a gente não tem essa preocupação. Não temos um produto para vender, sabe? Então, o nosso público é qualquer público que tenha algum tipo de interesse por uma informação, que não é somente político-partidária, é uma informação que diz respeito à sociedade, mas passa pela Assembleia Legislativa, pela área de saúde, de educação, de economia, de personalidades, de história e de eventos. Então, todas essas pessoas que tiverem um interesse e, que queiram, um dia qualquer, ouvir alguma coisa a respeito ou procurar uma opção para ouvir, ela vai encontrar. Então, ela vai escutar. Vai entrar na página da Assembleia e vai escutar, vai entrar na página da Assembleia, clicar em Ouvir e escutar alguma coisa realmente tocando ali, vai ter uma programação, realmente um serviço que está sendo oferecido. Tem uma página [da Rádio AL] com um histórico de material de 10, 15 anos, então, é uma coisa muito valiosa, sabe? Esse material todo. Então, a gerência disso tudo é que, no decorrer desse período, acaba sofrendo um pouco por causa da gestão. A gestão em comunicação, em arquivos de comunicação, de histórico e também de métodos e etc é fundamental. Você sabe que isso é uma coisa que a gente sente um pouco de dificuldade no esquema que é feito aqui dentro, tem até projetos legítimos que não acabam do jeito como deveriam, por causa de certos problemas de gestão. Mas, com relação ao público, nós não temos exatamente na webrádio, por exemplo, uma programação - que você sabe que a gente não devia tanto compromisso -, temos até uma liberdade de oferecer. A questão principal que devemos ter é a democracia e a democracia é a consciência popular. Então, o nosso público já deve ser um público que tem algum tipo de capacidade de entender o que é intrínseco a uma sociedade. Então, o público a partir da idade escolar já é apto a estar conosco. Mas é claro que, antes de mais nada, a gente presta um serviço para as emissoras de rádio, as próprias redações de jornais que utilizam esse material que a gente publica, os eventos que transmitimos ao vivo estão

ligados nesse âmbito, dessa oferta de serviços que a gente promove e possui.

F – Então, vamos voltar um pouco, num ponto importante, porque foi muito citada a questão da linguagem radiofônica, que não vai mudar muito, sempre vai ser preponderante. O que você entende por linguagem radiofônica?

E02 – Você tem que entender que, quando você fala de linguagem radiofônica, está se referindo a um recurso inato, que é “o saber contar alguma coisa para alguém”, aliado a uma tecnologia. E essa tecnologia permite a amplitude desse seu recurso, porque, quando você fala em linguagem radiofônica, pressupõe-se ter “alguém falando”, é o recurso ao qual nós estamos nos referindo, é a mensagem que é transmitida localmente, né? Porque tem todo um conjunto de recursos que você agrega a essa mensagem que você passa. Então, o que acontece? A linguagem radiofônica é justamente isso: é um recurso que você tem a capacidade de transferir uma mensagem localmente, utilizando também recursos sonoros e aliados a uma tecnologia, lógico, porque você está utilizando também esses recursos sonoros e precisa também de uma tecnologia de produção e de alcance. Então, se é caracterizada a linguagem radiofônica, justamente o “você atingir um público vasto”, a tecnologia permite isso. A linguagem é que alcança as pessoas através do uso da tecnologia. O rádio, que foi a primeira tecnologia de comunicação de massa.

F – Sim, com certeza.

E02 – Claro que desbancou a linguagem gráfica, literal.

F – Que era limitada também, porque se restringia a quem era alfabetizado. O rádio não...

E02 – E a linguagem que perpetuou as línguas, os dialetos, os sotaques, o que a comunicação letrada não permitia, porque o texto não tem sotaque. Então, muitas das pessoas, das expressões locais, das características podiam se perder. As linguagens, os dialetos, acabavam se

perdendo, o que o rádio, de certa maneira, contribuiu para que essa forma de falar se mantivesse até hoje. Mas é claro que a linguagem radiofônica vai exigir que você saiba tratar a sua forma de comunicação. Claro que a gente tem hoje, na própria comunicação radiofônica, uma permissão para que se faça uma comunicação até não planejada, uma comunicação improvisada até. Mas existem mil técnicas para se utilizar do recurso, da voz, do som, para atingir juntamente com a tecnologia um público. Sempre observando que o público que você está atingindo é um, é uma pessoa, são milhões de pessoas únicas.

F – Nessa questão da ajuda do rádio ao regionalismo, você acha que a internet pode impactar neste processo, já que qualquer pessoa pode acessar e ouvir rádio por meio da internet?

E02 – Não, acho que não. Você diz, assim, de as pessoas mudarem a sua forma?

F – Não, no sentido de os jornalistas evitarem usar alguma expressão, etc.

E02 – Acho que isso passa um pouco por aquilo que já falamos sobre gestão. Eu não vejo nenhum problema nisso. Mas, antigamente, o ator radiofônico, digamos assim, ele tinha que ter uma técnica mais característica, hoje não se exige mais isso. As pessoas ou alguns setores exigem, outros não. Mas é claro pra mim, eu vejo que tem muito sotaque regional, não tem mais uma exigência de uma impostação, de uma técnica de cadeira. Eu diria que isso vai depender da gestão do que se faz, do que se quer. Depende daquilo que eu já disse antes, qual é o teu público-alvo. Eu posso fazer, por exemplo, numa mesma programação, um programa que exija uma técnica clássica e outro programa que não exija técnica nenhuma, que exija só improviso. Baseado no quê? No talento daquela pessoa. É uma pessoa que tem um talento para se comunicar e para a linguagem radiofônica. Às vezes, o talento que ela tem não serve para TV, mas pode servir para o rádio. Você tem que observar isso, pois o rádio tem uma linguagem característica. Por isso que eu digo, não tem como você eliminar o rádio como linguagem - “chega de linguagem radiofônica, nós não

queremos mais linguagem radiofônica no mundo, porque a gente tem TV” -
. Ao meu ver, isso seria uma coisa impossível.

F – No começo da Rádio AL, como era a estrutura?

E02 – Basicamente, com as pessoas que trabalhavam aqui conosco e algumas outras aí pela casa, que foram recrutadas para iniciar uma equipe.

F – Uma equipe inicialmente de mais ou menos quantas pessoas?

E02 – Mais ou menos 10 pessoas. E é basicamente o que temos hoje. Tivemos acréscimos de alguns estagiários, de um ou outro repórter, mas basicamente isso. Mas é possível fazer um bom trabalho de rádio com esse número de servidores. Dá para fazer. Aqui a gente tem as fontes, as instalações e essa equipe. Então, temos aí essa possibilidade agora de uma FM, pois as rádios AM estão destinadas a migrar para FM. Isso aí é legal, porque tem outro recurso disponível, mas ainda estamos aguardando, porque, lá no início dos anos 2000, o rádio era um veículo bom para a internet, que poderia ser ouvido e que já estava sendo ouvido no celular em alguns países da Europa, Japão e Estados Unidos e que, em breve, também poderia ser ouvido aqui [no Brasil]. E tem também os podcasts, que são recursos disponíveis para o uso da programação, para a disseminação de programas.

F – Na Rádio AL é interessante colocar a matéria em formato de *podcast* no site.

E02 – Então, a gente tem, na verdade, tinha essa ideia de que o rádio estaria também no celular, conseqüentemente nos carros - também tem a necessidade da radiodifusão. Praticamente, nós já estávamos na web, todas as emissoras de rádio também migraram para a web. A diferença é que eles têm a radiodifusão como elemento agregador e divulgando o endereço deles na web.

F – Ao longo da história da rádio, qual foi a maior dificuldade?

E02 – Eu acho que a gestão, porque, se você te um serviço com uma diretoria de comunicação, que muda o diretor de ano em ano ou de

dois em dois anos, que não permanece, não está preocupado ou vinculado a um projeto estratégico. Então, cai naquela história que eu te falei da direção: “estamos sob nova direção”, fecha, mudam os ingredientes lá dentro, abre de novo. Então, é aquilo que já falei antes, acho que com bastante propriedade nesse sentido. É a questão de você, inclusive, isso foi um dos obstáculos que eu tive fazendo uma sondagem a respeito de a gente ter uma webrádio outorgada pelo Ministério das Comunicações. Isso foi uma das coisas colocadas lá, que a gente não teria estabilidade. É aquilo que eu digo, você tem um programa de rádio, você tem que ter esse programa de rádio para 10, 15, 20 anos. Ele tem que ser ouvido quando você é menino, depois que você teve seus filhos.

F – Hoje a rádio está passando por uma reestruturação.

E02 – A nossa rádio?

F – Sim.

E02 – É, isso é uma coisa que você vê, já estamos em março, final de março, veja que fica bastante difícil ter uma ascendência sobre o ouvinte, de buscar ouvintes se você não tiver algo, alguma credibilidade na tua oferta. Então, realmente está havendo uma mudança, diz que houve uma mudança de redação. Então, o próprio coordenador está correndo atrás de uma coisa que ele nem exatamente sabe o que é ou onde vai achar, entende? Eu tenho que dizer isso para você, pois está fazendo mestrado e precisa ter informações verdadeiras. Precisa saber disso. Você que quer fazer um trabalho sobre o nosso trabalho aqui.

F – Da rádio, quais foram as iniciativas que você acha que foram as melhores?

E02 – A gente fez coisas bacanas aqui. Isso foi uma experiência que eu fiz aqui da introdução da linguagem esportiva dentro da nossa linguagem radiofônica, com comunicação esportiva na Assembleia Legislativa, porque tínhamos dentro da Assembleia Legislativa a proposta de introduzir a comunicação esportiva como elemento socializante também,

porque o esporte tem uma função social. Nós colocamos que o esporte é uma alavanca do progresso social, ele é civilizador. Estimula a ação perante um conjunto de regras, envolve a colaboração entre as pessoas, envolve uma competição dentro de padrões éticos, de respeito ao adversário, acatamento ao técnico, por exemplo. Tudo isso aí implica num crescimento pessoal não só para a pessoa que pratica, mas para todos os que se envolvem de uma maneira ou de outra - que se envolvem no contexto de um evento, de um espaço, de uma programação esportiva - e, inclusive, no contexto da comunicação esportiva, as pessoas que estão ouvindo a comunicação, estão ouvindo os conceitos, numa entrevista, por exemplo, quando você conversa com um desportista, que realizou tal façanha ou se dedicou a tal ponto, isso aí passa para quem está ouvindo, mesmo que a pessoa que está ouvindo não se dedique ao esporte, ela internaliza muito desses conceitos, das coisas que estão sendo oferecidas nessa linguagem, na forma dessa linguagem. Então, a gente produziu isso aqui na expectativa de atingir também, dentro do plenário, um espaço de discussão de assuntos esportivos tendo em vista que o esporte é o elemento mais importante. Inclusive, tem muita gente que fala de futebol, disso e daquilo, mas tem que ver que é a própria sociedade, a função social do futebol, por exemplo. Não que a gente fale estritamente sobre futebol, temos uma abordagem bem ampla, mas você não pode deixar de entender que o futebol, por exemplo, tem mais de 100 anos de idade aqui no Brasil e, ao longo desse tempo, ele só enraizou mais ainda. E tem uma função muito forte no ambiente social, para o operário, para o estudante, então, temos uma experiência nessa parte; também na parte política, uma programação envolvendo as coisas que dizem mais respeito ao plenário. Também tivemos aqui uma passagem de uma colaboração que a gente prestou para o pessoal da RDP, que é uma rádio portuguesa. A radiodifusão portuguesa, a Antena 1 é dos Açores, eles estiveram aqui, foram convidados para uma Fenaostra³⁵ e eles não tinham noção de como iam fazer para transmitir para os Açores e para o mundo lusófono. E nós oferecemos para eles utilizar o estúdio e faríamos para eles a abertura da alta taxa de transferência do nosso *encoder* e a transmissão via internet. Eles captariam lá e fariam a conexão. E funcionou tudo perfeito, eles ficaram superagradecidos, porque eles ainda estavam limitados ao pacote de dados via Embratel e aí a gente possibilitou. Foi um trabalho que eles vieram realizar aqui, ficaram uma semana e fizeram um programa ao vivo - dois fins de semana consecutivos. Então, a gente veio aqui para o

³⁵ Festa típica da capital catarinense onde são degustados pratos com ostras e outros frutos do mar.

estúdio às 4h da manhã - começávamos às 4h e terminávamos às 8h, pois tinha o fuso horário deles e lá era o período da manhã toda. Por exemplo, lá era das 8h às 12h, um negócio assim. E o fato é que a gente transmitiu de madrugada e a linha, a nossa banda larga, também estava toda disponível para a transmissão. Não teve queda, não picotou, ocorreu tudo perfeitamente. Eles estiveram aqui, escolheram material e entrevistas com pessoas. Até isso aí caracteriza o que eu te falei antes, porque eles pegaram entrevistas aqui, de pessoas que sabiam da cultura açoriana, que lá eles já tinham até esquecido: cantos, quadrinhos, poesias, o falar mesmo, o sotaque. E eles até disseram sobre o material coletado: “isso daqui ó, vale ouro”, isso para você ver a importância da linguagem radiofônica. Realmente é uma coisa muito importante.

F – E hoje como você vê o futuro das webrádios?

E02 – Eu vejo como algo já consagrado no espaço das comunicações. O serviço, consagrado como uma oferta. Eu acho difícil você abandonar uma coisa assim. É como aqui, é difícil você pensar em abandonar. É difícil, porque a linguagem radiofônica está presente na sociedade. O rádio é uma linguagem imortal, não morre mais, nunca mais. Nunca morreu e nunca vai morrer, porque, é aquilo que eu falei, é o talento de uma pessoa em se comunicar e sempre vai ser através de uma tecnologia, levado ao número mais amplo de pessoas. Então, o futuro é você ter esse serviço disponível e buscar, através de gestão, aperfeiçoar essa oferta. Claro, você pode colocar ali, na nossa página da rádio, o programa para ouvir e, se quiser, ao mesmo tempo, você pode ver, porque o programa foi gravado em vídeo também. O programa de rádio feito ao vivo está disponível para você ver ali, mas isso são coisas que só - como eu disse - vão ofertar mais opções para o teu espectador. Vai depender só do seu espectador, se ele vai querer ver, se ele vai querer ouvir, mas, de fato, é uma questão de você manter - como eu te disse antes a respeito de uma loja - aquilo ali, ter certeza de que está tendo criatividade naquilo que tem para oferecer para as pessoas, que vai realmente provocar interesse e, através disso aí, se perpetuar como linguagem que, de fato, é o que a gente tem aqui, é um serviço formatado em uma linguagem. E isso aqui sempre vai ter gente para ouvir, sempre vai ter gente para ouvir numa rádio, ou na nossa própria página ou onde quer que queira ou procurando pela internet, que é o recurso mais viável.

APÊNDICE 03 - Entrevista 03 – Chefe de Redação da Rádio AL

Fabíola (Entrevistadora) – Você é uma das mais antigas dos atuais repórteres da Rádio AL. Quando você foi chamada no concurso de 2010, já foi direto para a rádio?

Entrevistado 03 - Apesar de eu nunca ter trabalhado com rádio, antes eu era assessora de imprensa, sempre fui assessora de imprensa desde a formação, mas eu sempre gostei de rádio. Então, quando eu entrei aqui fui designada para outro setor, que era uma pauta geral que cuidaria da pauta dos três veículos aqui, a rádio, a televisão e a internet, o site, mas eu já tinha manifestado uma vontade de ir para a rádio. E eu sabia que tinha uma carência de repórteres ali. Então, a diretora da época me fez a proposta de experimentar um período nessa função que eles tinham me designado e que, se não fosse legal, se eu entendesse que não era para mim, eu poderia, então, ir para a rádio. E foi o que aconteceu. Eu pude ir para a rádio umas duas semanas depois que eu entrei. Foi uma vontade minha mesmo e por uma carência de repórteres que eles tinham na época. Eles tinham dois repórteres e um estagiário.

F – Então, era uma equipe bem mais enxuta do que tem agora?

E03 – Isso, essa equipe já foi bem mais enxuta. Antes de eu entrar, já teve um período que tinha um repórter só para cobrir todos os eventos, todas as pautas que a rádio tinha.

F – Você entrou em 2010?

E03 – Na verdade, eu passei no concurso de 2010, mas entrei em 2011, no final de 2011.

F – De lá para cá, quais mudanças você percebeu?

E03 – Quando eu entrei aqui, a coordenadora que cuidava da rádio já estava aqui há bastante tempo, há muitos anos. Ela já estava há mais de quatro anos, eu acho. Então, já tinha uma rotina estabelecida e funcionando bem. Depois de um ano, mais ou menos, que eu entrei, ela saiu, entrou outro coordenador, que fez mudanças. Ele quis mudar bastante o estilo da rádio, de vinhetagem e etc, mas na parte de reportagem ele mais ou menos seguiu o que a gente tinha, já vinha fazendo com a outra coordenadora. Ele ficou um ano e a gente passou por uma nova mudança agora. Então, cada coordenador que entra chega com uma ideia diferente do que deve ser a rádio, como que a gente deve conduzir, mas a parte da reportagem eu acho que ela não mudou muito. Foi mais a parte de programação mesmo, sugestão de programas e mudanças na grade. Mas na produção de notícias, a gente procura seguir mais ou menos o que a gente já vinha fazendo desde que eu entrei, até porque os coordenadores, como a gente já está aqui há mais tempo, eles é que estão chegando depois. Eles se apoiam um pouco na experiência que a gente tem para dar seguimento ao trabalho.

F – Você acha que essas mudanças acabam interferindo de maneira negativa ou positiva?

E03 – É claro que o fato de ter mudanças quase que anualmente interfere bastante sim. Se você tivesse um planejamento de um período mais longo de coordenação, eu acho que a parte do trabalho seria melhor. Porque tem coordenadores que entendem que a gente tem que cobrir tudo, que um repórter tem que, de uma maneira mais rápida, fazer várias pautas por dia. Tem uns que não, vamos fazer mais reportagens especiais, mais devagar e vamos fazer mais na Casa o que a gente considera de maior relevância. Tem muito evento que acontece aqui dentro. Então, cada vez que entra um coordenador novo a gente não sabe exatamente como é que vai ser e de que forma a gente vai continuar trabalhando. Então, eu acho que interfere bastante sim, prejudica o trabalho, a produção. Depois que engrena, leva um tempo para o novo chefe, o novo coordenador engrenar, uns dois meses, três meses até. Não só a mudança de coordenação interfere no nosso trabalho, mas a mudança de Presidência também, que eu acho que é o que mais interfere. Porque a gente segue a orientação que vem da Presidência da Casa, de como se deve fazer a cobertura dos eventos. Então, tem presidente que entende que a gente deve acompanhar a agenda de presidente, tem presidente que entende que não, que é institucional. Então,

isso interfere bastante, essa mudança por conta de mudanças políticas mesmo.

F – A partir dessa mudança recente, como está o ritmo agora, você acha que as mudanças são boas?

E03 – Desde que eu entrei aqui até agora - eu até tinha esquecido de te falar antes - teve um período que eu trabalhava na produção de um radiojornal diário, além de ser repórter. Então, a minha rotina era um pouco mais pesada. Depois que o Nikolas entrou, a gente conversou com ele, porque às vezes a gente tinha que acabar produzindo coisas além do que a gente tinha aqui da Casa para manter esse jornal, porque tem dias de mais produção e dias de menos produção. Então, eu percebo que, quando ele entrou, ele viu que algumas pessoas estavam sobrecarregadas. E ele acha que a reportagem tem que cuidar da reportagem. Então, tem que ter um apresentador e alguém que trabalhe esse jornal e novos programas que possam surgir. Só que até agora a gente tem alguns programas que não estão mais no ar e, até agora, eu não sei o que vai acontecer, se vai ter, se não vai ter, quando é que essas pessoas vão vir. Então, eu acho que deu uma queda. Porque tem programa assim, tipo o Entrevista, que era uma entrevista ping-pong mesmo. A gente recebia bastante retorno de rádios porque era um produto muito interessante, porque eles podiam tanto veicular a entrevista, que a gente tentava fazer de assuntos relevantes ou de assuntos que tivessem repercussão aqui na rádio, ou como trechos com sonoras de matéria. Então, era um produto que, para a radioagência, mais tinha resultado. E ele está fora, porque, desde que o Nikolas entrou, porque ele vai passar para outro jornalista também, não está mais sendo produzido. Então, acho que cai um pouco, até ele voltar para a programação, nesses primeiros meses.

F – Em relação à webrádio, tem que ter a produção extra. Como você vê a rádio sendo tocada em relação a isso?

E03 – Eu particularmente dou mais importância e considero mais importante aqui dentro da Assembleia Legislativa que a gente consiga replicar esse produto para outras rádios, que é no formato de radioagência. Quando eu penso na produção, penso no que vai ser interessante para ser

ouvido lá no interior, tanto por nós, tanto pela webradio, quanto por outra emissora de rádio. Eu acho que não existe um cuidado muito grande com relação à programação da webradio. As notícias vão entrando conforme a gente vai produzindo e os programas também. Claro que a nossa prioridade é transmitir a sessão ao vivo e as comissões, é o serviço mais importante que a gente tem na webradio aqui, que é essa transmissão ao vivo do que está acontecendo aqui dentro. Mas a nossa audiência é tão pequena, dá um desânimo de produzir para ela. Porque, talvez, eu acho que não existe um trabalho de divulgação dela, para que ela seja ouvida pelo cidadão, para que a gente pense em produzir para o cidadão realmente, que seria um trabalho bem interessante também, mas hoje eu acho que a parte de radioagência é mais forte. E sobre a parte de pensar em todas as etapas da produção, eu gosto desse trabalho, porque você faz tudo do início ao fim, desde pensar a pauta, a reportagem, produzir o texto que está no site, pensar na foto que vai, eu gosto de fazer isso. Mas eu acho que não deveria ser assim. Eu acho que nós deveríamos ser mais profissionais. Por exemplo, a gente não tem um profissional de edição, a gente não tem um editor, alguém que pense na internet, na página, no que o repórter escreveu. Depois que está na página, depois que o áudio está no ar, depois que o texto está no ar, há uma preocupação de olhar: “ah, tem um erro. Então, vamos trocar”. Então, acho que passa bastante coisa e não deveria ser assim. Acho que deveria ter o profissional repórter, o profissional que produz e o que cuida da edição do material, desde o áudio, a foto, o texto, o título que vai entrar no ar. Porque é muita mudança ter que produzir o texto lá na nossa página e tem muita mudança, mudança de título, mudança de cartola, mudança de foto, mudança de texto, e às vezes erros no áudio que acabam passando também. Às vezes, a gente tem que voltar e tirar, depois botar no ar de novo. Mas internet você sabe como que é. Depois que entrou, o primeiro que ouviu já ouviu daquele jeito, é difícil de consertar.

F – Você falou do profissional que produz. Vocês não têm reunião de pauta. Qual a sua opinião sobre essa questão da pauta, essa liberdade maior, como você vê isso?

E03 – Primeiro, acontece desse jeito porque, como a prioridade é cobrir o que acontece dentro da Casa, a gente não depende, para cobrir um evento, de discutir como que aquilo vai ser, como é que vai ser feita aquela cobertura. Sessão plenária acontece toda semana, três vezes por semana, as comissões, então a gente já tem uma linha de como é que deve ser a

cobertura desses eventos. Por isso, a gente não depende tanto de uma reunião de pauta para tratar desses assuntos que, na maior parte do tempo, a gente trabalha. Agora, outros temas, outras coisas que acabam surgindo, a gente tem sim muita autonomia de debater, de discutir, mas eu não digo que a gente faça sem consultar o coordenador. Sempre que há uma dúvida, que seja diferente do que a gente costuma e da nossa rotina de cobertura, então, a gente vai sim até ele e nunca é feito nada de forma tão independente assim.

F – Mas, neste caso, é o próprio repórter que toma a iniciativa.

E03 – Não existe uma reunião de pauta formal. Já com a entrada desse novo diretor nesse ano, ele sentiu, porque não é só na rádio, nos veículos de comunicação aqui da Assembleia não têm reunião de pauta. A agência também não tinha, não tem. Então, ele sentiu falta disso, pediu que fizéssemos isso e a gente está pensando em fazer de forma conjunta e não independente. Até porque tem que ter uma unidade de como tratar essa informação. Então, há sim uma ideia de se fazer isso. Mas na rádio a gente não faz. É uma reunião informal, porque as coisas vão surgindo no dia a dia e é o repórter que está no local e é ele sim que vai trazer para o coordenador, tomar essa iniciativa, porque é ele que está vendo o que está acontecendo. Eu acho positivo também que a gente tenha a autonomia de pensar de que forma vai tratar o assunto. Afinal de contas, nós somos servidores públicos, a gente vai ficar aqui um longo período, então a gente é bastante responsável pelo que sai daqui. O coordenador vai entrar, vai ficar aqui um período e vai sair depois. A gente vai permanecer. Então, eu também acho importante que a gente tenha essa autonomia, não diria independência, mas a liberdade de trabalhar assim, até por conhecer, por estar há mais tempo aqui, muitas vezes, do que os coordenadores que acabam entrando. Então, a gente conhece mais do que já aconteceu no passado e eu acho que a gente consegue fazer uma leitura interessante de como se deve conduzir o processo. Então, eu vejo que a gente tem a liberdade de produzir e vejo como um ponto positivo.

APÊNDICE 04 - Entrevista 04 – Profissional da Rádio AL

Fabiola (Entrevistadora) – Antes, aqui na Rádio AL, era diferente o processo de produção?

Entrevistado 04 – Na verdade, aqui na rádio a gente nunca teve produtor, o que é bem ruim. Porque na TV tem produtor, que fica ali sentado na frente do computador, assistindo à TV, com o telefone na mão para saber o que está acontecendo na Assembleia e também fora, de alguns eventos que a gente cobria fora, para conseguir coordenar todo esse grupo. Na rádio, como é escasso o número de repórteres, ninguém é produtor. Então, nós mesmos ficávamos antenados para saber o que é que estava acontecendo, porque foi pouquíssimo o tempo que a gente teve um quadro de pautas mesmo. Mas a maior parte do tempo que eu estou aqui, [totalizando] quatro anos, os três anos que eu trabalhei, 2010, 2011 e 2012, não tinha uma pauta diária. A gente chegava e olhava: “ah, tá, eu vou fazer isso hoje às 6h da tarde”. Não, a gente chegava e ia correndo atrás do prejuízo e chegando na frente, né?

F - O que me chamou a atenção é que não tem uma reunião de pauta específica. São momentos de conversa, não é uma reunião marcada. Sempre foi assim?

E04 – É, não tem. Sempre foi. Às vezes, a gente fazia umas duas reuniões por ano, para definir algum negócio ou ver como estava a programação, mas raramente a gente planejava alguma cobertura. Acho que nas eleições talvez a gente tenha feito alguma reunião para saber como seria essa cobertura. Mas, no geral, as reuniões acontecem quando entra o coordenador. Ele se apresenta e fala de algumas modificações, do que vai ser e é isso. Mas a reunião de pauta a gente não tem mesmo. E é engraçado, porque às vezes a gente tem algum furo, assim, de fora, do Diário Catarinense, por exemplo, e você vê novidades sobre a Assembleia e fica: “como é que a gente não ficou sabendo disso antes?”. É engraçado, porque a Casa Legislativa funciona de um modo diferente. Às vezes, alguém dá a notícia de uma novidade e já manda direto para a imprensa, para dar o furo, para continuar com essa amizade com o repórter, para continuar sendo a fonte do repórter fora do jornal e acaba a notícia saindo no jornal e aqui na

Assembleia a gente não sabe de nada. Ou até sabia, mas ninguém falou. É muito chato a gente estar aqui e ser furado pelo Diário Catarinense.

F – Você participou da época da outra coordenadora, trabalhou com o outro coordenador, que ficou um ano, e agora com o novo coordenador. Quais são as mudanças que você sente, tanto quando era repórter quanto agora que é operadora de áudio?

E04 – Bom, eu posso falar também das diferenças que têm sendo coordenada por pessoas diferentes. Geralmente, o coordenador - no caso de todos os coordenadores que eu tive até hoje -, é um cargo comissionado, ninguém era efetivo da Casa. Então, o coordenador, quando ele é comissionado, ele está ali porque alguém indicou para essa posição, indicação de algum deputado. Então, querendo ou não, existe uma tendência maior a atender certo deputado. Não é que os outros são negados, mas você percebe uma diferença. É sutil, é difícil explicar, mas, por exemplo, na presidência do deputado Juarez Ponticelli, o Murilo era indicação do presidente da Assembleia. Então, é claro que você vai ver - se fizer um balanço, uma análise das matérias que entraram no ar -, durante o mandato do deputado Juarez Ponticelli, eu acredito que 30 a 40% delas [matérias] eram ligadas a ele [deputado Juarez Ponticelli], citam o nome dele. Talvez até mais, talvez 50%. Acho que de quatro matérias que a gente editava aqui, pelo menos uma delas falava do Ponticelli por dia. Então, agora mudando a presidência, tudo bem que ele era o presidente também, então vai aparecer um pouco mais do que outros deputados. Mas mesmo assim tinham pautas que a gente percebia que não eram pautas do Legislativo, mas sim de agenda dos deputados, o presidente como deputado, que se fosse outro deputado a gente não faria a cobertura. Por exemplo: uma visita das senhorinhas na casinha dos idosos de Araranguá, sei lá, tem a visita do presidente. Isso não é pauta do Legislativo, é coisa de gabinete. Mas a gente acaba cobrindo, por quê? Porque ele era o presidente. E essa orientação vem da coordenação. Então, isso existe. Agora que mudou o presidente está em suspenso, né? Está meio esquisito, já que a gente está sem presidente mesmo. Quer dizer, estamos com um presidente interino, que é o Ponticelli de novo. Mas eu não sei como vai ser com a entrada de um novo presidente. Sei lá, o Gelson Merísio era um cara mais reservado, ele não gostava tanto de estar bombando na mídia. Não sei o porquê dessa escolha dele, mas era bem mais reservado. Então, o que vinha da coordenação na nossa época, na época do Merísio, a coordenadora falava todo um planejamento para fazer a cobertura do Merísio para não

incomodar muito, porque ele não gosta: [coordenadora da época] “Vocês vão todos juntos, vão perguntar isso, isso e isso, só essas perguntas, não passem dessas perguntas, nem mais nem menos, ele quer falar disso. Então, é isso que vocês vão perguntar”.

F – Então, nessa época existia, vamos dizer assim, uma interferência, uma exigência maior da coordenação e, na época do coordenador seguinte, existia uma interferência menor?

E04 – Acho que não é nem maior nem menor, a gente tem liberdade para escrever aqui. Acho que nenhuma matéria minha foi vetada, nunca, na hora que eu escrevia, ninguém falou: “ah, você tem que tirar”. Às vezes, um ou outro deputado reclama que ele acha que está mal explicado o que ele falou. Houve isso comigo uma vez e acho que aconteceu uma vez com a Nara [outra repórter] também, mas é muito raro. Então, a gente tem liberdade para escrever, colocar e fazer a matéria. Mas vai existir uma tendência de qualquer forma dentro da Casa. Mas eu acho também que a gente sempre está batendo na mesma tecla. Nós, os repórteres, a gente já teve uma conversa entre nós e, de vez em quando, a gente fala que a rádio é a rádio do povo, né? A Rádio AL é do povo também. Não é dos 40 deputados. Porque eventualmente algum coordenador vai e fala: “ah, por que a gente tem que atender os deputados, porque, afinal, a rádio é deles”. Aí eu sempre falo: “não, não é. É do povo”. E essa cadeira aqui também é do povo. É tudo do povo aqui, não é de ninguém. Porque às vezes eles brigam por cadeira: “Essa cadeira é minha”. Eu digo: “não”.

F – Quando estava como repórter, o que você achava bom e ruim na produção?

E04 – Para produzir eu sinto que as pessoas são abertas. Quando eu ligava para algum lugar: “oi, aqui é da Assembleia, a gente gostaria de fazer uma matéria com vocês”, todo mundo era bem solícito, assim, todo mundo achava bem bacana. Mas o problema é que me perguntavam: “ah, como é que eu escuto?”. Eu falava: “ah, no site”. “Ah, não tem no rádio?”. Porque as pessoas querem ouvir no rádio e eu dizia: “não, não tem, mas tem na web, você pode baixar, fazer download, enviar para os seus amigos”. Aí a pessoa dava uma desanimada quando você falava que era uma rádio web.

Mas depois as pessoas falavam e se animavam de novo. Então, as entrevistas eram bem abertas. Isso era bom. Nos outros veículos, talvez as pessoas fossem com o pé atrás, me parece que tem mais credibilidade por ser do Legislativo, as pessoas confiam. É a rádio do governo, ninguém vai me queimar, ninguém vai me atacar, e isso é verdade, né? Se eu vou querer entrevistar um empresário pela rádio da Assembleia, ele tem certeza de que eu não vou fazer uma pergunta que vai deixá-lo numa saia-justa, porque não é o objetivo, essa rádio aqui também não é uma rádio investigativa né? A gente faz um relato das coisas que acontecem da forma mais neutra possível, apesar de todas as funções políticas e as tendências que acontecem. Mesmo a pessoa, pode torcer para algum deputado, né? Isso qualquer funcionário pode ter. Então, talvez ele [o funcionário], no texto dele, dê um brilho a mais no texto, mas não quer dizer que ele vai fazer mal feito do outro. Isso eu nunca notei em nenhum repórter aqui da comunicação. Tem pessoas que têm partido, você sabe que ela é afiliada a um partido, mas você lê o texto dela sobre outro deputado e perfeito, assim, tudo legal. E todos os funcionários que eu conheço aqui são assim.

F – E a parte negativa?

E04 – A parte negativa, olha, a coisa triste, assim, é que, por você trabalhar na Assembleia, as pessoas acham que você não trabalha, que não faz nada, que é vagabundo. É muito triste isso, porque aqui a gente trabalha para caramba, pelo menos nesse setor, o setor de comunicação. Tem dias que não tem nada para fazer realmente, têm épocas que é recesso, têm dias que não tem nada, você fica catando mosquinha, assim, para achar alguma coisa para fazer. Mas quando tem é puxado. E é cansativo também assistir a uma sessão como hoje. A sessão está longuíssima, é exaustivo, é chato, é cansativo, tem que ouvir todos os deputados falando, tudo o que eles falam. Cansa. Tem que cobrir uma comissão, as comissões são supercomplicadas, a votação é rápida, se você perdeu o número do projeto já está perdido. Aí fica um perguntando para o outro: “ah, que projeto era esse? Ele foi aprovado? Foi aprovado o quê? Ah, foi aprovado, mas não foi aprovado diligência. Então, não foi aprovado por causa da diligência”. Então, tem que estar bem antenado, é bem cansativo. E as pessoas na rua acham que a gente não faz nada. Isso é bem chato. Essa é a parte negativa. E na questão de produção, não tem. Na rádio falta um produtor, seria legal se tivesse. Agora tem a produtora, eu não cheguei a trabalhar com ela, mas ela dá uma

força legal, assim: “Ah, estou precisando buscar”, é bem solícita, “precisa de não sei o quê?”. E aí é isso.

**APÊNDICE 05 - Entrevista 05 – Eduardo Meditsch, professor
coordenador da Rádio Ponto da UFSC**

Fabiola (Entrevistadora) – Professor, a Rádio Ponto é a primeira webrádio universitária, criada em 1999 e eu gostaria de saber de que forma isso de fato interfere no próprio ensino dos alunos, no sentido de formá-los como jornalistas.

Prof. Eduardo Meditsch (Entrevistado 05) - Bom, o que eu posso comentar é pela minha experiência como professor, antes de ter a Rádio Ponto e depois de ter a Rádio Ponto. Antes de ter a Rádio Ponto, a gente trabalhava muito com programas gravados, produzia programas também, mas não tínhamos onde veicular esses programas. A gente até fazia por fora das disciplinas alguns programas em emissoras, mas nas disciplinas a gente fazia programas que não eram veiculados. Acho que é o mais normal de acontecer nos cursos de jornalismo e, infelizmente, isso cria uma situação falsa, porque a gente produz para ninguém e a gente tende a se afastar muito da realidade. A ideia dos programas da Rádio Ponto nas disciplinas é nos aproximarmos um pouco mais da realidade, no sentido de se ter primeiro um *timing* próximo do que acontece na produção do radiojornalismo real, que é outro problema, porque as estruturas de aula num curso de jornalismo são pensadas na lógica da educação, que não é a lógica da profissão. E o curso serve para preparar as pessoas para a profissão. Então, a gente tem que, às vezes, quebrar um pouquinho a lógica da aula para se aproximar da lógica da profissão. Isso nem sempre é bem entendido, inclusive pelos alunos. Eu vejo avaliações que os alunos dizem: “ah, mas passamos um tempo da disciplina, alguns ficaram sem nada para fazer, outros ficaram fazendo”. Mas é porque numa redação de rádio isso acontece assim também. Então, para a gente imitar a redação de rádio, quebra a lógica da aula. Então, o equilíbrio entre uma coisa e outra é muito difícil de alcançar, mas a gente tenta sempre alcançar. Acho que ainda a Rádio Ponto não é o ideal. Por quê? Porque a Rádio Ponto não tem ainda um público real, não tem um público permanente, real, o que faz com que, embora a gente consiga suprir com essa experiência alguns aspectos, da velocidade da produção, da tensão, do estresse de colocar uma coisa no ar, com hora marcada, que antes a gente não tinha, o feedback ainda é muito pequeno, porque não existe um público real. E acho que é fundamental para uma experiência do jornalismo ter um público real, porque só aí a gente

pode realmente medir quando “pisa na bola”, quando dá um desvio ético quando a gente fala, porque o jornalismo sempre falha pela velocidade em que é feito e essa etapa seria muito importante na aprendizagem.

F - Você tocou num ponto de a Rádio Ponto conseguir se aproximar mais da produção do mercado de trabalho. A partir dessa produção maior, o fato de não ter um manual de rádio, um público, você acha que isso prejudica de alguma maneira as discussões que os alunos têm para pauta, que eles podem não estar levando em consideração o público?

E05 – Acho que sim, porque acho que isso é um problema não apenas na faculdade, embora na faculdade seja talvez mais intenso, mas, mesmo na vida profissional, o jornalista muitas vezes imagina um público ou subentende que tem um público que muitas vezes não é exatamente o público que ele imagina, não é o público real. Então, é muito importante ter essa relação com o público, uma relação mais real possível. Hoje a internet justamente possibilita essa proximidade muito maior com o público, os canais de feedback são múltiplos e muito mais fáceis de usar, porque antes era só o telefone e as cartas, e acho que isso é muito importante. E seria importante aqui. Eu sempre sou dessa visão. Sempre quando se discute o que deve ser a Rádio Ponto há uma divisão de opiniões, se ela deve imitar uma rádio real, uma rádio profissional, ou se ela deve ser uma rádio mais experimental, que exista uma maior tolerância, invenção, imaginação, que se experimentem coisas diferentes. Eu acho que o ideal é que ela conseguisse as duas coisas, mas em fases diferentes da educação dos alunos. Eu acho que no começo tem que se aproximar o máximo possível do que é real, para que numa segunda fase, a gente conseguir criar alguma coisa nova. Porque não adianta querer criar alguma coisa da realidade sem ter uma base real, porque essa coisa vai ficar muito distante da realidade e não vai ter aplicação na realidade.

F - Pensando na internet e trazendo para o lado da criatividade, existe alguma diferença pelo fato de ser uma webradio e não uma hertziana, seja diferença de informação, de linguagem ou outro aspecto?

E05 – Bom, eu acho que o fato de ser uma rádio na internet permite uma maior elasticidade em relação à segmentação. A gente,

eventualmente, vai cobrir alguma coisa e pode se dirigir a um público específico interessado naquela coisa e, nesse sentido, é que pode influenciar a programação, influenciar no sentido do conteúdo, da informação. A gente pode, por exemplo, cobrir a eleição para reitor, a gente sabe que está falando com o público da universidade que está interessado nisso, então, a gente se volta mais para esse público. Vai cobrir um programa esportivo tem um público diferente. Então, acho que a lógica da rede que está na internet acontece também com o público e a gente volta para os diversos públicos. Isso em termos ideais. Se isso realmente acontece é outra história, mas poderia acontecer. Mas acho que a gente, ainda em termos de linguagem, está devendo muito, não avançamos muito no desenvolvimento de uma webemissora e isso não é um problema só nosso, é um problema do uso da internet pelo rádio. Eu acho que pelo fato de as emissoras de rádio, na sua maioria, as que têm recursos para investir em pesquisa, em destaque, que são as emissoras hertzianas quando usam a internet, elas usam apenas como uma nova vitrine para a sua mesma programação. Então, elas usam muito pouco, experimentam muito pouco dos recursos da internet. E normalmente quem tem uma webemissora, como nós, que não tem uma emissora hertziana, não tem recursos para investir muito. Por exemplo, um software que seria óbvio, básico, para ligar a programação sonora na interface gráfica da web seria de que, quando entrasse um programa ao vivo, isso aparecesse instantaneamente no site. E isso não acontece. O site é estático, enquanto a programação sonora, o *streaming* é em movimento permanente. Isso teria que ser adaptado. Quando a gente interrompe e mesmo quando está rolando a programação gravada em *streaming*, que é uma parte da programação, o site teria que mostrar qual é o programa que está tocando. E isso não acontece. Quer dizer, isso é um software que está “caindo de maduro”, mas que não foi desenvolvido ainda. Então aí que a gente vê o desinteresse em desenvolver a webradio por parte de quem tem recursos para tal. Nenhuma emissora faz isso no mundo, eu acho. Eu nunca vi uma emissora de rádio que fizesse isso. E é a coisa mais óbvia e é um problema mais geral da internet. A internet ainda não desenvolveu as maneiras mais inteligentes, apropriadas, de editar áudio dentro do contexto multimídia. Mesmo quando um site que não é de rádio, um site de notícias, por exemplo, usa áudio, isso está sempre num canto da página, não é integrado na programação, digamos, visual, que está incluído o texto, a imagem. É preciso pensar numa lógica que consiga cruzar o uso do espaço com o uso do tempo. E isso é uma coisa que talvez só o audiovisual tenha encontrado uma maneira e que nós precisamos encontrar na internet. Mas

esse é um problema geral da internet, não é um problema do rádio, mas o rádio passa por aí também.

F - A Rádio Ponto era a emissora da universidade, mas agora a UFSC tem a sua emissora própria. Está criando isso. Isso interfere na Rádio Ponto?

E05 – Não. Quer dizer, durante um tempo, em que nós tínhamos uma relação mais próxima com a reitoria, principalmente quando nós produzíamos o [projeto de extensão] Universidade Aberta, que era um projeto muito grande, a gente até tinha a expectativa de que, quando se criasse uma rádio, essa rádio pudesse ser tocada a partir do curso de Jornalismo. Hoje já não tem mais essa expectativa. Acho que a comunicação da universidade passa por entraves políticos muito complicados e dificilmente um reitor, essa reitoria presente, por exemplo, teria essa confiança no curso de Jornalismo. Infelizmente, porque as experiências internacionais que a gente tem, eu sempre uso o exemplo da Universidade da Flórida, que aliás inspirou o Universidade Aberta, é que são as emissoras de rádio e de TV universitária mais bem-sucedidas nos Estados Unidos, em termos de público e de prestígio, são as emissoras produzidas por cursos de Jornalismo. Mas aqui provavelmente não vai acontecer, como não está acontecendo com a TV universitária. A TV universitária é tocada autonomamente, como vinculada à reitoria, mas os alunos do curso produzem programas que são veiculados lá. Então, acho que quando for criada a emissora de rádio universitária, o que vai haver é um grande redirecionamento da produção do nosso laboratório de rádio, inclusive, talvez das disciplinas, para a emissora hertziana da universidade. E aí talvez a Rádio Ponto fique mais em segundo plano e talvez assuma mais esse caráter experimental, já que a gente vai ter uma emissora real para colocar alguns tipos de programa. Então, é claro que vai ter toda uma reestruturação do estúdio para atender a toda essa demanda de programas para a rádio universitária. E a Rádio Ponto vai ser uma rádio experimental do curso de Jornalismo.

F - Os programas da disciplina têm caráter experimental. Os núcleos já têm mais qualidade e até o próprio ânimo dos alunos é diferente, fazem porque gostam. A Rádio Ponto faz os alunos dos núcleos pensarem num novo radiojornalismo informativo?

E05 – Bom, eu acho assim, dentro dos próprios núcleos existem vários níveis. O pessoal que está iniciando nos núcleos geralmente é o pessoal que está começando a cursar o curso de Jornalismo, está nas primeiras disciplinas de rádio, e depois o pessoal que está há mais tempo nos núcleos é o pessoal que tem mais experiência, que está dirigindo os núcleos. Então, ali também há uma diferença de níveis, inclusive o núcleo de esporte tem uma hierarquia de programas, com o programa para os iniciantes e os programas para quem tem mais experiência. Então, a qualidade também varia muito. E a qualidade também varia muito porque o trabalho do núcleo é voluntário. Então, os alunos têm seus compromissos de aula, têm seus compromissos de bolsa, que muitas vezes não são do rádio, e acabam no tempo que sobra, eles têm muita motivação, mas muitas vezes não têm o tempo necessário para se dedicar à rádio. Então, um problema também da manutenção da qualidade, que eles lutam muito para manter essa qualidade, mas nem sempre conseguem. Mas claro que o pessoal mais experiente tem mais capacidade de experimentar. Agora, acho que nós temos um problema estrutural no Laboratório de Rádio e no curso de Jornalismo como um todo que é essa falta de convergência entre rádio e internet. Os alunos, claro, passaram pelas disciplinas da internet, eles são da geração da internet, mas eles acabam usando a internet mais através de aplicativos, como Facebook, Twitter, para fazer essa convergência com a programação do *streaming* da rádio e nós não conseguimos ainda, no próprio site da rádio, explorar as potencialidades da internet e fazer essa ligação. O site da Rádio simplesmente coloca os programas em *streaming* e depois vai colocar o podcast desse programa acompanhado de uma foto, de alguma coisa. Mas eu ainda acho que é muito estático, muito fora do potencial, muito longe do potencial que pode ter essa convergência.

F - Esse seria o grande problema da Rádio Ponto?

E05 – Acho que sim. Acho que a Rádio Ponto, até por essa incrível participação que tem, muita gente participando, poderia ser uma webradio experimental que estivesse abrindo caminhos para outras webrádios, pela estrutura e disposição que a gente tem aqui. Mas ainda falta essa ligação, inclusive dos professores de rádio com os professores de internet para a gente fazer essa convergência.

APÊNDICE 06 - Entrevista 06 – Valci Zuculoto, professora coordenadora da Rádio Ponto da UFSC

Fabiola (Entrevistadora) – Professora, podemos iniciar essa entrevista falando sobre a estrutura da Rádio Ponto.

Profª. Valci Zuculoto (Entrevistada 06) – Então, primeiro deve-se definir como a Rádio Ponto funciona. É que na verdade, a Rádio Ponto é uma rádio laboratório, ela está ali para servir as disciplinas de rádio e também aos trabalhos de rádio, à formação de rádio daqui. De alguma forma ela é uma rádio laboratório e também é um projeto de extensão. Foi a forma que a gente encontrou de continuar desenvolvendo a rádio e, além disso, nós temos um laboratório de radiojornalismo ali. Então, na verdade, é uma rádio que está dentro de um laboratório de radiojornalismo, porque nem tudo que se faz de prática laboratorial vai para a rádio, mas a maioria do que a gente faz ali vai para a Rádio Ponto. Então, primeiro é isso, nós temos uma área de radiojornalismo ali e ela está dentro dessa área. Então, ela serve as disciplinas, ao desenvolvimento da extensão e à comunicação também da própria universidade, porque ela se transforma numa vitrine da universidade, porque a gente faz alguns programas para a universidade, coberturas sobre a universidade, não aquela coisa meramente propagandista, mas discutindo o que acontece aqui dentro da universidade jornalisticamente também, com programas de debate sobre isso. O laboratório inclui várias outras coisas, não atende a rádio só. Na verdade, a rádio é atendida pelo laboratório. Na verdade, quem deve ter mais estrutura, mais bolsistas, é o laboratório. Bom, mas o nosso foco é só a rádio. E a Rádio Ponto também, como ela não é uma rádio convencional, uma rádio montada, começou com um estúdio de rádio e foi evoluindo com o desenvolvimen to da internet, que foi permitindo a rádio, porque antes, o que a gente fazia, as produções, não era veiculadas. Isso é bom, para a formação dos alunos também, é bom que eles não só façam e fique guardado. É bom que a sociedade ouça, que sirva para alguma coisa, tenha uma recepção não só para olhar: “ó lá que legal, o programa que o pessoal lá faz”, mas que tenha repercussão na vida social aqui de Florianópolis, da universidade pública, que o povo está pagando e está dando o seu retorno para a sociedade também. Por isso, a gente transformou em projeto de extensão. Mas dentro dessa grande área aí, a rádio, como ela não é uma rádio convencional, como a gente antes ia atrás, buscava espaços em rádios,

mas ainda bem que a gente tem a nossa Rádio Ponto hoje. Mas uma rádio precisa não só de veiculação, tudo isso, mas precisa de estrutura também. Então, a forma que a gente viu realmente é fazer essa composição de ela estar inserida dentro da grande área do radiojornalismo daqui do curso, para que ela pudesse ter programação, ser o canal de veiculação dos trabalhos dos alunos aqui do curso e para que a gente pudesse prestar um dos pontos da nossa missão enquanto universidade, que é fazer extensão, fazer pesquisa, não só formar, mas fazer extensão com a sociedade, pesquisa. Assim, a gente fez essa integração dentro dessa área do rádio. Na verdade, a gente criou uma área e foi fazendo essa integração. Inclusive, as disciplinas produzem programas, colocam produções ali, inclusive os calouros, quando entram. Mas a gente sempre faz questão de dizer, até porque pode ter, não ter a qualidade maior, não ter um aprofundamento maior, mas, por exemplo, o programas que os calouros fazem eles estão começando, é o primeiro contato deles com o jornalismo, com o rádio, obviamente que a gente não vai deixar que eles cometam erros que possam ter uma repercussão muito negativa, mas ali pode ver, eu já transmiti pela rádio aulas de radioteatro ao vivo, enquanto estava fazendo ensaios, coisas assim. Isso é interessante. Então, a gente viu dessa forma. As disciplinas também têm programas. Não chegam a ser, não diria nem que eles não são permanentes, eles são praticamente permanentes, porque a cada semestre muda o nome dos programas, o foco dos programas é cada turma que define, mas a gente sabe que todo semestre vai ter programas semanais ou quinzenais das duas turmas de rádio I, que vai ter de redação para rádio, que as disciplinas optativas como a Cátedra FENAJ UFSC, de auxílio à cidadania, que já está no ar desde 2002, que vai ter o [programa] Jornalismo em Debate, que discute as questões do Jornalismo, essas grandes coberturas que o jornalismo faz ou essas coberturas do dia a dia. E isso aí resulta em muito bons programas. As disciplinas também contribuem, ajudam a construir a grade colocando os seus temáticos, os “tematiquinhos”, que são os programas finais que os alunos fazem para a conclusão das disciplinas, com os TCCs também. Então, nós temos os núcleos, sendo que um núcleo não é nem um projeto de extensão, que é o núcleo do Lança Perfume, um dos ótimos núcleos que tem ali que é responsável por vários programas da grade e é um núcleo só voluntariado. Então, eles praticam, eles contribuem para melhorar a grade da rádio, o que eu acho uma das coisas bem legais dos nossos núcleos de produção ali é que eles já vão formando, os calouros entram, eles já convidam, já têm aqueles programas, tanto o núcleo de Radiojornalismo Esportivo quanto o Lança Perfume já têm um programa que a responsabilidade é dos calouros.

Então, eles já vão formando para que depois o programa continue, porque a passagem deles por ali é quatro anos, no máximo, quando não menos tempo, porque eles também querem experimentar outras áreas. Mas eles já vão tratando de formar, de estimular os que estão entrando a querer ter os seus programas na rádio, a sua programação na rádio. O núcleo de Radiojornalismo Esportivo, como eu consegui transformar num projeto de extensão também, ele tem um bolsista só, mas é um dos que têm o maior número de voluntários, né? Mas o voluntariado ali na Rádio Ponto, eu acho que semestralmente deve ter em torno de 50, 60 pessoas trabalhando, fora os bolsistas. E tem bolsistas também que, nas horas que não estão na bolsa, eles estão lá trabalhando como voluntários, eles estão fazendo programas como voluntários. Enfim, a coisa está se construindo de uma forma muito legal, com um trabalho muito coletivo e de integração, que é o que eu acho mais importante. Então, é integração entre as disciplinas, os núcleos de produção e de extensão, que são projetos de extensão também. A gente não tem mais um projeto que a gente tinha, que era o Fazendo Rádio na Escola, que atendia escolas do ensino fundamental e médio, não tem mais enquanto projeto mesmo, não dá, porque são dois professores para ter tantos projetos, eles nem aceitam tantos projetos, nem cabe. Mas dentro da Rádio Ponto e do laboratório de rádio a gente voltou a atender, nós estamos com um atendimento mais sistemático. Agora nós estamos trabalhando com essa escola aqui perto da Penitenciária, Escola Teodoro Sampaio, que nós estamos fazendo um atendimento sistemático. Então, vão todos os núcleos da rádio, os bolsistas do laboratório, a gente faz um esquema para atender. Então, de alguma forma, a gente voltou com o outro projeto que a gente tinha, que é o de atendimento às escolas. E mais os programas voluntários, que não são ligados aos núcleos, mas que sempre têm alguns alunos que se interessam em fazer, ou seja, mais os TCCs. Claro que a Rádio Ponto não tem uma programação como se vê aí nas rádios convencionais, mas é uma programação muito boa, porque o que fica ali no acervo é atemporal, você pode ter para pesquisa, para contextualização histórica. E a gente mantém, pelo menos, agora não lembro exatamente, em torno de uns 10 programas, podem ser semanais, quinzenais, talvez mensais e tem um quadro fixo, uma grade fixa de programação ao vivo semanal, que não é só programação de acervo. Então, nesse ponto, eu acho que a gente está não só construindo um modelo diferente de rádio para uma universidade, mas um “modelinho” diferente de webradio também, que eu acho que já está dando muito o que pesquisar, já está virando referência, porque a gente também faz cobertura, também está buscando. Ali o núcleo de Radiojornalismo Esportivo está buscando não só formar os estudantes para a ocupação desse espaço e para

atender a demanda que tem do jornalismo esportivo uma demanda que está crescendo nas rádios mesmo, mas o jornalismo esportivo como um todo está assim, os grandes eventos que estão vindo para o Brasil. Então nós temos uma demanda de profissionais mais especializados nessa área. É necessário formá-los, capacitá-los para atender a esta demanda. Mas também de provocar, isso que eu digo, porque eu acho que uma universidade, um curso de jornalismo, não tem que formar para o mercado, só para atender as demandas que estão ali. Ele tem que formar profissionais com capacidade de intervir neste mercado, de criar coisas novas, de dar soluções em termos de modelos. No caso do rádio, de um modelo de coberturas que ainda não estão bem definidas, ou que por todas essas transformações, que o jornalismo, as comunicações e as mídias vêm sofrendo, especialmente por questão das novas, das mais recentes novas tecnologias, então, isso faz com que a gente também tenha que experimentar com eles, também tenha que criar com eles. Acho que o radiojornalismo esportivo está procurando atender isso, embora ainda de uma forma muito lenta, mais lento do que a gente gostaria, a gente gostaria que fosse muito mais rápido, com muito mais profundidade, mas dentro da estrutura que a gente tem, do número de pessoal, mesmo ainda com um pouco de deficiência de estrutura física e de equipamentos e de pessoal, eu acho que a gente está fazendo um bom trabalho e já está conseguindo contribuir, inclusive nacionalmente, em relação a isso. Até como fazer uma Grande Jornada diferenciada, a participação das meninas também, das jornalistas femininas no jornalismo esportivo, que até hoje é bem recente o fato de ter mulheres trabalhando na área do radiojornalismo esportivo e é uma coisa que a gente tem que fazer, porque as pesquisas estão aí. A pesquisa do perfil do jornalista brasileiro feita aqui pela Sociologia da UFSC, da Pós-Graduação em Sociologia junto com a FENAJ, mostrou que o número de mulheres jornalistas é maior, ou seja, nós temos uma tendência a transformar esta profissão numa profissão principalmente feminina, na mão-de-obra feminina. Então, isso aí a gente vai ter que ver. E se o jornalismo esportivo é uma área que está demandando cada vez um maior número de profissionais e profissionais mais capacitados e criativos, então temos que formar nossas meninas para isso. Temos que ensinar nossas meninas a fazerem jornalismo esportivo. E ali a gente está fazendo isso, inclusive na narração, que é uma coisa que até hoje eu não lembro de ter ouvido. A gente já ouve as mulheres fazendo reportagem no jornalismo esportivo, fazendo comentários, tudo isso, fazendo apresentação, agora narração a gente não vê e não ouve. Então, eu acho que aí é uma contribuição, estamos tentando ver isso aí, fazendo adaptações,

experimentações, ou seja, a Rádio Ponto ela é...como a gente definiria a Rádio Ponto? Ela é um espaço ao mesmo tempo de prática, para complementação da formação, é uma mídia de comunicação e de integração da universidade com a sociedade e é também um espaço de extensão, ou seja, a gente está construindo um modelo próprio do que deve ser uma webemissora universitária.

F – E na questão do ensino, como você avalia a Rádio Ponto?

E06 – É, a gente na verdade criou, vamos dizer assim, uma metodologia aqui dentro que é própria. Mas eu não acho também que essa metodologia é tão inovadora, porque, no momento em que você trabalha com voluntariado, tem que fazer isso, tem que delegar, senão a gente não teria tanto espaço. Se tem dois coordenadores, só aqueles dois coordenadores não dariam conta. E funciona de alguma forma. Isso também é bom, porque eles experimentam uma forma que, os alunos, principalmente os alunos de jornalismo, reclamam muito: “ah, nós temos que ter contato com o jornalismo diário, como é?”, “temos que fazer o jornalismo diário, como é mesmo?”, “no mercado, como é uma emissora de rádio, como é trabalhar numa emissora de rádio”, “como é trabalhar numa emissora de TV”, “como é trabalhar num jornal, numa revista, na produção de um site jornalístico, como é esse dia a dia”. Então, a Rádio Ponto dá essa oportunidade para eles. E como funciona uma rádio a gente diz para eles que, de alguma forma, a gente está experimentando aqui como vai ser a vida deles lá fora e depois, de uma forma um pouco mais light, porque aqui eles têm o professor, que admite o erro às vezes para depois corrigi-lo. Claro, não que fora não se possa errar, mas aqui eles estão sob uma supervisão constante. É claro que a supervisão não se dá cotidianamente, de hora em hora, em cada programa. Então, de certa forma, a gente está reproduzindo aqui como eles podem trabalhar numa emissora de rádio, que é dessa forma. Tem núcleos de produção, tem departamentos - aqui nós chamamos de núcleo - e cada departamento tem o seu coordenador, o seu supervisor, ou seja, a supervisão geral. Neste momento, eu sou a coordenadora da Rádio Ponto e a supervisora do laboratório de Rádio. O professor Eduardo [Meditich] também coordena, coordena dois projetos de extensão lá dentro do rádio, que são de produção, de pesquisa também, de montagem do Museu do Rádio. O que isso faz, né? Nós somos os coordenadores gerais, nós temos que delegar, porque é assim mesmo que funciona a vida aí fora. É assim que se dá a comunicação aí fora. Tem

instância e espaços deliberativos, o que a gente procura fazer e nem sempre é possível, até pela própria carga de trabalho que eles têm, não só pelas bolsas, mas também pelas disciplinas, tem que assistir às aulas, tudo. Com os bolsistas a gente costuma fazer reuniões semanais, bem periódicas para discutir as questões mais gerais ali, de funcionamento da rádio, do laboratório, tudo isso. Mas se procura fazer sempre uma reunião mensal de todos que trabalham. Não conseguimos colocar em prática, porque está sempre essa história, por enquanto só estou eu de professora ali e tem que ainda atender a tudo isso, porque a ideia era [fazer reuniões semanais]. Na verdade, não se conseguiu implantar, se conseguiu fazer algumas [reuniões] só, mas uma reunião mensal a gente consegue fazer com todos, para avaliação da programação, das coberturas especiais que se fez, então, é uma forma de trabalhar. Nós estamos testando, aplicando, a gente vai vendo, vai definindo métodos pedagógicos, métodos profissionais também, mescla tudo isso e tentamos desenvolver a rádio. Mas a minha avaliação é que, embora a gente não consiga ainda dizer: “ó, chegamos numa forma ideal de desenvolver essa rádio”, encontramos uma fórmula de desenvolver uma rádio que é, ao mesmo tempo, extensão, pesquisa, laboratório, prática de ensino, tudo isso. Eu acho que a gente está no caminho correto e mostra que a rádio já criou um público. Pode não ser um público muito extenso, mas ela já criou o seu público, já tem um público cativo e a tendência é de que ela passe a ser referência, pelo menos em algumas áreas.

F - O fato de ser uma webradio influencia?

E06 – Então, na verdade, ela é uma webradio, mas ela ainda se constrói muito como uma rádio tradicional. Então, aos poucos o site dela não mostra ainda que ela é uma webradio. Nosso foco maior ainda está na adequação, na adaptação de linguagens e formatos e os modelos de rádio, que até hoje se desenvolviam na rádio tradicional. Então, eu posso dizer que, em termos de formatos e de modelos, ela ainda é muito mais uma rádio convencional do que uma webradio propriamente. Mas a gente já está experimentando e, inclusive, o fato de existir o rádio na internet hoje muda inclusive o rádio convencional. Então, eu acho que a gente já naquela mescla, fazendo o rádio convencional e ao mesmo tempo uma webemissora. E também como ela foi uma das primeiras webemissoras, a gente vem construindo junto com o que vem sendo construindo aí, para o desenvolvimento, para a estruturação, porque uma webemissora ainda é muito nova. O conceito de rádio nesse ambiente de hoje, o ambiente da

convergência, ele também ainda é muito novo, ele também está sendo definido, ele ainda é inconcluso, polêmico e, por vezes, até bem divergente. Então, nesse sentido, eu acho que a Rádio Ponto está se tornando um referencial. Porque ela encontrou, veja bem, olha só o que a gente está fazendo, a gente está fazendo uma webradio, que é rádio laboratório, que é extensão, que é pesquisa também, ou seja, que faz esse intercâmbio não só da migração para uma plataforma que permite a convergência, mas que também estamos fazendo com esse novo modelo que exige que a gente, inclusive, reformule o ensino de rádio. Então, nesse sentido que eu disse que ela já está se tornando uma das referências, é porque a gente vem trabalhando muito em cima disso. E essa história de criar um voluntariado e fazer a integração entre a extensão, as disciplinas, o laboratório e o voluntariado também e a pesquisa, não digo só aqui, mas também em outros lugares, onde há essa integração com a pós-graduação. Ou seja, há uma integração. Tudo isso aí faz com que a gente esteja, de alguma forma, não só contribuindo para o desenvolvimento do webradio universitário, que já é diferenciado da webradio. A gente tem várias especificidades para atender aí, estamos todos contribuindo, inclusive, para essa forma que a gente encontrou, de não ficar: “isso é ensino, isso é laboratório, agora nós temos a webradio”.

F – E qual a sua avaliação sobre as dificuldades encontradas?

E06 - Eu acho que hoje a gente não tem uma [dificuldade]. Na verdade, acho que é falta de bolsistas. Nós estamos com bons bolsistas, talvez se aumentasse poderia melhorar, mas também não adianta a gente ter um número excessivo de bolsistas e não ter um bom número de professores. Eu acho que mais professores que pudessem estar presentes ali colaborando e ajudando a coordenar e mais técnicos também. Isso eu acho que faz falta. Técnicos e mais professores para a gente conseguir dar conta de chegar nisso, nesse ambiente de integração total, não só do ensino, com a pesquisa e com a extensão, mas de integração disso aí e com as outras, porque nós estamos trabalhando num ambiente de convergência, então, a gente tinha que ter. A gente faz algumas coisas na integração, mas a nossa integração com as outras áreas do curso ainda é pouca, se a gente conseguisse uma integração maior, ter mesmo um ambiente de convergência também no ensino, mas são dificuldades acho que não são só desse tempo midiático, mas também desse tempo de ensino, de condições. Eu acho que ela [Rádio Ponto] está indo bem, mas ela tem dificuldades, poderia estar indo muito

melhor. Uma das coisas que a gente está também é trabalhando com parcerias, convênios, isso aí era antes também para que a gente não faça só para a rádio e não fique só aí na Rádio Ponto. Isso aí é o efeito em cadeia, porque a gente tem tido retorno de ouvintes, por exemplo, que ouvem na Rádio Joinville, porque lá na Rádio Joinville a gente passa alguns programas inteiros, agora outros a gente faz uma compilação, a gente faz um compacto da nossa programação ao vivo da semana e manda para lá. Aí as pessoas ouvem aquele compacto: “ah, eu quero saber mais sobre isso”. Então, a gente está agregando audiência a partir das nossas parcerias também. E também é bom para a rádio, por exemplo, para a Rádio Joinville, com a qual a gente tem essa parceria; é bom para nós, porque a gente também troca experiências, ou seja, isso aí não temos tanta dificuldade. Na verdade, nós só não construímos mais. E a gente faz outras parcerias pontuais, para cobertura das eleições, com várias rádios do país, com outras universidades também. Agora das manifestações³⁶, a gente fez com outros cursos, teve voluntariado de cursos de outros estados, estudantes de outros estados, mas é outro caminho em que a gente está, acho que não somos só nós que usamos, outros também usam as próprias rádios profissionais, mas isso é bom. Mas a gente poderia talvez ampliar as nossas parcerias se a gente tivesse mais. No momento, eu acho que é o nosso principal problema ali da rádio, porque eu acho que, em termos de equipamento, a gente está, se não está no “top dos tops”, a gente procura manter sempre atualizado. A gente sabe que na universidade as coisas andam mais lentamente, mas a gente nunca esteve totalmente defasado, sempre teve equipamentos. Então, acho que a nossa maior dificuldade mesmo é a estrutura de pessoal, principalmente professores e técnicos. O resto está tudo pronto para a rádio decolar, mas decolar mesmo. Eu digo que ainda está subindo devagarinho, está muito lento esse aviãozinho, está muito lento. Mas quando ele ganhar, quero chegar lá, não estamos voando em cruzeiro ainda, mas estamos subindo. Então, eu acho que se a gente tivesse um pouquinho mais de estrutura de pessoal, de professor e de técnicos ali a gente já conseguiria voar em cruzeiro e ir embora.

³⁶ A entrevistada refere-se à manifestação popular ocorrida no mês de junho de 2013.

APÊNDICE 07 - Entrevista 07 – Aluno integrante da Rádio Ponto da UFSC

Fabiola (entrevistadora) – Você é um dos mais antigos no curso e também é um dos fundadores do Núcleo Esportivo. Então, gostaria que você comentasse por que criaram o núcleo, como foram os primeiros momentos e as alterações nesse período.

Entrevistado 07 – Quando eu cheguei no curso em 2009 já existia um grupo de cobertura esportiva aqui. Se eu não me engano, tinham retomado em 2008, porque a história de cobertura esportiva é muito antiga aqui. Então, quando eu cheguei como calouro a gente manteve o grupo de cobertura esportiva, mas muito do pessoal que já tinha participado havia deixado o grupo, então, os dois membros mais antigos, que nem eram tão antigos assim, eram veteranos da terceira e quarta fases, e aí em 2009 a gente manteve a mesma base e quando veio em 2010, a cobertura da Copa do Mundo, foi agregada muita gente. Muitos calouros e até o pessoal que não participava resolveu participar. No primeiro semestre de 2010 a gente ficou na função da cobertura da Copa, de todas as organizações, transmissões. No mês de junho a gente só fez transmissão. E quando entrou no segundo semestre de 2010, a gente sentiu uma necessidade de transformar aquele trabalho voluntário em algo a mais. Então, a gente passou 2010 inteiro, a segunda parte de 2010, conversando com os professores, o Eduardo Meditsch e a Valci Zuculoto, para ver o que a gente poderia fazer para transformar aquele projeto, que era só um projeto de grupo, só de alunos voluntários, em algo a mais, melhor orientado. E aí, quando entramos em 2011, no primeiro semestre, a [professora] Valci nos deu como sugestão escrever um projeto, como alunos mesmo, e ela nos daria esse aval e se tornaria um projeto de extensão, ou seja, ter um professor nos orientando oficialmente, porque já nos orientava, mas não oficialmente, e podia ter possibilidade de recursos, bolsistas, etc. Em 2011, nós reunimos cinco ou seis e escrevemos esse projeto e, naquele mesmo semestre já foi aprovado e começou a história do núcleo. Então, o ano de 2011, entre o segundo semestre de 2010 e o primeiro semestre de 2011, foi o ano de estruturação e, a partir daí, no segundo semestre de 2011, a gente começou a crescer muito. Então, o que era antes um programa só, o Bola na Trave, quando passou para o segundo semestre de 2010 a gente agregou o UFSC Esporte Clube; no primeiro semestre de 2011 a gente trouxe de volta

o Ponto de Encontro; e no segundo semestre a gente trouxe o programa das meninas. No final, a gente estava numa média, só do núcleo, de cinco a seis programas por semana. Assim se manteve em 2011 e por um tempo de 2012. Em 2012, a gente voltou a ter um projeto de cobertura que foi com a Euro, a Eurocopa de 2012, e em 2012, no segundo semestre, muita gente fazendo muita coisa, o pessoal estava muito cansado, a gente deu uma “enxugada” no segundo semestre de 2012 e em 2013 começamos a reestruturação e agora estamos aí, de novo com projetos. Então, é sempre esse efeito sanfona. A gente cresce, vem de uma transmissão de um evento muito intenso, a gente cresce, faz bastantes programas, o pessoal cansa e a gente acaba reduzindo e voltando a números menores. Nesses últimos quatro anos, a gente crescia, em menos de um semestre a gente já voltando aos pouquinhos, porque todo mundo é voluntário.

F – Ano passado eu fiz uma pesquisa e tinha vários programas especificamente do Núcleo Esportivo. Agora tem algumas mudanças e alguns saíram. Qual o motivo dessas mudanças?

E07 – É, geralmente as mudanças ocorrem por falta de pessoal. A gente tenta agregar os calouros via Bola na Trave, posteriormente trazê-los ao resto do núcleo e continuar fazendo os programas. Geralmente, as mudanças ocorrem quando diminui o número de participantes. Então, o Minutos Finais, como eu comentei, era um programa de comentários que a gente tinha na quinta-feira, eram 10 minutos, precisava de três pessoas, mas era um grupo de 10 fazendo. Quando virou para o outro ano, o pessoal que tinha aquele horário da quinta já não tinha mais por causa da aula. Daí a gente acabou agregando ele ao Ponto de Encontro. Então, geralmente, esses programas nascem e morrem por conta da disponibilidade do pessoal. Não existe uma lógica muito grande: “ah, não, a gente vai parar de fazer porque é necessário dar um tempo”. Geralmente é assim: “não posso mais, não posso mais...”, e aí vai do pessoal também, pessoas que fazem durante um ano e aí desistem: “ah, não quero mais, já aprendi, já não tenho mais tempo, quero me dedicar a outras coisas”. Então, infelizmente a gente não tem um padrão. Até mesmo a gente, das antigas, não consegue identificar por que começam, continuam e param de fazer. Mas, sem dúvida, a aula e estágio influenciam muito na disponibilidade do pessoal para a continuação dos programas.

F – Hoje quantas pessoas participam do Núcleo?

E07 – Eu vou dizer que hoje somos, contando os calouros, umas 30 a 40 pessoas. Já teve períodos com menos gente e mais produção e períodos com muito mais gente e menos produção. Mas geralmente varia nesse número entre 30 e 40 integrantes. Ativos mesmo podemos dizer que tem uns 15. O resto é esporádico, participam de um programa e não participam de outro. Mas entre 30 e 40 é um número razoável.

F – E vocês fazem reuniões de pauta para os programas, como são definidos os assuntos?

E07 – Tudo começou no Bola na Trave, a gente tinha um grupo de e-mail do Bola. Aí, conforme os programas foram crescendo, a gente foi usando este mesmo grupo de e-mails, isso em 2010, e o pessoal começou a ficar irritado porque era muita coisa no mesmo e-mail. Em 2010, a gente criou um novo e-mail e começou essa história de ter mais reuniões de pauta, porque o Bola na Trave a gente sempre faz uma reunião de feedback, de pauta, mas especialmente de feedback. Os outros programas não rolava muito isso, era muita discussão por e-mail: “ah, vamos fazer essa pauta, essa pauta ou aquela” e não funcionava. Então, em 2010, a gente começou essa rotina de cada programa ter o seu próprio tempo e espaço de reunião na semana. Isso também varia conforme a disponibilidade, como eu já falei. Em 2011, a gente deu um passo além tendo avaliadores, uma espécie de *ombudsman*. Então, a gente tinha a nossa reunião, ouvia o programa e definia as pautas e tinha mais uma pessoa de fora, do núcleo, mas que não estava no programa, que fazia a avaliação completa. Isso, infelizmente, só durou um ano e em 2012 a gente voltou para a história de ter só as reuniões e no ano passado, o pessoal começou a migrar só para o Facebook. Mas sempre que possível o pessoal faz uma reunião de pauta. As pautas chegam das mais diversas maneiras, algumas via e-mail, outras nós mesmos lemos as notícias. O ideal, mesmo o pessoal que não está no programa, a gente prefere uma reunião de pauta porque senão vira bagunça.

F – Nessa reunião vocês pensam na questão de a Rádio Ponto ser uma webrádio?

E07 – Um fato é que, ainda que a rádio seja webrádio, a gente sempre tenta manter a questão do regionalismo. Como a gente é um grupo de radiojornalismo esportivo, a gente tenta pegar não só Florianópolis, mas também o estado [de Santa Catarina], por uma questão de proximidade, para retornar o recurso público ao público catarinense. A gente sempre pensa nisso. O grande problema que a gente tem é a falha na divulgação e não só de marketing, mas realmente de pensar, de dedicar um pouco a mais além do próprio programa. Então, nas pautas a gente procura pensar e agregar coisas regionais e coisas de um público que às vezes conhece muito de tal esporte ou às vezes não conhece nada, acaba não indo muito além disso. Nos últimos tempos, além do próprio site da rádio, que eram disponibilizados os áudios, a gente pensou em outras formas, como o MixCloud e o SoundCloud. A própria página no Facebook surgiu dessa necessidade de ter um site próprio, mas nunca sai do papel. É aquela história, todo mundo voluntário, pensa: “ah, vou fazer, vou fazer” e nunca faz nada. Agora, esse ano, a gente começou via YouTube. A gente está pegando um dos programas, o da NFL, que é mais de teste, e tentando trabalhar essa história de podcast via YouTube. Mas, de novo, é repetitivo, mas a gente para na história de ser voluntário. Vai até um ponto, alguns vão um pouquinho mais, alguns ficam pelo caminho, Não é um grupo muito organizado, não sei se você já percebeu, é meio anarquizado, porque ninguém gosta de mandar em ninguém, ninguém é editor-chefe. Então, nas próprias reuniões isso acaba aparecendo. A gente se reúne, em conjunto tentamos definir as posições e tudo, e esses outros aspectos acabam ficando deficitários, a gente não consegue resolver esse tipo de coisa. E aí, especificamente essa história do site da rádio, a Rádio Ponto, e o próprio sistema da webrádio, a gente também fica pelo caminho pelos próprios problemas que a Rádio Ponto tem. Às vezes, a gente gostaria de fazer mais coisas, mais transmissões e outros eventos ao vivo e não é possível pelos recursos ou pelo espaço de tempo. Então, volta e meia a gente esbarra nesse sentido. Agora, confessar para você que a gente pensa especificamente no produto da Rádio Ponto e como isso vai atingir mais pessoas e como vai melhorar a estrutura da rádio, isso acaba não passando na cabeça, é mais individual mesmo, a gente acaba não pensando no todo. Eu, como bolsista, acabo pensando mais, puxando para esse lado, mas de maneira geral o pessoal acaba pensando mais especificamente no próprio núcleo e no seu programa.

F – Que tipos de problemas você acha que a Rádio Ponto tem hoje?

E07 – A gente tem problemas no site. O site é um problema. A forma como a gente divulga o nosso trabalho e a forma como hoje o site é, a cara da rádio, que não está mais dentro da universidade, é um problema. O site é um site que visualmente tem extremas dificuldades, não é acessível, as pessoas não lembram dele para entrar. Ele é uma plataforma muito antiga; então, várias ferramentas que a gente poderia agregar, até para melhorar a qualidade do jornalismo, a gente não consegue. O segundo problema, que eu não sei se é um problema, é o fato de ser um serviço público. Então, abre às 8h da manhã e encerra às 21h30min. É um problema e nesse abrir e encerrar a gente também depende dos funcionários e de autorizações. Então, muita coisa que a gente poderia fazer como núcleo acaba não acontecendo, especialmente no final de semana. Tinha uma fase que a gente narrava os jogos de futebol americano dos times daqui e a gente só narrava no estádio, não conseguia trazer para a Rádio Ponto porque a gente não tinha recurso, funcionário. Geralmente são esses problemas. Todo o resto, parte técnica, disponibilidade de horário, trabalho dos servidores, dos professores, a gente não tem problema nenhum, a gente até é muito folgado, tem até muito espaço se comparado a outros lugares. Mas esses outros problemas, que a gente poderia fazer coisas de fora, passam pela questão de ser realmente uma universidade pública e uma webrádio e não uma rádio de verdade.

F – No site especificamente, você acha que, além do layout e da usabilidade, que você citou, você acha que as possibilidades que o site oferece são mal exploradas?

E07 – Sim, acho que a própria estruturação da parte de áudio é mal estruturada. Ele não tem uma estruturação que possa chamar a atenção para se tornar fácil para as pessoas acessarem os próprios programas. Já tentei como bolsista algumas vezes criar abas específicas para os programas das aulas, por exemplo, mas não tem como. O site é muito travado. Ou para os programas do nosso núcleo. Ou a gente ter o nosso site na própria página da rádio, que era um desejo antigo, tinha os núcleos e a gente gostaria de fazer isso também. Então, essa limitação da página acaba limitando esses outros recursos também, como você citou, e acho que as pessoas acabam também não dando valor: “ah, é só a Rádio Ponto, que seja, não é importante, não

toca nada agregador”. A gente também não consegue trazer ninguém importante para fazer coisas novas.

APÊNDICE 08 - Entrevista 08 – Aluna integrante da Rádio Ponto da UFSC em 2013

Fabíola (Entrevistadora) - Podemos iniciar falando um pouco sobre o resumo do núcleo?

Entrevistada 08 – Começou quando a gente entrou no curso, eu e as meninas que criamos o programa. A gente entrou em 2010, era ano de Copa do Mundo e de eleições para governador e presidente. Então, em junho eles começaram a movimentação para fazer a cobertura da Copa do Mundo e surgiu um programa feminino nessa cobertura, que chamava Futebol de Saia. Eu não fazia parte do programa, só que, no fim, a rádio é um espaço de socialização, todo mundo sempre está aqui dentro, e eu estava aqui, acabei participando de alguns programas e a ideia era que o programa continuasse. Só que nenhuma de nós queria que o programa continuasse falando sobre futebol. Então, a gente criou um novo projeto para o programa. Em 2010, no segundo semestre de 2010, a gente começou o “Lança Perfume” com um tema por semana, três quadros, um quadro de notícias e depois o Lança Repórter, que era para introduzir o tema e o Momento Hugo Boss, que era a participação masculina. Na época eram perguntas dos homens, como um Povo Fala, para que a gente respondesse na mesa. E foi crescendo, a gente foi chamando as calouras para entrar e surgiu a ideia de criar um programa de entrevistas, que no ano passado a gente decidiu trocar o quadro do Momento Hugo Boss, que era o Faro Masculino. A gente sentia uma necessidade de abrir para os homens também. Então, a gente achou: “não vamos abrir para todo mundo”. A gente escolheu um, porque ele estava sempre presente e a gente achou que ele tinha a sensibilidade para isso. Hoje são 15, eu acho que são 15 meninas, a maioria de segunda e terceira fases. Todo mundo é voluntário, não é um projeto de extensão, então, a gente não recebe nada por isso. Todas elas trabalham no programa, no Lança Perfume e no Lança Cultura agora, que veio no lugar do Entrevista, que é o mesmo formato, entrevista ping-pong. A gente tem uma reunião por mês para decidir as pautas do mês. E geralmente quando a gente decide a pauta do mês, já decide quem vai participar daquele programa para que não sobrecarregue ninguém, já que é um projeto voluntário e a gente percebe que, à medida em que vai evoluindo no curso, a gente precisa de tempo extra para fazer as outras coisas. Então, geralmente, as meninas, as calouras, trabalham com boletim

gravado e, a partir da segunda fase, elas vão para a mesa e já começam a desenvoltura na mesa. Isso a gente esquematizou a partir de três anos de programa, porque no começo era uma bagunça, cada uma fazia o que tinha tempo para fazer. Agora, eu, a Laís e a Rafa que estamos desde o primeiro, a gente está se formando, está na sétima fase; então, a partir do semestre que vem a gente já conversou com as meninas que só vamos dar o feedback e a orientação, a produção vai ser delas. E elas já tocam sozinhas a maioria dos programas, esse semestre eu nem precisei entrar na mesa, entrei uma vez, eu acho, porque elas já tocam sozinhas. Então, não é nem necessário. E era nossa intenção mesmo que o projeto vingasse, que pudesse ser levado para outras gerações depois que a gente se formasse, porque a gente considera que o Lança Perfume é para aprender a lidar com fonte com muita naturalidade, a dar a cara a tapa, ligar, telefonar, fazer uma pergunta sobre um assunto que a gente não sabe, falar sobre um assunto que a gente não sabe, porque isso é o jornalismo. Lidar com esses assuntos e aprender a transcrever para a população que não sabe sobre esses assuntos. Então, acho que é uma escola mesmo, a Rádio Ponto em si foi uma escola.

APÊNDICE 09 - Entrevista 09 – Aluno integrante da Rádio Ponto da UFSC em 2013

Fabiola (Entrevistadora) - Podemos começar com um resumo do núcleo.

Entrevistado 09 – Agora eu estou na quarta fase, desde a primeira fase eu já estava na rádio; então, eu estou completando dois anos agora esse semestre e, nesse semestre especificamente, aqui na rádio eu estou nas disciplinas da Cátedra FENAJ, que a gente produz um programa a cada mês, e também na Grande Jornada Esportiva, que eu atuo na narração e também na produção das coberturas. Esse semestre a gente teve a cobertura da Copa das Confederações e é uma experiência muito bacana, porque a gente tem uma simulação do que é uma transmissão profissional mesmo. Tem o narrador, tem o comentarista, tem o repórter. Então, a gente faz um rodízio, o pessoal vai praticando em várias funções, participa homem, participa mulher, então, quem gosta de futebol participa da transmissão esportiva com a gente. E nesse semestre especificamente eu estou só na Grande Jornada. Na Rádio Ponto, eu já fiz o Bola na Trave, que é o programa que a gente entra aqui aprendendo a fazer rádio, a locutar. Depois, na segunda fase, fiz Rádio I, que a gente tinha um programa semanal, com reportagem também. Na terceira fase a gente fez na Rádio Ponto um programa em que a gente fazia dois jornais, o Repórter UFSC, que eram jornais semanais, inclusive. Agora continua com os bolsistas diariamente. Eu também fiz Práxis Radiofônica com o professor Meditsch, que a gente acabava discutindo um pouco sobre a programação da Rádio Ponto e arrumando também a produção que ia para a Rádio “Joinville Cultural”, parceira da Rádio Ponto. Enfim, digamos que esse semestre é a minha despedida aqui da rádio, porque eu já fiz cinco disciplinas aqui na rádio. E do que foi ofertado para mim eu já fiz todas. Então, é isso. Eu gosto muito da área de rádio, desde criança eu ouço rádio, então foi uma coisa que me levou a procurar o jornalismo.

F - Então, você entrou no curso já com o intuito de se envolver com a rádio?

E09 – Sim. Eu gosto bastante de TV também. Desde que eu entrei aqui no curso, teve um episódio engraçado na primeira fase. Eu tinha aula de redação, que era na quarta à tarde. Aí eu pensei: “tem jogo na quarta à tarde, como é que eu vou fazer para participar das transmissões?”. Aí eu consegui trocar o horário de quarta à tarde para sexta de manhã. Daí a professora alertou: “olha, vou trocar aqui, mas você participa e faz outras coisas também, não fica só no rádio”. E foi isso que desde o começo eu procurei fazer. A gente participa bastante de TV aqui, do rádio, faz matérias às vezes, de vez em quando tem cobertura também para o online. Enfim, eu procuro estar me especializando em várias áreas. Mas o rádio eu tenho um carinho especial porque desde pequeno eu ouço muitas transmissões.

F- Depois que entrou na rádio, qual sua impressão?

E09 – Eu diria assim que eu comecei a gostar mais, porque eu tive a dimensão da dificuldade que é estar produzindo no rádio. Porque diferente da TV, que você tem a imagem para estar te apoiando, no rádio você tem que fazer um trabalho a mais, é diferente o trabalho. Porque a pessoa que está ouvindo o rádio está fazendo outra coisa, está no trânsito, está ouvindo o rádio, está em casa fazendo a faxina, está fazendo outra coisa e ouvindo rádio. Então, tem que ser uma coisa para fazer com que o ouvinte entenda o que você está passando. Porque a TV não, a TV precisa de uma atenção especial, tem a imagem ali e etc. Agora, o rádio tem essa dificuldade e depois que eu comecei a perceber essa dificuldade e tentar trabalhar nas matérias, primeiro com a [professora] Valci em Rádio I e depois com o professor Meditsch na segunda fase, que daí começa a aprimorar um pouco mais, a gente começa a produzir matérias mais elaboradas, no fim do semestre já tem um temático de 10 minutos, então, a partir daí eu passei a gostar mais, porque eu tive a dimensão. É muito legal mesmo porque é diferente da TV, por mais que eu goste de TV e produza também para a TV, mas o rádio tem esse tom especial, tem esse desafio assim.

F- Vocês pensam na Rádio Ponto como webrádio?

E09 – Eu diria que o que a gente produz aqui não é para uma webrádio, é para uma rádio convencional mesmo, até porque a gente não tem ainda uma ideia do suporte de interatividade que a gente pode ter com o

ouvinte, enfim. As transmissões que a gente faz, por exemplo, a gente tem apenas a participação do ouvinte-internauta, digamos assim, pelo Facebook, mas é um suporte que pode ser usado como uma rádio convencional. A gente não tem um trabalho que é voltado para a webrádio. Então, é uma coisa meio estranha assim para a gente, uma coisa meio obscura ainda. A gente ainda não sabe o que pode usar, como usar. O que a gente sabe é que aqui se transmite tudo. Então, com a Copa das Confederações, as rádios, as webrádios brasileiras não podiam transmitir por conta da questão da Fifa, que você só podia transmitir para o seu país e na internet você ouve no mundo inteiro, a gente transmite e etc. Mas enfim, a gente está testando novas linguagens. Isso a gente faz de diferente aqui. A gente faz diferente do que uma rádio tradicional faz, na narração tenta fazer algo diferente, na reportagem também, a gente tenta fazer novos discursos assim. Tentar inovar nesse quesito. Agora, no ponto de vista explorar o que a webrádio pode oferecer, isso a gente não faz aqui ainda.

F – Você poderia citar um exemplo da inovação da linguagem?

E09 – Às vezes é assim, a Grande Jornada, principalmente, a gente faz um tom mais descontraído e etc. Às vezes na narração de um gol você faz diferente, que é o que acontece na rádio mesmo, que é criar um bordão. Ou até mesmo a gente tem uma menina que está narrando também, estamos incentivando ela, porque não tem no Brasil mulher narradora e etc. Enfim, a prática feminina também e aqui cada um participa e acho que isso é importante também.

F - Sobre o núcleo, o que acrescentou mais, as aulas ou o núcleo?

E09 – É que assim, uma coisa que falta no curso hoje, não sei se optativa ou obrigatória, é uma disciplina de jornalismo esportivo. Porque assim como a área de economia e de política, o jornalismo esportivo já existe há muito tempo. E é uma área que emprega e tem clamor popular. Todo mundo assiste esporte, enfim, é uma coisa importante também para o cidadão. E o núcleo supre, vamos dizer assim, minimamente essa área, porque não tem uma disciplina de jornalismo esportivo. Mas através do núcleo de radiojornalismo esportivo a gente está produzindo para o rádio, está fazendo os programas de entrevistas, aqui a gente busca, até fazendo

diferente de outras rádios, a questão da inovação, estar cobrindo outros esportes, como basquete, handebol, vôlei, dando mais espaço para essas modalidades, até porque a gente está cansado, de na TV e no rádio, ser só futebol, futebol, futebol. A gente acredita que o esporte como um todo é importante e não apenas uma modalidade. Então, nesse quesito, a gente está sempre priorizando, cobrindo outros esportes, tentando fazer diferente. E o núcleo serve para isso mesmo. Além de a gente estar preparado para chegar numa rádio convencional trabalhando com futebol, por exemplo, a gente já faz contatos, já conhece pessoas de outras modalidades, já tenta produzir algo diferente do que é produzido hoje em termos de só futebol.

F – Quais as diferenças entre disciplina e núcleos devido ao acompanhamento dos professores e ao rodízio de funções.

E09 – É, essa liberdade que a gente tem aqui é muito importante, mas eu acho que até certo ponto. Eu acho que uma orientação mais forte, mais frequente, diria que acrescentaria mais. Hoje, por exemplo, na rádio, a gente tem dois professores apenas e às vezes o núcleo tem muita gente produzindo, às vezes a cobertura, por exemplo, uma que a gente fez da Eurocopa ano passado, vários jogos semanais, várias partidas e a gente não tem o retorno que seria o necessário. Mas, ao mesmo tempo, a gente vai buscando se virar do jeito que a gente pode e às vezes: “deu um problema, vai entrar a matéria desse jeito agora”. E isso meio que forma um poder de decisão na gente, tem que tomar decisões ali na hora. Isso é importante, isso é bacana, mas até certo ponto. Eu acho que uma orientação também dos professores é importante, até porque a gente está aqui também para pegar a orientação deles e não estar produzindo sozinho. Mas acho que tem o lado bom e o lado ruim. Eu acredito hoje que a gente tem uma orientação que poderia ser mais. A ideia que a gente sempre procura é falar com a professora Valci esse semestre, porque no outro semestre o professor “Magrinho” [Eduardo Meditsch] deu Práxis Radiofônica, então já deu uma certa orientação do ponto de vista de produção e etc. Aí a gente procura, nas reuniões mensais, ter esse retorno esse semestre com a professora Valci. No próximo semestre vai estar o professor Meditsch. Esse retorno eu diria que poderia ser maior.

F - Como vai ficar o funcionamento do núcleo com a saída do pessoal da coordenação?

E09 – Eu acho que a parte de hierarquia a gente tenta desde o início deixar de lado. Porque no começo, quando a gente tenta convidar os calouros para participarem, a gente está orientando eles a fazer os boletins e programas, inclusive sempre estamos com eles, na técnica ou ajudando. Então, a gente sempre está próximo deles. Mas uma dificuldade que a gente encontra é que o núcleo está ficando enxuto. E do ponto de vista produtivo, às vezes tem um programa e falta gente e falta matéria e isso já dá um certo medo. Eu não diria que a gente não tem capacidade de coordenar. Eu acho que o principal é a falta de pessoal mesmo. Porque o pessoal participa aqui do rádio porque é uma disciplina e desde a primeira fase a gente orienta. Só que o pessoal automaticamente, a partir da segunda e da terceira [fases], eles saem, não ficam mais. Quem fica aqui é gente que gosta, por exemplo, a Grande Jornada chama muito, a transmissão o pessoal gosta muito. Mas os outros programas a gente tem dificuldade de transmissão. Esse semestre eu mesmo não pude participar do UFSC Esporte Clube, que é outro programa. Então, falta pessoal e isso é um problema que a gente está tendo. Agora, na coordenação a gente vai continuar. Claro que eu vou para a quinta fase agora, tem outras disciplinas, às vezes tem o estágio. No meu caso, eu estou com oito disciplinas, aí ficou impossível participar mais do núcleo. Então, eu participava mais da Grande Jornada e das coberturas dos jogos, eu deixei minha quarta-feira livre justamente para isso, mas é necessidade de pessoal mesmo. Porque às vezes tem um programa, tem que produzir matérias e às vezes falta pessoal. E a partir do momento que esse pessoal está faltando e não está entrando mais gente, isso dá um certo receio. Mas, ao mesmo tempo, a gente vê também que não é uma obrigação a gente estar sempre com o núcleo. A gente não vê isso aí como: “ah, esse semestre a gente é obrigado a fazer programa, é obrigado a fazer matéria”. Enfim, a gente está produzindo, sabe que é um trabalho que só vai acrescentar à nossa formação. Ninguém, em nenhum momento, vai se prejudicar. Então, isso a gente está bem ciente sim. Mas é claro que a gente quer continuar. A gente vai continuar no convite aos calouros a estar participando. Enfim, acho que a gente continua no convite, na maneira da disponibilidade que é um problema. Mas acho que o maior problema é que o núcleo está diminuindo o número de participantes.

F - Então, essa é a grande dificuldade hoje?

E09 – É a grande dificuldade. Às vezes você tem um programa e poderia ter ficado muito melhor se tivesse mais gente produzindo matéria. Mas, ao mesmo tempo, não é, eu não diria também que é uma questão mais forte (“ah, o pessoal não quer fazer rádio”), tem essa questão do tempo também. Essa questão do tempo dificulta bastante a nossa produção aqui. Mas também aqui, como eu falei, o núcleo é uma escola de produto, por mais que a gente não tenha uma cadeia de ouvintes, que a gente não tenha um retorno do ouvinte, até por isso que é importante a orientação dos professores, porque a gente não tem a capacidade para ter o retorno: “ah, não gostei de tal coisa”, mas dos professores, acho que isso é importante, a gente não se importa com isso também. A gente não se importa com a audiência. Acho que isso não é o mais importante. A gente se importa em produzir algo bacana, algo que possa estar interessando às pessoas. Mas, ao mesmo tempo, também tem muitas dúvidas. Porque como é que eu vou saber se o que está sendo produzido é legal se eu não estou tendo audiência para dar um retorno? Ou às vezes um professor não retorna e a gente produz e acha que aquilo deu certo. Mas, ao mesmo tempo, é a mesma coisa que estar na rádio convencional hoje. Então, isso é bacana também, estar gerando bastante dúvidas, que é a intenção da universidade também, estar problematizando a sua formação e não estar criando respostas óbvias assim. E acho que isso é bacana. E a partir do momento que a gente tem o núcleo que está fazendo isso conosco, eu vejo que a gente está no caminho certo. Agora, quando falta pessoal, isso preocupa. Mas ao mesmo tempo a gente lembra: “a gente não pode obrigar ninguém a participar”. O que se pode fazer é reduzir a produção, mas continuar produzindo sempre de maneira correta, para estar recebendo orientação dos professores e etc.

F - Se não tem audiência, produzem para quem?

E09 – Olha, o objetivo aqui não é produzir para alguém ouvir. Porque fica aquele dilema. Como é que vou produzir se ninguém ouve, daí eu não tenho retorno de uma audiência e etc. E daí o que a gente procura? Eu, particularmente, às vezes quando a gente tem uma transmissão de um jogo específico, de uma cobertura, a gente procura fazer uma divulgação pela internet, via Facebook, através de um mailing, mandando para pessoas de rádio daqui da região e etc. Particularmente, eu tenho um retorno. Porque você monta um portfólio com narração e manda para o pessoal de

outras rádios e o pessoal retorna: “está muito alto aqui, podia descrever melhor a região do campo aqui”. Mas é algo individual. Por exemplo, eu montei o portfólio e eu mandei. Não, por exemplo, um observatório, com gente olhando a Rádio Ponto e orientando todo mundo, que é uma das questões que a gente já conversou com a Valci esse ano, de estar trazendo profissionais do meio radiofônico para dar um retorno assim geral. Às vezes, vêm profissionais de várias rádios. Eles observam a cobertura como um todo da Eurocopa, que foi, ano passado, uma cobertura grande. Aí eles dão feedback: “precisa melhorar mais aqui”. Mas do ponto de vista de uma rádio convencional. Para quem trabalha hoje em rádio tem essa questão, aquela, aquela, aquela. Entendeu? Daí a gente teria um retorno maior. Porque audiência a gente produz, o nosso maior intuito é aprender a produzir para o rádio.

F - E o convênio com a Rádio Joinville Cultural?

E09 – Na Rádio Joinville Cultural temos o boletim que é produzido e etc, mas o retorno que a gente tem, muitas vezes, é só: “ah, tá beleza, está legal”. Mas o retorno da audiência que a Joinville Cultural fala não chega até a gente. Acho que é o Repórter UFSC que vai para lá e a gente tem o boletim do núcleo esportivo, eu acho. O que a gente tem de retorno é: “ah, tá legal”. Mas da audiência deles a gente não tem o retorno. Isso eu vejo como uma dificuldade porque a gente poder estar buscando, tentar novas coisas. Mas, ao mesmo tempo, eu vejo que é um dilema também. A gente não está aqui para produzir comercialmente, então, como é que a gente vai querer obrigar alguém a ouvir algo produzido, que aqui é uma webradio experimental, né? O intuito dela é ser uma rádio experimental, é a gente testar novas coisas, independente de alguém ouvir ou não.

F - Ser parecido com uma rádio convencional é bom?

E09 – É, nesse quesito eu acho legal a gente ser uma rádio experimental e ter liberdade. Porque eu fui no último Enecom, que é o Encontro Nacional de Comunicação Social, e lá eu pude conversar com estudantes do Brasil inteiro, de outras universidades federais, em que tem uma rádio universitária, mas ao mesmo tempo é uma rádio que não tem audiência e é uma rádio institucional, digamos assim. Os alunos produzem

o programa específico, tem um horário: “quarta-feira, da uma às duas, vocês têm o programa, vocês vão produzir ali, dentro da orientação dos nossos jornalistas contratados aqui da rádio”. Não vai ter o retorno da audiência, não sei, talvez, dependendo da rádio. Mas como uma rádio experimental que a gente tem aqui, a gente produz toda a programação, não tem ninguém que fale: “vai ter que inserir um programa aqui, uma hora vai ter pronunciamento da reitora nesse horário”. Não tem isso aqui, né? Então, isso é bacana. E com o pessoal das outras federais que eu conversei, até a Federal do Mato Grosso, que no ano passado veio aqui porque eles estão querendo implantar uma rádio, só que é rádio universitária, diferente da nossa rádio aqui. Aí conversei também com o pessoal da rádio, acho que Rádio na UERJ, acho que a UERJ também tem uma rádio comunitária, que é dos alunos também. Mas no geral eu não encontrei ninguém para conversar sobre uma webradio assim que nem a Rádio Ponto. Eu não encontrei ninguém para conversar. Até no Enecom eu fui com uma camisa do Radiojornalismo Esportivo, da Rádio Ponto, e quando eu cheguei lá, o pessoal lá falou: “lá tem um curso só de Radiojornalismo Esportivo?”. Eu disse: “não, é a Rádio Ponto e etc. É a rádio e a gente produz, é uma webradio e a gente produz toda a programação”. E o cara: “legal, não sei o que”. Enfim, eu não encontrei, procurei conversar com todo mundo e não encontrei alguém para estar conversando sobre a Rádio Ponto. Eu acho que isso é muito legal. Mas é um meio que eu mesmo fico cheio de dúvidas: como é que eu produzo para uma webradio que não tem audiência, mas ao mesmo tempo é legal porque não é uma coisa institucional, mas ao mesmo tempo se tivesse uma audiência eu poderia melhorar alguma coisa. Entendeu? É um monte de dúvidas assim. É um monte de dúvidas. Eu fico completamente confuso nessa parte aí. Até pode ouvir de novo e reouvir tudo o que eu falei, é uma confusão, porque eu mesmo não sei. Se é certo o que a gente está fazendo, se não é, se poderia ser melhor ou não. Mas uma coisa eu sei: uma webradio como a gente tem aqui eu não encontrei em outra universidade federal.

APÊNDICE 10 - Entrevista 10 – Aluno integrante da Rádio Ponto da UFSC em 2013

Fabiola (Entrevistadora) – Como começou o núcleo de Radiojornalismo Esportivo?

Entrevistado 10 – Sobre o histórico, a gente, eu, pelo menos, entrei em 2010, o núcleo estava começando a se reformular depois de uma saída de bastante gente, vários saíram e na época que eu entrei tinha umas três pessoas: o Vinícius, o César e o Tomé. O Tomé também tinha recém entrado. E a partir daí entrou eu e o Vitor Hugo, a Ediane também estava no núcleo, então eram quatro. Aí entrou eu e o Vitor Hugo com a turma do [programa] Bola na Trave. A galera do Bola na Trave a gente considera que é um pessoal que não necessariamente fica no núcleo. Como eles são calouros, a gente oferece essa experiência de estar trabalhando com rádio no primeiro semestre e depois eles podem ficar ou não. Dessa nossa geração 2010.1, só ficamos eu e o Vitor Hugo. Aí o núcleo começou a andar com seis pessoas. A partir daí a gente começou a fazer outros programas. Antes era só o Bola na Trave e as transmissões de jogo pela Grande Jornada Esportiva. Aí surgiu a ideia e a necessidade de trabalhar com outras coisas. Então, a gente manteve o Bola na Trave, sempre com essa proposta de trabalhar com os calouros, e começamos a fazer outros programas com o pessoal que estava há mais tempo, como o UFSC Esporte Clube, que é o nosso carro-chefe, nosso principal programa. E criamos o UFSC Esporte Clube numa visão bem adequada ao que a gente pensava sobre esporte, que era uma questão de fazer jornalismo mesmo, um jornalismo diferenciado, que não tem em Santa Catarina, trabalhando com outros esportes, excluindo o futebol, que também era uma coisa que possibilitava apuração quente mesmo, porque o acesso aos clubes de futebol, Avaí e Figueirense, era muito difícil. Começou, no primeiro semestre a gente trabalhou com futebol, mas o acesso era muito difícil. Depois, no segundo semestre de 2010 a gente decidiu tirar o futebol. E também porque dava para fazer um conteúdo diferenciado, não adiantava ficar “babando ovo” de clube. A gente podia fazer algo bem crítico, bater na falta de estrutura para outros esportes e tudo o mais. E, desde então até agora, o UFSC Esporte Clube é o nosso principal programa, a gente considera assim. E aí a cada semestre que ia passando, a gente trabalhava com um grupo de calouros, conseguia firmar um número legal de calouros

para que entrassem no nosso núcleo. No segundo semestre de 2010 não entrou ninguém, a gente ficou com seis [pessoas] em 2010 inteiro. Em 2011, entrou um grupo forte de calouros que passou a ingressar o grupo. Aí formamos 11 ou 12 pessoas, com mais uns 15 tradicionais do Bola na Trave. Então, a gente passou a trabalhar com 20 a 30 pessoas. E no segundo semestre de 2011 entrou mais um grupo forte também. Acho que isso também se deve à entrada de muitos meninos no curso. Em 2010, se não me engano, dos 60 selecionados no vestibular, 12 eram meninos. E em 2011 deu quase meio a meio, deu coisa de 40 e 20. Então, a gente conseguiu angariar bastante gente para trabalhar no núcleo por causa disso, desse interesse no esporte. Mas as meninas também participaram bastante, uma coisa que foi bem interessante, uma contribuição bem legal. Aí em 2011 a gente conseguiu aumentar o núcleo para 20 pessoas fixas. Mais os 20, 15 calouros ali do semestre, a gente estava trabalhando com quase 40 pessoas no núcleo todo. Do ano passado [2013] para esse ano [2014] caiu um pouco. As pessoas vão crescendo no curso, vão se desenvolvendo no curso, vão procurando outras coisas e também a questão do estar trabalhando junto não ajuda muito. Então, hoje o núcleo são mais ou menos 15 pessoas, mais os calouros, que são uns 10, fica próximo de 25 pessoas. O núcleo já não está tão forte quanto em outros tempos, mas pode ser que nessa época de Copa do Mundo e tudo o mais, com outros calouros vindo, pode ser que a gente consiga firmar de novo, assim. Acho que ano passado [2013] a gente conseguiu fazer uma apresentação de um artigo no Intercom Júnior, lá em Fortaleza, até eu que fui apresentar o artigo, mas o artigo foi criado pelo Caio, era para ele ter ido, mas aí por causa de alguns problemas ele não pôde ir e eu fui apresentar como representante do núcleo. Na apresentação tinha, mais ou menos, umas 15 outras apresentações, então era todo mundo vendo o trabalho de todo mundo e surgiu bastante discussão a partir do nosso trabalho, não só por estar trabalhando com um conteúdo diferenciado, de apresentar os programas, de trabalhar com uma linha editorial diferente do que é apresentado na mídia tradicional, mas também pela questão de a gente estar abordando outros esportes, outros assuntos, essa preocupação de estar passando com a introdução do esporte na sociedade como um todo, de não estar trabalhando com o esporte como uma coisa isolada. E muitas coisas, no artigo mesmo, na parte escrita, a gente trabalhava essa questão. Porque tem uma coisa tradicional aí, uma questão de tratar o jornalismo esportivo como se fosse o patinho feio. O jornalismo esportivo e o jornalismo cultural são uma coisa à parte do jornalismo, porque não tem apuração, é como se fosse uma coisa à parte. Não é visto como uma área nobre. Mas não é bem assim. A gente está vendo aí, com a vinda dos

grandes eventos, que dá para fazer jornalismo em cima do esporte e que o esporte é uma coisa importante, que faz parte da formação social e política do brasileiro, de qualquer povo, na verdade, independentemente do esporte, mas faz parte da formação social de um povo; então, ele faz parte também da sociedade e têm coisas importantes desenvolvidas aí. Se as pessoas usam o esporte para trabalhar de forma política para o mal, por que a gente não pode trabalhar e usar essa coisa para o lado do bem? Acho que já está mais do que comprovado por diversas matérias, por diversas coisas que foram publicadas que o esporte é uma das formas mais reconhecidas, digamos assim, entre aspas, de “lavagem de dinheiro”, porque é uma coisa que mexe muito com paixão das pessoas e muita coisa acaba passando despercebida. Então, a gente trabalha desde sempre, desde essa nova formação em 2010, com essa concepção de esporte como uma forma diferente. E eu acho que é isso que faz o núcleo e que sempre dá vontade nas pessoas de continuarem trabalhando. Eu, por exemplo, já estou indo para o meu oitavo semestre, continuo no núcleo neste meu oitavo semestre e é claro que a gente fica um pouco mais ausente, mas grande parte das pessoas que hoje fazem parte do núcleo estão ficando até o final. E mesmo que elas não estejam nominalmente no núcleo, elas continuam ajudando de alguma forma. Como o caso do César, que está fazendo trainee na Folha de São Paulo, mas ele sempre contribui com sugestões de pautas ou, até mesmo, ele está pedindo alguma orientação, ajuda, ele pede para a gente um brainstorming para ajudar a fazer as pautas dele lá também. Então, acho que isso é importante, é a formação do jornalista esportivo. Não sei se todos vão trabalhar nessa área, se algum vai trabalhar nessa área, mas que a formação dentro do núcleo traga uma visão mais crítica para a atuação fora do núcleo. E traz para essa área. Isso também poderia ser levado para a cultura, se a gente fizesse um grupo, um núcleo nessa área, seria também importante trazer essa interação entre todas as áreas. Mas é uma questão que a gente trabalha com o esporte no núcleo e é bem interessante. Esse é o caminho não só do núcleo, mas do jornalismo esportivo como um todo. Acho que esse pode ser um bom legado que os grandes eventos aí, a Copa do Mundo, as Olimpíadas, podem trazer para o nosso jornalismo esportivo daqui do Brasil. Essa coisa de apurar mais, de buscar mais informações, não só falando o placar do jogo e fazendo o dia a dia dos clubes, porque eu acho que isso já está ultrapassado.

F - Como é o funcionamento do núcleo? Como trabalha a hierarquia?

E10 – Na verdade, nominalmente a única divisão que a gente faz é a do Bola na Trave, que é um programa para calouros e, a partir do Bola na Trave, pode entrar para os outros programas do núcleo. Hoje a gente tem o UFSC Esporte Clube, que trabalha todos os esportes, menos o futebol, focado aqui em Santa Catarina, no esporte catarinense; o Ponto de Encontro, que trabalha só futebol, não trabalha outros assuntos; e tem o Salto Alto Futebol Clube, que é um programa feminino de futebol. Então, as meninas também resolveram fazer um programa só delas, elas entraram para o núcleo também. Então, desses quatro programas, além da Jornada Esportiva, que é a transmissão de jogos, os calouros podem participar do Bola na Trave e da Grande Jornada. A [o programa] Grande Jornada é livre, eles também já vão participando e pegando essa “cancha”, digamos assim. O Bola na Trave também é um programa de futebol, um boletim “basicão”, digamos assim. A gente trabalha só com calouros justamente para dar essa formação de rádio, esse novo formato, até porque, hoje em dia, pouca gente ouve rádio antes de entrar na faculdade. Então, até para mostrar, para dar mais uma opção: “ó, aqui vocês têm mais uma área que vocês podem trabalhar”. Apesar de o rádio estar numa indefinição, numa crise de identidade por causa da webradio e tudo o mais, é uma possibilidade, porque a gente usa o rádio para trabalhar com o esporte e uma coisa complementa a outra e, assim, a gente tem a possibilidade de criar mais. A partir do segundo semestre, teoricamente não tem essa hierarquia. Mas na prática existe um respeito a mais pelo que os mais velhos falam. Então, tem uma questão de procurar orientações para um certo trabalho ou “ah, eu estou com esse boletim aqui, como é que eu posso fazer?”. Ou “ah, como é que eu faço?”. Mas chega um ponto do semestre, a partir do momento em que o novato num desses programas começou a entender o programa editorialmente, como ele funciona, ele passa a pegar a mesma linha e vai seguindo. Sabe? Ele vai, chega na reunião e, na metade do semestre, fala de igual para igual com alguém da sétima fase. E ele é da segunda fase. Então, divisão mesmo só tem essas duas: os calouros do Bola na Trave e os outros programas que, a partir da segunda fase, já pode entrar.

F - Vocês pensam em webradio ao fazer a produção dos programas?

E10 – Bom, na questão da formação das pautas, a gente pensa muito das pautas serem atemporais, evitar falar de notícia. Tirando o Bola na Trave, que é mais pela formação. Mas a gente sempre evita, sempre procura assuntos que têm o gancho factual, mas que não abordem o assunto por si só. A gente não foca no que aconteceu no final de semana, por exemplo.

F - Isso por que o áudio fica arquivado?

E10 – Isso. Sim, porque ele fica praticamente inédito. Então, além da questão da apuração, de ser mais prazeroso você poder trabalhar com um assunto mais amplo, como uma reportagem, a gente procura fazer isso também para tentar adequar a uma plataforma que a gente está trabalhando. Não tem, assim, uma coisa, não tem um estudo muito aprofundado em cima disso. A gente não considera isso um fator tão relevante assim, não ficamos pensando o tempo todo: é uma webradio. Não. O rádio está mais como uma plataforma para a gente poder fazer o jornalismo esportivo, entende? Então, é muito importante. A Rádio Ponto é um espaço importantíssimo dentro do curso, porque dá a possibilidade de a gente trabalhar com o rádio, tem a liberdade de trabalhar com assuntos que a gente gosta, de complementar a programação da própria rádio, mas o núcleo, digamos, pensa mais na parte esportiva do que na de rádio. O site não tem uma estrutura muito grande para a gente trabalhar com vídeos, fotos. Com foto até dá, mas é que ele [o site] não é tão atrativo assim. Então, a gente procura usar mesmo, dar o enfoque para a parte de rádio. Se você parar para pensar, talvez a gente tivesse que mudar o formato de alguns programas, que são meia hora, por exemplo, fracionar esses programas em 15 minutos ou fazer um programa de meia hora, só que postar ele dividido. Entende? Porque na internet não funciona colocar meia hora de um programa de rádio. São raras as pessoas que param na frente da internet e que ficam aficionadas fazendo alguma coisa. A parte de trabalhar com vídeo e com texto, a gente já pensou, já tentou trabalhar com isso. Mas, como é um trabalho voluntário, cansa muito e tem a questão do equipamento também, porque com vídeo é bem difícil. A gente teria que ter uma produção de vídeo, ter uma preocupação com áudio do vídeo, que é diferente de trabalhar com um gravador direcionado do que com um gravador da rádio. O vídeo a gente não conseguiria, né?

Teria que cada um ter o seu próprio material, já complica um pouco neste sentido. Na nossa página do Facebook, a gente dá um pouco mais de ênfase também para essa parte, talvez para produzir um artigo ou outro, mas a gente ainda não trabalha com esse ponto. É uma ideia que a gente pensa e volta e meia ela vem à tona, mas como a gente tem que tocar trabalho, núcleo e o semestre como estudante, aí fica bem difícil. A gente não tem uma estrutura forte o suficiente para estar dando ênfase para essas outras plataformas de vídeo e texto. Mas vontade tem. Os alunos têm bastante vontade, volta e meia aparece alguém que pensa em escrever um artigo no final de semana para publicar. Quem sabe, se houver uma reformulação do site o pessoal não se empolgue, não entre nessa ideia. Mas nessa configuração do site como está, acho que esse não seja o momento.

F – Então, seria um problema estrutural?

E10 – É, estrutural e digamos de tempo mesmo. A questão da demanda dos alunos. Mas acho que se fosse um site melhor, melhor trabalhado visualmente, que desse mais opções, que fosse mais limpo, acho que daí teria um incentivo a mais para os alunos trabalharem com essas outras plataformas.

APÊNDICE 11 - Entrevista 11 – Aluna integrante da Rádio Ponto da UFSC em 2013

Fabiola (Entrevistadora) - Você poderia falar um pouco sobre você e sua participação na Rádio Ponto?

Entrevistada 11 - Então, eu estou na segunda fase, tenho 19 anos, estou cursando a disciplina, acabando, na verdade, a disciplina de Radiojornalismo 1, e aqui na Rádio Ponto eu participo apenas do Núcleo Lança Perfume.

F - Há quanto tempo você está no núcleo?

E11 - Eu entrei no Lança [Perfume] na minha primeira fase e estou desde então, eu não saí. Vai fazer um ano que eu estou aqui no Lança. A gente começa apenas fazendo quadros e, no caso, o Lança Repórter é destinado às calouras e serve para a gente aprender a fazer boletim e tal. E a gente começou. Agora na segunda fase a gente começou a vir para a mesa, ir atrás dos entrevistados e participar mais ativamente do núcleo.

F - Quais foram as principais dificuldades e o que você vê de benefícios por participar do Lança?

E11 – No Lança Perfume, eu vou começar falando fazendo boletins. Quando a gente entrou, tinha um número grande de meninas. Então, era fácil, porque a gente conversava sobre as nossas dificuldades, uma ajudava a outra, mas a maior dificuldade que eu tive fazendo os boletins foi no roteiro. Porque a gente sabe que no rádio tem que ter um texto mais simples, mais claro, objetivo e isso era muito difícil fazer. Mas aí como tinham bastantes meninas, a gente ajudava umas às outras, mas a questão de sonoras, buscar o entrevistado para colocar uma “sonorinha” no boletim era a parte mais legal de fazer. A parte de edição era bem “facinho”, a gente pegou fácil como mexer nos programas. Na apresentação do Lança Perfume, eu já participei de algumas mesas, mas a diferença é grande entre a minha primeira mesa e agora, que eu estou participando mais

é enorme. Porque na primeira vez a gente fica bem nervosa, gagueja mais e, então, acho que a gente vai sabendo administrar com o tempo. Quanto mais a gente vai participando, mais vai aprendendo e eu acho que todos os núcleos da Rádio Ponto servem como oficina para aprender a fazer isso. Então, isso tem me ajudado bastante a conduzir entrevistas, a buscar a pessoa certa para falar de tal assunto, isso é legal, pesquisar sobre os temas, isso ajuda bastante. Isso tem me ajudado fora do núcleo também, porque a gente pode usar em mais coisas e organizar a edição. Acho que as meninas que participam do Lança [Perfume] são organizadas, é uma equipe mesmo, uma ajuda a outra. Tem as veteranas, que ficam mais na parte de feedback, ficam mais ensinando, dizendo o que está certo, o que pode melhorar, e agora a gente está pegando mais, eu e as meninas, que estamos na segunda fase agora, estamos participando mais de fazer roteiro, buscar entrevistado, participar da mesa e está sendo bem legal. Quando eu entrei aqui no Jornalismo, rádio era a minha última opção. Nunca pensei em fazer rádio. Nossa, claro que não! Mas agora é uma das matérias que eu mais gosto de fazer.

F - O que te fez participar do Núcleo?

E11 – Eu entrei aqui com uma cabeça aberta. Vou experimentar um pouquinho de cada coisa. Aí quando as meninas fazem aquela chamada no começo do semestre, convidando as calouras para participar do núcleo, eu não entendo muito de futebol e aqui na Rádio Ponto, o núcleo esportivo é muito maior do que o núcleo feminino, porque são só dois núcleos que têm, né? Então, para quem não gosta de futebol, a única opção que tinha era participar do Lança Perfume. Então, eu me interessei, vim na primeira reunião e, desde então, eu estou participando sempre. Foi assim que eu conheci o Lança Perfume, através do convite delas e foi assim.

F - Em relação à aula, qual a grande diferença que se observa em relação ao núcleo?

E11 – Acho que no programa baseado na disciplina de Radiojornalismo I, não vou dizer [que tem] mais comprometimento do que no Lança Perfume, porque não é assim, mas tem que se preocupar mais. Com o professor, ele definiu quem ia ser o editor-chefe para cada edição.

Então, a gente tinha que organizar muito mais, conversar muito mais um com o outro. Foi definido que cada edição ia ter um coordenador, um pauteiro e esse pauteiro ia editar o boletim do repórter, ia ter o repórter e um ia ficar com a entrevista. Então, tinha muito mais comunicação e, querendo ou não, tem mais chance de dar errado, eu acho. Mas o programa da disciplina tem um modelo diferente, mas é muito legal, tem boletins - tem vários boletins - e no Lança Perfume a gente só tem um, que é o Lança Repórter, e a coluna, né? Acho que no programa da disciplina, por ser um sistema de rodízio, você aprende mais, porque dentro das semanas, a sua função só vai se repetir daqui a um mês. Então, você pode experimentar um pouquinho de cada coisa. Você pode ser o editor-chefe, você foi o repórter, você foi o pauteiro e no Lança Perfume a gente não tem compromisso, a gente não é obrigada a participar. Então, eu acho que essa é a diferença. No programa da disciplina, querendo ou não, aquele programa vai acontecer. Com você participando ou não, a equipe vai dar um jeito de fazer. E no Lança Perfume se não tiver quem faça, não vai acontecer. Então, no Lança Perfume a gente tem muito mais comunicação entre as meninas para fazer as coisas. Por exemplo: no programa hoje, as meninas decidiram fazer agora, em cima da hora, o programa. Então, a gente sabe que dá para fazer porque a equipe é competente, a gente sabe que dá, mas esse negócio, aconteceu de ir deixando, deixando, e no programa da disciplina não. A gente tem que fazer, o professor vai estar lá, vai estar cobrando e aqui não tem quem cobre: “Ah, não, se você não participar do Lança hoje você está fora”. Não tem isso.

F - Por que o programa da disciplina tem mais chance de dar errado?

E11 – Não sei. Teve uma mesa, por exemplo, que eu participei, que foi sobre movimentos religiosos. O entrevistado foi por híbrida, então, tem todo esse negócio. E eles ficaram de ligar em cima da hora para ele. Então, no meio da mesa, o telefone pifou em cima do horário e aí ficou em silêncio. A gente não conseguiu ligar de volta. Eu não sei, tem mais chance de dar errado porque é muito mais gente envolvida. Muito mais. E no Lança Perfume não. Eu acho que comunicação no Lança é muito melhor do que é no programa da disciplina.

F – A experiência interfere também?

E11 – A experiência, sim. Aqui no Lança Perfume sempre tem uma veterana com a gente, direcionando, supervisionando, dando o feedback. E no programa da disciplina está todo mundo no mesmo barco. Ninguém tem mais experiência do que outros, então, eu acho que isso influencia também. E no Lança Perfume não tem aquela coisa: “você tem que fazer, você tem que fazer”. E no programa da disciplina sim, tem isso. E tem gente que é mais empenhada do que outras, então isso acaba criando alguns atritos.

F - Qual diferença de ser coordenado por um professor e por alunos?

E11 – O professor da disciplina deixava a gente meio solto. Então, se desse alguma coisa errado era culpa nossa, ele só estava ali supervisionando. Mas, eu acho que os moldes são diferentes. Acho que, por serem alunos, por exemplo, o Lança Perfume é feito por alunos. Então, a gente tem interesse que dê certo. É um programa que vai fazer três anos agora [em 2013], então a gente tem muito interesse que dê certo, que vá para frente esse núcleo. Por exemplo, as meninas estão se formando agora, mas o Lança Perfume vai continuar com quem está chegando agora. E o programa da disciplina não. É o programa de uma disciplina e, provavelmente, vai acabar. Ninguém vai seguir, ficar levando o programa da disciplina muito para frente. Então, acho que essa é a diferença. Porque a gente pensa no programa como uma disciplina, depois vamos fazer Rádio II, vai ser diferente. E o Lança Perfume vai estar ali. Por exemplo, semestre que vem eu não vou estar mais no programa da disciplina, mas no Lança [Perfume] eu vou continuar. Eu acho que é diferente. É muito mais interesse de dar continuidade para o núcleo do que numa disciplina. Eu acho que é isso.

F - Você acha que existe uma preocupação de fazer um conteúdo para webradio especificamente ou vocês pensam na Rádio Ponto como uma rádio normal?

E11 – Não, muito pelo contrário. Com a internet a gente tem que pensar em muito mais coisas. Por exemplo, no programa da disciplina e no Lança Perfume, buscando essa maior visibilidade que a internet proporciona, a gente fez página no Facebook para ficar mais próxima dos nossos ouvintes, tem página no Twitter, tem que se preocupar com fotos, tanto que, no final de cada programa, a gente tira fotos com o convidado para botar no site da rádio, para botar no [perfil do] Lança Perfume. Enquanto as meninas estão aqui presenciando, tem gente nas redes sociais, atualizando e botando fotos, sei lá, “o entrevistado acabou de falar tal coisa, fique ligado, a gente foi para um rápido intervalo”. Então, tem esse acompanhamento, tanto no Lança Perfume quanto no programa da disciplina. E no programa da disciplina a gente fez uma coisa que foi diferente, acho que ninguém tinha feito isso ainda, um vídeo, chamando o pessoal para assistir, assim: “conheça o pessoal do Papo Universitário”. Foi um vídeo, então é uma forma diferente, a gente usou a televisão. Então, tem que pensar que são coisas diferentes. Então, eu acho que a webrádio proporciona isso e, ao mesmo tempo que é bom, também é mais difícil, porque agora não tem que se preocupar só com texto, com áudio, mas também com a imagem que a gente quer passar. O alcance é maior, mas é um ramo de coisas que a gente tem que se preocupar mais.

F- E você acha que a Rádio Ponto consegue suprir a demanda da internet?

E11 – Bom, eu acho que a ideia é muito boa de a Rádio Ponto de ser uma webrádio. Isso aí é uma diferença. Mas eu acho que, por exemplo, quando a gente sai para catar um “Povo Fala” para a rádio: “Ah, eu sou aqui da Rádio Ponto”. “A UFSC tem uma rádio? Como assim?”. A maioria dos estudantes da UFSC não sabe que existe a rádio. Então, eu acho que falta essa visibilidade, falta chamar mais o público, falta arrumar um jeito de as pessoas conhecerem mais a Rádio Ponto. Eu acho que a maioria das pessoas que ouvem a Rádio Ponto são os próprios alunos, a família, os amigos para quem a gente divulga e os ouvintes que se interessam pelo tema que a gente divulga. Por exemplo, na página do Lança Perfume a gente tem alguns programas que chamam mais público que outros por causa do entrevistado. Mas não é só isso. A gente precisa achar uma forma de chamar mais o público, de alcançar um público maior, porque têm muitos programas na grade, então, vale a pena. Mas muita gente não conhece.

F - E você acha que redes sociais ajudam na divulgação?

E11 – Com certeza, ajudam bastante. Lá na página do Lança Perfume, a gente tem 200 e poucas curtidas. Mas eu acho que para um programa que já tem três anos, se for ver, ainda é pouco. O programa da disciplina, que a gente criou agora, tem 160 e poucas curtidas. E foi criado agora, então, para você ver. Falta uma divulgação maior, um interesse maior de querer chamar mais público.

F- E a quem você atribui esse interesse?

E11 – É um conjunto. Acho que dos alunos, principalmente, que são aqueles que fazem, quem tem interesse de divulgar o trabalho, que, querendo ou não, é uma coisa que a gente pode colocar no nosso currículo. Mas acho que é do núcleo como um todo, dos professores, um incentivo, sei lá. Já falei várias vezes para as meninas, inclusive, para a gente colocar um cartazinho lá no RU, alguma coisa assim, falta incentivo nessa questão. Panfletos, cartões de visita. Muitos entrevistados que a gente tem dizem: “ah, qual é o número de vocês, passa o cartão”. E não tem. Então, falta isso, espalhar.

F – A Rádio Ponto tem uma produção mais próxima do mercado de trabalho. O que você acha disso?

E11 – Eu acho que é bom, porque, por ser uma rádio feita por alunos, isso é muito legal, porque proporciona um aprendizado muito maior, porque funciona como uma oficina, para a gente aprender a ser como lá fora. Mas com certeza se a gente tivesse um profissional de rádio mesmo, um locutor ajudando, isso ia proporcionar um aprendizado muito maior, muito maior, porque ia ajudar. É gente do meio mesmo ensinando a gente. Então, acho que sim. Isso seria muito melhor.

F – O professor Eduardo Meditsch e a professora Valci Zuculoto têm experiência em rádio. Você sentiu alguma diferença?

E11 – Com certeza. O professor Áureo, no início da carreira, trabalhou com rádio. Agora a área dele é televisão e eu senti bastante diferença de ter aula com o professor Áureo. No programa da outra turma, eu acho que tem mais cobrança, digamos assim. O nosso professor deixava a gente mais solto. Lá com a professora Valci eu sei que eles têm cobrança de fazer reportagens ao vivo e agora só com o “Magrinho” [professor Eduardo Meditsch] que chegou, ele começou a cobrar mais para a gente fazer o ao vivo. Mas acho que tem uma diferença.

F - E os professores de rádio cobram mais essa questão de ser uma webradio?

E11 – Ah, sim, com certeza, como a gente pode usar texto, pode usar foto, acho que eles incentivam bastante. Por exemplo, a gente teve entrevista aqui no programa da disciplina que está muito boa, está rendendo, está legal, mas aí tem um boletim para vir. Mas eles: “não, se a entrevista estiver rendendo, não chama o boletim”. Deixa render e avisa os ouvintes que depois está lá no site da rádio se eles quiserem ouvir. Então, eu acho que tem essa possibilidade de auxiliar a webradio no que acontece aqui, no estúdio e etc. É melhor. Eles incentivam.

F - Você acha que estará mais preparada para o mercado de trabalho por ter participado da Rádio Ponto e dos núcleos?

E11 – Ah, com certeza. Com certeza prepara [para o mercado de trabalho]. Eu moro perto da Faculdade Estácio de Sá e tenho amigas que fazem faculdade de jornalismo lá. E quando a gente comenta, eu percebo a diferença. Assim, lá elas têm muito mais teoria do que prática. Até pessoas de fora, que vêm aqui para a UFSC a gente sente isso. A gente tem uma colega de fora, que veio de Minas Gerais, e ela fala que aqui a gente tem matérias no começo [do curso] que ela vai ter só lá na sexta fase. Então, tem o lado bom, mas também tem o lado ruim. Mas, como você falou, nesse sentido de estar preparada para o mercado de trabalho, para trabalhar numa rádio, com certeza a Rádio Ponto auxilia muito. A gente treina cobertura ao vivo - eu participei da cobertura da manifestação³⁷ -, então, isso é muito

³⁷ A entrevistada refere-se à manifestação popular ocorrida no mês de junho de 2013.

legal, fazer um programa ao vivo toda semana ajuda bastante, conduzir uma entrevista, a gente tem mais experiência com isso. Então, isso auxilia bastante.

APÊNDICE 12 - Entrevista 12 – Aluna integrante da Rádio Porto da UFSC em 2013

Fabiola (Entrevistadora) - Você poderia falar um pouco sobre você e sua participação na Rádio Ponto?

Entrevistada 12 – Então, eu estou na segunda fase de Jornalismo, eu estou fazendo a matéria de Radiojornalismo I, que a gente também tem que produzir um programa, esse é o intuito, aliás. E estou no [núcleo] Lança Perfume desde a minha primeira fase, então vai fazer um ano já que eu estou aqui no núcleo do Lança [Perfume].

F - O que lhe incentivou a participar de rádio?

E12 – Então, todo início de semestre, o núcleo organiza-se com os programas que têm, para fazer uma chamada aos calouros, no caso. Eles vão sala por sala, explicam o que é a Rádio Ponto, quais são os programas que têm, se têm interesse em participar. E aí em uma dessas visitas, o que chamou a minha atenção e das minhas colegas também: “poxa, a gente está na primeira fase, até que estão tranquilas as matérias, vamos experimentar para ver como é”. Para mim, foi uma questão de experimentar mesmo, saber: “quem sabe eu não goste de rádio, não está aí o meu caminho?”. Aí a gente entrou e acabou ficando, gostou. E é uma experiência legal, porque você tem muita prática não só de: “ah, vou ouvir a minha voz na rádio”. Não, tem todo um trabalho por trás de entrevistas, de textos e é um texto diferente, que só se praticando em aula não é suficiente. Para mim, eu aprendi muito mais aqui a fazer um texto, as palavras, a técnica, o que usar ou não, do que somente fazendo uma disciplina de rádio.

F – A Rádio Ponto tem um sistema de produção mais próximo do mercado de trabalho. Isso é bom ou ruim?

E12 – Eu acho bom. Na maior parte eu acho bom, por outro lado eu acho ruim, porque a gente sente falta demais de teoria, embasamento teórico também. Apesar de a gente também ter isso na disciplina, na

primeira fase muito mais do que na segunda, que é só produção mesmo. Mas eu acho bom porque é o que você vai encontrar lá fora, sabe? Não só a teoria, por exemplo, a história do rádio, como ele surgiu. Você vai chegar lá fora com o embasamento melhor de como fazer, como agir, como é que faz isso, como é que edita, como é que vai se portar, como vai falar. Você já tem uma carta disso antes. Por exemplo, para quem nunca sentou na mesma de um programa ao vivo e vai fazer isso só depois que se formar, é um impacto, você fica muito nervoso, tem aquela coisa de, tem gente que acha: “ah, você escolheu jornalismo, sabe falar bem, não fica nervoso”. E não é. E como a gente tem muito dessas experiências práticas antes, já dá uma preparação melhor. Eu acho positivo. Ainda que, não necessariamente em rádio, mas em outras matérias eu sinto falta de um embasamento teórico melhor. Não necessariamente em rádio. Porque todas as matérias de maneira geral são mais práticas.

F – O fato de a Rádio Ponto ser uma webradio é levado em consideração no momento da produção?

E12 – Ah, então, eu sou nova ainda para poder ter uma noção assim geral. Mas é claro que a gente comete falhas, às vezes de linguagem mesmo também. Às vezes, dependendo do programa, a gente poderia usar uma linguagem, por exemplo, o programa da segunda fase, de uma das turmas, às vezes a gente pega uma linguagem mais jovial. Mas, de modo geral, como é uma rádio laboratório, eu acho que está sendo bem explorado essa questão do aprendizado mesmo. A gente comete erros, logicamente, mas a questão é aprender. A gente comete erros e percebe, sabe? Muitas vezes, a gente coloca o programa e escuta novamente: “cometi aquele erro ali, corrigir no próximo e tal”. Sobre vídeo, realmente, a gente não tem vídeo no site. No programa da disciplina a gente coloca um vídeo no Facebook e a gente faz uma chamada. Para cada programa de rádio da próxima semana, a gente grava um vídeo falando o tema. Cada um de nós gravou um vídeo com a turma toda, no início do programa da disciplina. Então, tem essa parte desse vídeo. Mas os outros programas, de modo geral, não têm, realmente. Seria até uma coisa que a gente poderia acrescentar. E até o que você comentou de ser uma webradio e de as pessoas ouvirem é até um fator de responsabilidade que a gente tem. Não é só um trabalho que o professor vai ver e vai dar nota. É um trabalho que várias vezes as pessoas, vários universitários podem ouvir e eles acabam cobrando você por isso. É uma responsabilidade a mais, é um compromisso maior que a gente assume.

F – Você acha que deveria haver mais estímulo, então, nessa questão da webradio, da convergência?

E12 – Eu acho que em relação às aulas, no primeiro semestre, eu senti falta de um pouco de retorno, sabe? A gente fazia um trabalho e você não tem especificamente uma nota certinha para aquilo: “Ah, você tirou tanto, você errou aqui, você acertou tantas e tantas palavras”. Não tem aquele trabalho individual, que a gente tinha em colégio normal. Talvez até seja uma falha minha, que tenho uma visão mais de colégio mesmo. E a questão da webradio é, como você fica muito ligado, as pessoas ficam ouvindo e copiando o que as pessoas ouvem numa rádio comum. E a linguagem nova que a gente poderia usar é a imagem mesmo, porque, como é uma webradio, você não precisa só estar ouvindo, poderia estar vendo no site. Acho que a gente poderia reformular isso, explorar mais os recursos do site, de imagem, e a linguagem oral acho que não tem alguma coisa diferenciada: “Não, vou mudar a linguagem. Vamos ver assim, quem sabe”. É uma coisa a se pensar.

F – Como foi experiência do programa da disciplina, que é semanal?

E12 – Então, esse foi um programa muito legal de fazer, porque lida com realidades suas mesmo, que você mesmo pode dizer: “isso é legal, isso é a realidade, é um problema”. E isso foi muito bom. E a questão da minha turma, vou ser bem tiete agora, porque a gente tem um entrosamento muito bom. Então, essa divisão de tarefas vem dando muito certo: “ah, eu vou ser o repórter dessa semana, você vai ser o editor”. A gente tem essa comunicação de: “ah, não, essa semana eu queria mudar aqui”. E funciona o trabalho em conjunto. E foi bom assim. Talvez o que dificultou é que, no mesmo semestre, tem o programa da disciplina, que a gente coloca no ar todas as semanas, e tem o programa da disciplina de telejornalismo e a gente coloca no ar um telejornal toda semana. Então, ficava muito corrido, porque muitas vezes a gente tinha que fazer uma matéria para o programa de rádio, uma matéria para o programa de TV e mais uma para o núcleo do Lança - para quem participa, porque é voluntário. No caso, nem todo mundo participa, mas eu participo. Então, às vezes é muito puxado. Por exemplo, hoje eu ainda tenho matéria para fazer para o programa de TV, que vai ao ar amanhã, e ainda tem matéria para o Lança [Perfume]. Às vezes é complicado, até por isso poderia reformular, deixar essas duas

matérias em fases diferentes, para não acumular. Mas o programa da disciplina de rádio, de maneira geral, era bem mais tranquilo de fazer que o programa de TV, por exemplo. Talvez por ser rádio, que você não tem que ficar se preocupando com a imagem, com vídeo, que é um trabalho mais complicado, mas a gente conseguiu. Teve programa que a gente finalizava o bloco na mesma manhã para colocar no ar às 11h30min e dava certo. Então, é uma experiência muito legal.

F - Qual diferença você percebe de quando começou o curso e agora?

E12 – Então, a aluna de antes para a de agora melhorou muito a questão da desenvoltura, porque aquele mito de que jornalista é desenvolto, não existe, eu sou supertímida. Aquela coisa de que fazer uma entrevista para poder gravar algum boletim e etc, você tem medo de se aproximar das outras pessoas, eu acho que isso ajuda bastante. A questão de voz também, eu sou gaga, quando eu fico nervosa eu gaguejo, é uma coisa e eu tenho procurado controlar mais isso, sabe? E é uma coisa muito boa, porque você começa a perceber os seus erros, você começa a ver: “eu vou evoluir nisso, eu melhorei nisso”. Eu, para ser bem sincera, não sei se quero seguir carreira no rádio, se eu quero trabalhar em rádio, se eu quero trabalhar em TV, realmente, eu não defini isso para mim. Eu gosto de todos [os meios de comunicação] de maneira geral, aspectos que eu gosto de cada um. Eu ainda não tenho focado, definido o que eu quero fazer, mas eu gosto assim.

F - Comparando o programa da disciplina de rádio e o núcleo Lança Perfume, quais são as diferenças e as similaridades?

E12 – Ah, então, o Lança [Perfume], apesar de ser mais flexível, de eu não necessariamente precisar participar toda semana - que quando a gente está muito atrapalhada, uma não participa naquela semana, participa no próximo -, apesar disso, a responsabilidade é igual e às vezes até maior, justamente por eu não ser obrigada, mas às vezes: “ah, não, eu não participei na outra semana, eu não vou participar na próxima. Não, eu vou participar aqui, vou ter que fazer, não posso deixar ela ‘na mão’ também”. Em relação ao Lança Perfume, o que é parecido é que é todo mundo igual, jovens também, com as mesmas dúvidas, os mesmos interesses, é uma coisa

que facilita. E também por ser feito só por meninas, porque a gente só tem um menino, que é o Djalma. Poderia ser mais difícil também por serem meninas, porque cada uma pensa de um jeito, mas é uma coisa que a gente não pensa, não entra em conflito. Uma pensa de um jeito: “não, eu penso assim, da minha maneira”. Não, a gente tenta sempre valorizar a visão de cada uma. E no programa da disciplina era a mesma coisa: “não, eu tenho uma ideia de pauta assim”, “não, mas eu tenho uma outra”, e a gente tentava encaixar isso. Então, essas são as semelhanças. Diferenças acho que não têm, a responsabilidade é a mesma. E o público, que também é diferença. O Lança [Perfume], como é feito por meninas, geralmente costuma abordar assuntos femininos. Teve um que a gente fez sobre parto humanizado, que era mais voltado para mulher. Outra coisa que a gente fez aqui foi durante as manifestações³⁸. A primeira manifestação, não, mas a segunda que teve aqui em Floripa a gente teve uma cobertura ao vivo. Então, eles ligavam para a gente do meio da rua, do meio do tumulto, e a gente trazia informações. Que é uma coisa que a Rádio Ponto também fazia nas eleições, que eu trabalhei, de falar com cada um também nos polos de votação, que também era bem legal. O “ao vivo” é diferente.

F - E o fato de o programa disciplina ter um professor coordenando e o Lança Perfume não ter. Quais diferenças você percebe?

E12 – Eu acho até que o Lança [Perfume], por serem colegas mais experientes, com muito mais bagagem que a gente, elas têm um *feeling* maior para o rádio já. Apesar disso, talvez a comunicação com elas seja mais fácil. Com o professor eu ainda tenho aquele respeito, vou pensar duas vezes antes de falar com ele, mas a gente conversa, ele deixa a gente muito livre. Ele impõe algumas coisas, por exemplo, o programa da disciplina ele queria que todos nós fôssemos repórteres uma vez, todo mundo apresentasse uma vez, todo mundo. Mas ele deixa a gente livre para fazer tudo errado, tanto para fazer um boletim, e fazer tudo certo, e aí ele corrige depois, ele avalia e etc. E do Lança [Perfume] a gente começou até a ter um retorno, de alguma das meninas ouvir o programa e dar a opinião dela: “ah, o que você acha que errou, o que você acha que acertou”. Esse retorno eu acho importante também. E é isso. Até talvez por elas serem colegas e fazerem jornalismo também a gente tem mais facilidade de chegar e conversar.

³⁸ A entrevistada refere-se à manifestação popular ocorrida no mês de junho de 2013.

F – Na sua opinião, há uma diferença de aprendizado?

E12 – Acho que o Lança [Perfume], por eu já estar há um ano, eu acabei amadurecendo mais com o Lança do que só em um semestre do programa da disciplina, né? Mas é o mesmo tipo de empenho que você tem que ter tanto para um quanto para outro. Às vezes, o entrevistado que desmarcou de última hora e a gente tem que correr atrás de outro enlouquecidamente. É tanto para um quanto para o outro também.

F - E com essa experiência, você acha que estará mais preparada para o mercado de trabalho?

E12 – Acredito que sim, bem mais ambientada. “Ah, esse entrevistado furou. Não, vamos correr atrás de um”. Tem gente que fica desesperada e não, tem que manter a calma e dar um jeito. De um jeito ou de outro, a gente sempre consegue. Então, acho que para essas “situações-limite” a gente vai estar bem mais [preparada], não só eu, mas as meninas de uma forma geral.

APÊNDICE 13 – Entrevista 13 – Bolsista do Museu do Rádio e colaboradora da Rádio Ponto da UFSC

Fabíola (Entrevistadora) – O que você faz no Museu do Rádio?

Entrevistada 13 – O Museu do Rádio tem como base o TCC de uma aluna do “Magrinho” [professor Eduardo Meditsch], a Sirlei Ribeiro, porque ela começou o projeto de fazer essa restauração da história, do Museu, com esse material que a gente tinha aqui na Rádio Ponto. E foi com base nisso que a gente começou a organizar os materiais. A gente tem gravadores, tem fitas com programas antigos - algumas fitas se perderam por causa de mofo, porque não estavam bem armazenadas. Então, a minha parte, quando eu comecei, foi começar a digitalizar esse material para não ser perdido e a elaboração de um site para guardar esse material, para ter o acervo digital dele. Fotos da época, algumas fotos autografadas por rádio-locutores da época. E, no meio desse material, que não entra tanto no Museu do Rádio de Santa Catarina, foi legal que a gente achou um monte de programação antiga da Rádio Ponto, temáticos antigos, programas antigos da Rádio Ponto e eu até não consegui fazer isso ainda, mas eu quero fazer um arquivo, porque agora não está dando muito tempo porque eu estou no site, estou tentando digitalizar as coisas, estudando mais sobre a história, mas, se possível, também criar um arquivo para a Rádio Ponto, porque são coisas muito recentes ainda, mas daqui a 10 anos: “poxa, muito legal!”. Tem coisa guardada ainda naquelas fitas grandes, não na K7, naquela mais antiga, “redondona”. E é uma coisa que vai se perdendo, porque infelizmente a gente sabe que esse material tem prazo de vida útil curto. Ele mofa, ele estraga; então, a prioridade, o que está sendo mais importante é catalogar e digitalizar esse material.

F – Sobre a Rádio Ponto, existe o projeto de fazer algum resgate histórico de como a rádio foi criada, como surgiu, além dos programas?

E13 – Isso não entraria tanto no Museu do Rádio, mas sim na própria história da rádio. A gente está desenvolvendo. Agora mesmo, a gente está sentado para desenvolver um novo layout, um novo site, porque o outro está um pouco atrasado, não está muito bonito. Então, eu até criei a aba “Quem Somos” para contar essa história da Rádio Ponto. A gente tem

que aproveitar a Valci, o “Magrinho” [professor Eduardo Meditsch], que estavam ali desde o começo para contar essa história para a gente. Acho bem importante resgatar os programas antigos, aqueles programas como o Universidade Aberta, que foram bem importantes, bem produzidos, tem um material legal. Então, acho que a ideia, ninguém nunca conversou seriamente sobre isso, mas eu mexendo nas coisas do Museu do Rádio pensei em criar, pelo menos, uma aba no site para explicar para as pessoas como nasceu a Rádio Ponto, onde surgiu a Rádio Ponto.

F – Isso é importante até mesmo porque a Rádio Ponto é pioneira, é a mais antiga entre as webemissoras universitárias.

E13 – Mais antiga, mas ainda é uma coisa nova, porque o jornalismo online está aí, a gente está aprendendo ainda. Nada muito certo, porque ainda tem aquela coisa: “é um meio novo, que está sempre se renovando”. Então, a gente está buscando fazer um website melhor, buscar uma plataforma melhor, ver quais níveis de interatividade pode ter com o Twitter, com o Facebook, tentar aproveitar essas coisas que a webrádio traz para a gente. Acho que isso é muito importante, pegar a interatividade que a internet dá para a gente, pegar a multimídia, que tem o *streaming*, que a pessoa pode ver o vídeo, sem perder a essência de rádio, né? Não virando um vídeo. Sem perder a essência de rádio, ter uma programação voltada para a rádio, mas aproveitando da multimídia da internet.

F – Nos últimos dias, você e outros bolsistas vêm conversando sobre a possibilidade de implantação de um novo site. Como está esse processo? Vocês conversaram com os professores coordenadores?

E13 – A gente está criando alguma coisa para ter o que mostrar para o “Magrinho” [professor Eduardo Meditsch]. Porque é meio complicado a gente chegar e falar: “ó, ‘Magrinho’, vamos fazer um layout novo assim, assim, assim”. Não, a gente está criando em outra plataforma, agora estamos fazendo no Wordpress, que tem uma usabilidade melhor, tem layouts mais novos, mais modernos, a iconicidade dele é melhor. É mais fácil de mexer para os bolsistas, porque não é todo bolsista que é programador em potencial. E o Wordpress é mais fácil de mexer e ele é bonito. Ele é um pouco mais, não queria dizer amador, mas ele é mais

simples, é mais fácil para acessar e encontrar as coisas, é mais bonito, é mais fácil para um bolsista novo mexer no Wordpress do que mexer numa plataforma antiga. Então, a nossa ideia é criar realmente uma plataforma que seja mais fácil, porque acontecia que só alguns bolsistas lidavam com o site da Rádio. Todo mundo dava um “pitaco”, mas saber mexer mesmo só alguns. Então, a gente achou melhor fazer algo mais simples e que, ao mesmo tempo, tivesse uma iconicidade melhor para quem acessar. Um rádio mais bonito, porque a gente sabe que, na internet, um site mais organizado chama muito mais atenção. Um site mal organizado, um site que não tem responsividade é raro o internauta voltar num site que não seja muito responsivo. Então, com o site mais bonito, com mais fotos, mais fácil de mexer, fica mais fácil de estar ali salvo nos favoritos e da pessoa conhecer: “poxa, que legal, vou ouvir a programação da Rádio Ponto”. Acho que isso agrega um aspecto positivo, o site ser mais fácil de manusear vai ser mais acessado, tem mais links, o Facebook está ali, você acessa e já tem o AdWords do Facebook ali, a pessoa já curte, já conhece a página e uma coisa leva à outra. No Facebook, o amigo curtiu, vai lá e conhece o Facebook.

F – Qual a sua opinião sobre o site? Você acha que falta uma preocupação maior com o site?

E13 – No conteúdo para o site?

F – Sim, mas também no geral.

E13 – Acho que sim. O site não estava sendo muito atualizado, os bolsistas tinham problemas para mexer naquele site, estava dando muito “bug”. Então, a ideia de mexer naquele site é justamente essa: deixar a coisa mais bonita, animar o pessoal para: “poxa, está acontecendo uma coisa aqui, vamos tirar uma foto? Está acontecendo a reforma aqui da rádio, vamos produzir um vídeo da reforma para postar no site?”. Então, a ideia do site novo é justamente renovar isso e dar mais força para a plataforma, para a imagem, para a interatividade, para comentários dos leitores, entendeu? Essa é a ideia. Porque a gente estava conversando que estava muito cansado, porque aquele site estava dando “bug” toda hora, aquele site era difícil de mexer, não estava sincronizando o Twitter direito. E a ideia de

fazer o novo site é justamente essa, corrigir esses erros que estão acontecendo.

APÊNDICE 14 - Entrevista 14 – Marcela Lin, ex-aluna que participou da Rádio Ponto da UFSC

Conversa por e-mail, dia 20 de março de 2013.

De: Fabíola Thibes.

Para: Marcela Lin.

Fabíola (Entrevistadora) – Oi, Marcela, tudo bem? Primeiramente, obrigada por se dispor a me ajudar com o meu trabalho sobre a Rádio Ponto. Será bem importante, já que vou usar este conteúdo na minha dissertação. Bom, a questão que eu preciso esclarecer é sobre a história da rádio. Então, eu gostaria que vc me relatasse sobre como foi a sua experiência na Rádio Ponto. Ou seja, de que ano até que ano você participou da rádio, o que a fez continuar sendo voluntária; como era a estrutura da Rádio Ponto no momento em que você começou a participar; e se houve mudanças nesta estrutura no período em que esteve lá. Quais foram as principais dificuldades e os pontos positivos que aconteceram, as coberturas especiais que marcaram, mais ou menos quantas pessoas participavam com com você. E, se vc lembrar, quais programas faziam parte da programação da Rádio Ponto na época. Acredito que esses tópicos são importantes, mas se vc quiser complementar com algo que ache importante, fique à vontade, por favor. Se tiver alguma dúvida, por favor, disponha.

Atenciosamente,

Fabíola Thibes

Retorno da conversa por e-mail, dia 27 de março de 2013.

De: Marcela Lin

Para: Fabíola Thibes

Marcela Lin (Entrevistada 14) - Oi, Fabíola!

Desculpa a demora para responder. Estou fazendo mestrado em ADM e com muitas leituras e trabalhos. Bom, vou te contar sobre o meu envolvimento de maneira geral. Caso queiras aprofundar algum ponto ou queira algum outro tipo de informação, é só falar depois. Não lembro exatamente de alguns detalhes, mas acho que o principal é válido.

Vamos lá!

Meu primeiro contato com a Rádio Ponto foi nas disciplinas obrigatórias de Rádio I (2002 – com a Zeca) e Rádio II (2002- com o “Magrinho” [professor Eduardo Meditsch]. Em 2003, a Naiana Oscar – que era da nossa turma – falou para a professora Valci e o professor Eduardo [Meditsch] sobre a possibilidade do curso fazer uma parceria com a Rádio Santa Catarina (hoje Rádio Cultura), que é uma rádio católica. Eu não me lembro ao certo os detalhes disso...a Naiana pode te falar. Sei que dessa conversa surgiu o programa Notícia na Mesa. O programa era semanal, nas terças, na hora do almoço (daí o nome). Fazíamos o programa da Rádio Ponto e, além dele passar na Rádio Ponto, ele era transmitido ao vivo pela Rádio SC (rádio AM). Eu era uma das produtoras do programa.

Se não me engano, o programa começou de forma voluntária – o que acabou envolvendo parte da nossa turma. Mais tarde, a professora Valci conseguiu transformá-lo em uma disciplina optativa. Mas a gente nunca fez pelos créditos, mas pelo aprendizado, pela diversão e até pelo nervosismo de colocar o programa no ar e depois ver que deu tudo certo.

O Notícia na Mesa era um programa jornalístico com entrevistas, reportagens, previsão do tempo e muita informação. A estrutura da rádio era boa. Os professores Valci e “Magrinho” [Eduardo Meditsch] sempre nos deram a orientação e acompanhavam os nossos programas. Lembro que toda terça, depois do programa, saíamos para almoçar todos juntos – os alunos envolvidos no programa, mais os professores. Isso fez com que nossa turma ficasse bem próxima desses professores. Na área técnica, o “Rato” e o Alcides [técnicos operadores de áudio] também nos davam o suporte. Como vivíamos na Rádio Ponto, eles até brincavam que não nos aguentavam mais.

Acho que ficamos um ano tocando o programa quando terminou a nossa disciplina optativa e tínhamos que dar lugar para outras pessoas terem a experiência. Tanto queríamos continuar que conseguimos mais um espaço com a Rádio SC e passamos a fazer o programa Notícia na Mesa Especial nas quintas – como outra disciplina optativa. A proposta era fazer um

programa jornalístico também, mas temático. Então, toda semana tínhamos um tema diferente como a Língua Portuguesa, as Finanças Pessoais, a História do Índio, entre outros.

Quando penso no curso de Jornalismo da UFSC, grande parte das minhas lembranças é na Rádio Ponto. Como alguns amigos de curso foram bolsistas da rádio, passávamos muito tempo por lá mesmo que não fosse “trabalhando”. Era nosso lugar. Nossa turma ficou conhecida como a turma envolvida com a rádio enquanto outras foram mais para a TV.

Pela Rádio Ponto, tive a oportunidade de cobrir alguns eventos. Depois de cobrir uma manifestação no Centro de Floripa e entrar várias vezes numa tarde com boletins ao vivo para a Rádio Ponto (enquanto bolsista do Unaberta [projeto de extensão Universidade Aberta]), fui escolhida para ir para a SBPC [Sociedade Brasileira para o Progresso da Ciência], em Pernambuco. Depois de 52 horas de viagem, chegamos a Recife para ficar uma semana cobrindo o evento – numa parceria entre rádios universitárias. Eu, mais dois alunos da UFSC e outros estudantes da UFPE fazíamos um programa diário – durante os cinco dias do evento – e ele, além de passar na Rádio Ponto, era disponibilizado para uma rede de rádios. Foi uma experiência incrível!

Cobri também várias SEPEX [Semana de Ensino, Pesquisa e Extensão] da UFSC e assembleias de greve. Participamos de uma eleição para reitor em que organizamos um debate para a Rádio Ponto com os candidatos, além de cobrir todo o dia de eleição e a apuração.

Nossa turma era tão envolvida com a rádio que planejamos a cobertura do vestibular 2004 da UFSC de maneira integrada para a Rádio Ponto, boletim da Rádio CBN (em que gravávamos um boletim de 10 min e passava na CBN) e boletim para a Rádio SC. Nos dividimos em duplas e cada dupla ficou com uma rádio. Tudo isso de forma integrada com o Unaberta (o site de notícias que o curso mantinha na época), em que muitos de nós também atuaram como bolsistas. Foi um trabalho exaustivo, mas muito compensador. Lembro que mobilizamos vários estudantes do curso para atuarem como repórteres e organizamos para que cada um estivesse em um local. Entrávamos com boletins ao vivo direto. A nossa rapidez na apuração e a qualidade do trabalho fizeram com que veículos de comunicação estaduais nos ligassem para saber as informações – mesmo não sendo a gente a fonte oficial.

Depois ainda cursei as disciplinas optativas de Radioteatro e Radiodocumentário. Nos divertimos com a professora Valci – que ministrava a disciplina - fazendo peças na rádio e encenando. Lembro muito de uma história infantil que gravamos do peixe-baleia. Ir para a aula era muito divertido. Em Radiodocumentário, fizemos um documentário sobre o papa João Paulo II, que na época ainda estava vivo. Quando ele faleceu, chegamos inclusive a ir à Rádio CBN de Florianópolis dar entrevista sobre o documentário. Um trecho dele também foi exibido na rádio.

Outro momento marcante relacionado à rádio foi o prêmio Jornalismo de Unimed que eu e a Mariana Segala [outra aluna da época] ganhamos na categoria Destaque Acadêmico em 2004. Fizemos um programa sobre a Síndrome da Visão de Computador para a Rádio Ponto (de maneira voluntária). Lembro que quando fomos receber o prêmio em Blumenau³⁹ eu disse no discurso de agradecimento que era muito bom ganhar o prêmio, pois era um reconhecimento do trabalho que fazíamos ainda na faculdade – e que tinha muito material bom que produzíamos, mas que acabam ficando só dentro da universidade. E a Rádio Ponto é repleta de trabalhos assim, que acabam só ficando na rádio.

A cada semestre, tudo o que aparecia de rádio a gente fazia. Acho que até a professora Valci deu tantas disciplinas optativas em rádio porque ela sabia que íamos topar tudo. A gente sabia que a Rádio Ponto não tinha muitos ouvintes – desconsiderando o programa Notícia na Mesa que era transmitido pela Rádio SC, aí sim com um público mais abrangente e fiel. Mas nós não nos importávamos se tinham 100 ouvintes, dez, um ou zero. Fazíamos da mesma forma, superempolgados, porque gostávamos de estar ali e de fazer o que tinha que ser feito. Nosso envolvimento foi tão grande com a rádio que decidimos fazer um TCC nessa área. Eu, a Mariana Segala e a Naiana Oscar fizemos um trabalho em trio, justificado pela extensão do projeto. Fizemos uma proposta de implantação de um Departamento de Jornalismo na Rádio Cultura (a Rádio SC já tinha mudado de nome). Além de toda a parte de resgate histórico das rádios no Brasil, de rádios católicas e da própria história da Rádio SC, fizemos uma parte administrativa com pesquisa de mercado para propostas de programa e levantamentos financeiros para a estrutura. Ao final, sugerimos cinco programas (gravamos todos os programas pilotos) e fizemos um manual de redação.

³⁹Link para a página do Prêmio: http://www.unimed.coop.br/pct/index.jsp?cd_canal=44810&cd_secao=34376&cd_materia=28182

Chegamos a entregar para os dirigentes da rádio depois, mas infelizmente não saiu do papel.

Apesar de todo o envolvimento que nossa turma teve com rádio, ninguém seguiu por esse caminho após se formar. Mas a rádio marcou a nossa história no curso. Hoje temos um grupo de amigos que se aproximou muito pela convivência diária nos estúdios da rádio. Quando nos reunimos, vez ou outra surgem histórias desse tempo de grande aprendizado profissional e pessoal. Acredito que hoje sou uma profissional melhor – mesmo que atuando em Comunicação Institucional – pela minha experiência na rádio. A rádio me ensinou a ser ágil, fazer um monte de coisa ao mesmo tempo, trabalhar em equipe, me relacionar com os ouvintes. Levo comigo algumas heranças que adquiri por essa experiência. Hoje, gosto de ouvir programas jornalísticos na rádio – principalmente quando estou dirigindo – inclusive A Voz do Brasil. E esse era um mundo que eu desconhecia por completo antes de entrar no curso e viver a rádio de maneira tão intensa.

A Rádio Ponto não faz parte só da história do curso, mas faz parte da minha história e de tantas outras pessoas que levam dessa experiência não só o aprendizado profissional, mas as amizades que se criaram e se fortaleceram pela Rádio Ponto.

Eu ainda guardo alguns materiais e roteiros dessa época se precisar.

Abraço, Marcela