

UNIVERSIDADE SAGRADO CORAÇÃO

RAFAEL BORICI PAVAN

RÁDIO: DO INÍCIO À ERA DIGITAL

BAURU
2011

RAFAEL BORICI PAVAN

RÁDIO: DO INÍCIO À ERA DIGITAL

Trabalho de conclusão do curso apresentado ao Centro de Ciências Sociais Aplicadas como parte dos requisitos para obtenção do título de Bacharel em Jornalismo, sob a orientação da Prof.^a Dra.Érika de Moraes

BAURU
2011

P337r	<p data-bbox="548 1129 821 1159">Pavan, Rafael Borici</p> <p data-bbox="548 1199 1281 1297">Rádio: do início à era digital / Rafael Borici Pavan - - 2011. 43f.: il.</p> <p data-bbox="599 1335 1146 1365">Orientadora: Profa. Dra. Érika de Moraes</p> <p data-bbox="548 1409 1281 1507">Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação em Comunicação Social – habilitação em Jornalismo) – Universidade Sagrado Coração – Bauru – SP.</p> <p data-bbox="548 1577 1281 1640">1. Rádio. 2. Web rádio. 3. Interatividade. 4. Internet. 5. Tecnologia. I. Moraes, Érika de. II. Título.</p>
-------	---

RAFAEL BORICI PAVAN

RÁDIO: DO INÍCIO À ERA DIGITAL

Trabalho de conclusão de Curso apresentado ao Centro de Ciências Sociais Aplicadas da Universidade do Sagrado Coração como parte dos requisitos para obtenção do título de Bacharel em Jornalismo, sob orientação da Prof.^a Dra.Érika de Moraes

Banca examinadora:

Prof.^a Dra. Erika de Moraes
Universidade Sagrado Coração

Prof.^a Esp. Sandra Faria Firmino
Universidade Sagrado Coração

Prof.^a Ms. Daniela Pereira Bochembuzo
Universidade Sagrado Coração

Bauru, 15 de dezembro de 2011.

RESUMO

A presente pesquisa abordou de forma ampla a transformação do Rádio desde seus primórdios até o momento atual, ou seja, a chamada era digital. Diante do surgimento da Internet e a evolução tecnológica, a comunicação em geral modificou-se. A tecnologia trouxe para as emissoras radiofônicas novas possibilidades de aproximação com os ouvintes, portanto a interatividade e a instantaneidade se fazem cada vez mais presentes no dia a dia. Outro fato que sofreu alteração com a evolução tecnológica foram os ouvintes, ou seja, o internauta busca conteúdos radiofônicos e não somente músicas, visto a possibilidade de este novo público ter a possibilidade de criar lista de músicas, fazer downloads de músicas a partir de softwares específicos. Além disso, a forma de se irradiar evoluiu, novas linguagens e possibilidades de chamar a atenção dos ouvintes foram criadas. Nos ditos primórdios deste veículo tínhamos os telefonemas e cartas, atualmente com as possibilidades da Internet, dos meios de comunicação móveis, como celulares e tablets, diversas outras maneiras foram criadas e estão sendo absorvidas pelos ouvintes e profissionais da comunicação, entre eles temos os e-mails, redes sociais, sms. Portanto, a partir deste estudo podemos afirmar que a Web Rádio é mais uma prova de que o Rádio não está desaparecendo, mas, sim, se adaptando às novas possibilidades de público e mercado. Através das plataformas propostas pela Internet, o radialismo se adaptou e criou novas linguagens, novos formatos, novos ouvintes e abriu horizontes mercadológicos para o crescimento deste meio de comunicação tão importante para a sociedade.

Palavra – chave: Rádio. Web Rádio. Interatividade. Internet. Tecnologia.

ABSTRACT

The present study addressed broadly the transformation of radio from its beginnings to the present time, ie, the so-called digital age. Before the advent of the Internet and technological communication in general has changed. The technology for radio stations brought new possibilities for rapprochement with the listeners, so the interactivity, the immediacy is ever more present in everyday life. Another factor that was altered with technological developments were the listeners, that is, the Internet content search not only radio and music, as the possibility of this new audience be able to create list of songs, download music from software specific. Moreover, the evolved form of radiate, new languages and possibilities to draw the attention of the listeners were created. In the early days of this vehicle had said the phone calls and letters, now the possibilities of the Internet media tablets and mobile phones as many other ways have been created and are being absorbed by listeners and professional communication, including e-mails have , social networking, sms. Therefore, from this study can be said that Web radio is further evidence that the radio is not disappearing, but rather adapting the new possibilities, and public market. Through the platforms proposed by the Internet radio has adapted and created new languages, new formats, new horizons opened listeners and marketing for the growth of this medium as important to society.

Word - chave: Radio. Web Radio. Interactivity. The Internet. Technology.

SUMÁRIO

1	INTRODUÇÃO.....	10
2	CARACTERIZAÇÃO DA SITUAÇÃO PROBLEMA.....	11
3	OBJETIVOS.....	12
4	O RADIOJORNALISMO NO BRASIL E SUA EVOLUÇÃO.....	13
4.1	A ESTREIA.....	17
4.2	CARACTERIZANDO O RADIOJORNALISMO.....	19
5	INTERNET.....	26
5.1	A IMPORTÂNCIA DA INTERNET.....	27
6	A WEB RÁDIO.....	28
6.1	WEBJORNALISMO E SUAS POSSIBILIDADES.....	29
6.2	O CONFRONTO DAS TECNOLOGIAS.....	30
6.3	A IDENTIFICAÇÃO.....	31
6.4	AS FERRAMENTAS DIGITAIS E O NOVO FORMATO.....	32

6.5	A INTERATIVIDADE E O JORNALISMO DIGITAL.....	34
6.6	A PROPENSÃO DO JORNALISMO DIGITAL.....	35
6.7	A LINGUAGEM RADIOFÔNICA E SUAS MUDANÇAS.....	35
6.8	ARQUIVOS RADIOFÔNICOS.....	36
6.9	ADAPTAÇÃO DE CONTEÚDOS.....	37
7	CONSTRUINDO UM PROGRAMA DE RÁDIO.....	37
7.1	EDIÇÃO RADIOFÔNICA.....	38
8	CONSIDERAÇÕES FINAIS.....	40
	REFERÊNCIAS.....	41

1 INTRODUÇÃO

A tecnologia já faz parte do dia a dia dos seres humanos. Em todas as tarefas a serem executadas hoje por qualquer indivíduo, notamos a presença de aparatos de última geração. Diante de tais avanços, é necessária a adaptação a estes inventos, no intuito de melhor aproveitarmos estes novos utensílios no cotidiano.

É importante citar que a evolução tecnológica ocorre em todas as áreas de estudos e, na comunicação, este fato não é diferente, à criação de novos meios de comunicação também se faz necessária.

Com o advento da internet, os aparelhos de rádio e televisão, como conhecemos hoje, vão desaparecer e passarão para o computador. É nele que as atuais emissoras de rádio e televisão vão ser ouvidas e assistidas. (SAAD, 2003, p. 34)

Com o surgimento da internet, os meios de comunicação passaram a veicular seus conteúdos na rede mundial de computadores. Por se tratar de uma nova realidade, cada veículo de comunicação criou sua própria característica, visto que não existia um modelo a ser seguido, nem regras a serem respeitadas. Ou seja, passamos a encontrar textos de jornais publicados na internet, transmissões de rádio e televisão com as mesmas características dos convencionais.

A presente pesquisa alavancar as possíveis tecnologias que podem ser utilizadas em favor do ouvinte e do internauta nos meios de comunicação, em especial: o rádio e a web rádio.

2 CARACTERIZAÇÃO DA SITUAÇÃO PROBLEMA

Com o advento da internet, os meios de comunicação se viram obrigados a se adaptar ao seu novo público: os internautas.

Segundo Terra (2008, p. 12), “o quinto poder é o internauta, o usuário de Internet que ganhou voz, faz barulho, gera boca-a-boca e, ao mesmo tempo em que pressiona organizações, participa e colabora com conteúdos, informações e opiniões”.

Diante dessa nova realidade, diversas empresas de comunicação passaram a divulgar seus conteúdos na rede mundial de computadores, mas sem a devida preocupação de apropriar a linguagem ao seu novo público. Ou seja, é possível encontrar transmissões de rádio, que apenas foram disponibilizadas na internet, sem a utilização das características que esse meio de comunicação pode proporcionar.

Ao estudar as características do jornalismo desenvolvido para a Web, Bardeol e Deuze (2000), apontam quatro elementos: interatividade, customização de conteúdo, hipertextualidade e multimídia. Palacios (1999), com a mesma preocupação, estabelece cinco características: multimídia/convergência, interatividade, hipertextualidade, personalização e memória. (MIELNICZUK, [200-?], p.3).

Atualmente, encontramos diversas rádios na internet. Mas poucas Web Rádios, ou seja, nos dias de hoje, mesmo com a evolução da tecnologia, ainda não temos grandes rádios, produzindo materiais voltados para o internauta.

Mediante a referida situação, faz-se necessária a produção de materiais e estudos que possam caracterizar e elencar as possibilidades de interatividade dos internautas que apreciam este meio de comunicação atual.

3 OBJETIVOS

Demonstrar as diferenças entre Rádio na Internet e Web Rádio, apresentando as formas de interação que este novo meio de comunicação possibilita aos seus ouvintes ou internautas.

O objetivo deste estudo é mostrar como a internet proporcionou uma nova possibilidade de permanência e sucesso do rádio e avaliar as vantagens dessa união. Além disso, estudamos as transformações que o rádio viveu ao longo dos anos e como será o seu futuro diante das novas tecnologias oferecidas.

Cabe diferenciar o rádio meio, de transmissão (sistema de ondas, transmissores, antenas) do rádio meio de expressão (programação, conteúdo e mensagem). O primeiro é um degrau da tecnologia, podendo ser utilizado para outros fins que não apenas a emissão de um rádio (uso de ondas em celulares, redes de rádio para transmissão sem fio de dados, transmissão de televisão). E o segundo é a elaboração de mensagens com uma linguagem própria inerente ao veículo radiofônico. (MEDITSCH, 2001, p, 5).

4 O RADIOJORNALISMO NO BRASIL E SUA EVOLUÇÃO

A radiodifusão no Brasil surgiu em 1892, no interior de São Paulo, 30 anos depois tivemos a primeira transmissão oficial.

Foi em Mogi das Cruzes que o Padre Roberto Landell de Moura, de Porto Alegre, utilizando uma válvula de três eletrodos, transmitiu e recebeu a palavra humana através do espaço. A experiência foi por ele repetida dois anos depois, na Capital de São Paulo. Em 1900, seu sistema foi patenteado sob nº 8. 279 (oito mil duzentos e setenta e nove). Em outubro de 1904, o padre Landell patenteou nos Estados Unidos um transmissor de ondas. De volta ao Brasil, solicitou e não obteve ajuda governamental, desistindo das experiências (FELICE, 1981, p. 41).

Para elucidar melhor este fato, devemos ir para o ano de 1905. Jung (2004) descreve uma conversa ocorrida entre o então Presidente da República, Rodrigues Alves, e seu assessor no palácio do Governo no Rio de Janeiro, sobre a causa do não - reconhecimento do brasileiro como inventor do rádio.

O autor ilustra que o representante do governo visitou o Padre Roberto Landell de Moura, quando, após ouvir explicações sobre suas invenções, acabou ficando assustado. Não se sabe ao certo se o pavor do representante do governo tenha sido pela ignorância sobre o teor das tecnologias ou pelo pedido de duas embarcações oficiais para demonstração em público.

Jung (2004) descreve que, ao fim da conversa, e com a chegada do assessor ao palácio, em um ato, carimbou e taxou o inventor de maluco. É fato que o sacerdote era um bom cientista, prova disso é a autoria de diversas outras invenções como: telefônio, teleauxifônio e anematofono que, foram patenteadas nos Estados Unidos no ano de 1904.

O clérigo, com sua capacidade de projetar estes equipamentos que veiculavam sons da voz, assustou muita gente nas terras tupiniquins. Jung (2004) cita umas das suas primeiras invenções, trata-se de uma válvula amplificadora. O detalhe é que o presbítero realizou testes dois anos antes do americano Lee DeForest, que apresentou este aparelho ao mundo tempos depois.

O autor menciona como inventor do Rádio o italiano Gugliermo Marconi, muito contestado, mas que tem seus méritos, visto que o referido inventor desenvolvia novos projetos a partir dos já patenteados. Desta forma, criou tecnologias mais potentes e chegou à criação da radiotelegrafia, em 1896.

Existem ainda outros percussores desta criação. Jung (2004) traz o nome do Russo David Sarnoff, que afirmou a possibilidade de desenvolver uma caixa de música radiotelefônica com válvulas amplificadoras e um alto - falante tudo anexado em uma mesma caixa. O autor faz menção que o referido equipamento veio a ser o protótipo do rádio, como veículo de comunicação em massa.

Jung (2004) especifica que a indústria da radiodifusão nasceu em novembro de 1920, em Pittsburgh. Fato ocorrido graças a Harry P. Davis, vice-presidente da Westinghouse. O autor lembra que esta mesma empresa, anos mais tarde, trouxe equipamentos para uma exposição internacional no Rio de Janeiro, onde ocorreu a primeira transmissão radiofônica oficial em terras brasileiras.

No Brasil, o rádio foi tomando forma nos anos 20. Jung (2004) aponta que foi se difundindo através de grupos de amigos que dividiam os custos da transmissão, adquiriam equipamentos e alugavam locais para realizarem as transmissões. O autor alude que através de tal união surgiu a Rádio Sociedade do Rio de Janeiro, fruto da ação de Roquette Pinto.

Devemos pontuar que a evolução do rádio não se deve apenas à união de amigos, mas a interesses econômicos. Jung (2004) faz referência a empresas que contribuíram financeiramente para a manutenção do rádio, em troca eram citadas na programação. O autor relata que havia também a contribuição de outros colaboradores que emprestavam os discos, que, após serem veiculados, eram devolvidos. Mediante isto, observaram que, após as execuções das músicas, a venda nas lojas alavancava, nascendo assim, sem intenção, a propaganda no rádio.

Devemos salientar a existência de outras emissoras de rádio além da Rádio Sociedade. Jung (2004) relata a existência da Rádio Clube do Brasil, mas com um formato de concorrência diferente dos dias de hoje. O autor descreve que ambas as emissoras se esforçavam para não veicular suas programações nos mesmos dias.

O rádio brasileiro se proliferou por outras regiões. Jung (2004) explana sobre o surgimento da Rádio Pelotense no ano de 1925, no Rio Grande do Sul. Este meio de comunicação também se enraizou em outras localidades, como em São Paulo, onde tivemos o surgimento das emissoras Rádio Educadora Paulista, a Rádio São Paulo e a Rádio Cruzeiro do Sul.

Com o passar dos anos, as transmissões foram espalhando-se por outros estados. Jung (2004) cita o surgimento destas tecnologias nos estados do Paraná, Santa Catarina, Espírito Santo, Minas Gerais, Ceará, Bahia, Pará e Maranhão.

O autor enfatiza que, entre as rádios que foram surgindo no país, a Rádio Record de São Paulo foi uma das mais importantes. Sua fundação se deu no ano de 1931 com um formato comercial. Estas alterações no formato das programações se devem ao surgimento da regulamentação da publicidade nas transmissões das emissoras.

Tal medida possibilitou uma evolução no rádio brasileiro. Jung (2004) menciona que esta regulamentação realizada no governo revolucionário de Getúlio Vargas trouxe um profissionalismo e a entrada de dinheiro nas emissoras. Com isso, as rádios investiram em equipamentos, contratação de profissionais, como cantores e músicos.

Outro fato que marcou a história do rádio brasileiro ocorreu nas primeiras décadas do rádio. Jung (2004) menciona o aparecimento do anúncio de empresas estrangeiras nas rádios brasileiras, com o intuito de consolidar suas marcas no país. Destas empresas, a que mais incentivou o rádio foi a Colgate-Palmolive, empresa esta que investiu em patrocínio de programas musicais e montagem de novelas.

Tal investimento da empresa americana nas emissoras brasileiras se deu por diversos motivos. O autor desvenda que um desses motivos era passional, ou seja, o diretor da empresa Richard Penn, gostava de dramaturgia e o outro pretexto para o investimento vinha por parte do governo americano. Os Estados Unidos tinham interesses no país devido à Segunda Guerra Mundial (1939-1945).

O fato é que o rádio teve que se adaptar a novas realidades. As emissoras se modernizaram tecnologicamente e tecnicamente. Jung (2004) explica que a forma de produzir notícias iguais a de Roquette Pinto evoluiu, ou seja, passou dos rabiscos de lápis vermelho em

jornais para laudas com textos pré-determinados. Esta fórmula de produção de informação da empresa Standard Oil Company Of Brazil foi mais uma iniciativa das empresas estrangeiras veicularem seus nomes nos programas radiofônicos.

Em 28 de Agosto de 1941, surge o programa Repórter Esso, veiculado na emissora Rádio Nacional do Rio de Janeiro. Jung (2004) relata que o programa irradiava em um formato de síntese de informação. No país, este estilo de transmissão já existia em programas radiofônicos veiculados nas emissoras: Rádio Record de São Paulo e Rádio Nacional do Rio de Janeiro. Com o surgimento do Repórter Esso, outras emissoras vieram a crescer no país, é o caso da Rádio Clube de Pernambuco, A Inconfidência, de Minas Gerais, e a Farroupilha, do Rio Grande do Sul.

Jung (2004) relata que a Rádio do sul, Farroupilha, estava em ação desde 1935 e possuía o transmissor mais potente da época, 25kw e um canal exclusivo internacional. Tais vantagens citadas demonstravam o profissionalismo da emissora.

O autor menciona, ainda, a importância da emissora mineira, que surgiu no ano de 1936, mesma época da criação da Rádio Nacional, do Rio de Janeiro. A emissora localizada em Belo Horizonte se propunha a aproximar-se do interior mineiro, para tal feito criou o programa A Hora do Fazendeiro, que até os dias de hoje é veiculado.

Mas, antes da rádio mineira estar no ar, já existia a Rádio Clube de Pernambuco. Jung (2004) relata que a emissora surgiu três anos antes da primeira transmissão oficial no Brasil.

Mediante isso, conseguimos traçar um perfil das emissoras que veiculavam o Repórter Esso. Jung (2004) afirma que os produtores seguiam à risca os moldes do governo americano, ou seja, o de aproximação com os países da América Latina. Tal modificação nas transmissões ocasionou uma nova forma de produção no rádio, ou seja, surgiu uma organização radiofônica, um padrão a ser seguido.

Assim, portanto, temos que a notícia passa a ser redigida com períodos curtos e de forma direta. Produziam-se textos objetivos e, com a proibição das orações intercaladas, excluía-se a prática da leitura de notícias escritas e veiculadas no jornal impresso.

4.1 A ESTREIA

A estreia do rádio no Brasil aconteceu em 1922, no Rio de Janeiro, em uma exposição que comemorava o centenário da independência do país. A primeira transmissão foi possível graças à Westinghouse, que se propôs a fazer uma demonstração dos seus aparatos. O objetivo da empresa era divulgar os equipamentos e, assim, expandir seus interesses econômicos.

Para esse acontecimento, a Westinghouse instalou no alto do Corcovado a primeira estação de radiotelegrafia no Brasil, que tinha 500 w, e alto-falantes pelos recintos da exposição. A inauguração foi marcada pelo discurso do então presidente da República, Epitácio Pessoa. Os visitantes do evento, inclusive em Niterói, Petrópolis e São Paulo, puderam ouvir o pronunciamento que marcava o início de uma nova era, graças à instalação de aparelho de transmissão e recepção nestes locais.

A fundação de uma estação de rádio difusora aconteceu no ano seguinte, no dia 20 de abril, pelos pioneiros Roquette - Pinto e Henry Moritze.

Em 1923, a Western Electric Co. Mandou vir dos Estados Unidos duas emissoras, de 500 w cada uma, para serem adquiridas pelo Governo brasileiro para o serviço telegráfico nacional. Foi na ocasião dessa compra que adeptos da radiotelegrafia, os idealistas Roquette Pinto e Henry- Moritze anteviram a potencialidade do veículo como elemento de informação e formação do povo (FEDERICO, 1982, p. 34).

As primeiras transmissões, realizadas pela Rádio Sociedade do Rio de Janeiro, exigiam muita paciência dos ouvintes, pois os sinais não possuíam boa qualidade. Entre os anos de 1925 e 1927, a situação das transmissões ainda era amadora e as condições estavam precárias. Além disso, a proposta dos idealizadores de transformarem o veículo em um meio de difusão da educação e da cultura encontrou alguns obstáculos.

Havia poucos aparelhos receptores, o número de fabricantes era escasso e, conseqüentemente, o preço do aparelho de rádio não era dos mais acessíveis. Outro fator que afastou as massas do novo veículo foi a taxa exigida pelas Rádios Sociedades, para que o ouvinte pudesse receber a programação. Era a chamada taxa de sócio contribuinte.

Outras exigências também dificultaram o acesso ao rádio. Os ouvintes tinham que preencher formulários, pagar taxas ao Governo e mandar confeccionar planta com esquema do receptor. Só uma minoria economicamente privilegiada poderia despendar não só o dinheiro necessário como o tempo para obtenção de todos os deferimentos (BONAVITA, 1982).

Até a década de 30, as programações das rádios eram de caráter erudito, pois somente as classes sociais mais elevadas tinham acesso aos aparelhos. As transmissões eram de curta duração, com largos intervalos entre as emissões, e o trabalho dos profissionais era gratuito. Alguns até pagavam para trabalhar nas emissoras. Foi nessa época que apareceu o nome de Carmem Miranda, que viria a se tornar, em breve, um ícone do rádio e até do cinema.

A partir desta década, começaram a surgir os programas, principalmente, esportivos e humorísticos. É nesta fase que surgem também as críticas jornalísticas, que comentavam sobre as músicas e programas veiculados.

O rádio passou a ser um importante veículo político e foi utilizado nas campanhas de Júlio Prestes e Getúlio Vargas, além de acompanhar todo o processo de deposição de Washington Luiz. A Rádio Record de São Paulo desempenhou um importante papel durante a Revolução Constitucionalista de 1932 e, na voz de Nicolau Tuma, chegou a ser chamada de “voz da revolução”.

Quando houve a indicação de Pedro de Toledo para interventor e que era simpático à população paulista, tanto que foi aclamado governador, foi deflagrada a revolução. Ele solicitou, através de um mensageiro enviado especialmente à Record (esta se situava na Praça da República com Barão de Itapetininga, local onde caiu morto o estudante das “Arcadas” e cuja morte originou o MMDC sigla esta referente as iniciais de Martins, Miragaia, Dráusio e Camargo), que fosse lida ao microfone sua proclamação ao povo de São Paulo em nome das forças revolucionárias. (FEDERICO, 1982, p. 55)

Em 1935, no governo de Getúlio Vargas, entrou no ar pela primeira vez a “Voz do Brasil”. Nos primeiros 25 anos, o programa divulgava os atos do poder Executivo. Em 1962, o Congresso Nacional passou a fazer parte do noticiário.

Desde 1938 até os dias atuais, a transmissão do programa, em rede nacional, por todas as emissoras do país é obrigatória. Em meio a todos esses acontecimentos e às dificuldades já citadas, a radiodifusão se consolidou como meio de comunicação. Várias emissoras surgiram neste período.

O incremento maior de emissoras deu-se de 1925 a 1934, quando se instituíram 40 estações, ficando entre elas muitas das que marcaram a vida radiofônica pela sua atuação: em São Paulo, a Rádio São Paulo, a Cruzeiro e a Record; no Rio de Janeiro, a Philips, a Transmissora, a Rádio Clube do Brasil e a Mayrink Veiga. (FEDERICO, 1982, p.56).

No dia 9 de junho de 1933, foi fundada a Associação Brasileira de Rádio (ABR), com o objetivo de confrontar a estrutura que existia e a que controlava o funcionamento das rádios. Esse período de adaptação é considerado, por alguns autores, a primeira fase do rádio no Brasil, que inclui o período de 1925 a 1934.

4.2 CARACTERIZANDO O RADIOJORNALISMO

O rádio é um meio de comunicação que se caracteriza por dar relevância aos detalhes, podendo ser facilmente percebido e apreciado pelos ouvintes, conforme Prado (1989), o rádio distribui mensagens extensas, com velocidade e de custo baixo. Prima ainda pela instantaneidade, a simultaneidade e a rapidez. Além disso, este meio possibilita a compreensão por uma gama de público diversificada, devido ao fato de não requerer um conhecimento específico para a decodificação e a recepção das informações veiculadas.

Mas devemos nos atentar também não só a pontos favoráveis, mas também a alguns aspectos negativos, conforme expõe Prado (1989), existem alguns pontos negativos, que podem ser determinantes na redação radiofônica, trata-se da ausência de percepção visual entre o locutor e o ouvinte. Mas de um ponto negativo pode-se enxergar uma característica positiva, que é a capacidade de sugestão que exerce sobre o público, fazendo com que o ouvinte utilize a imaginação de acordo com a informação passada pelo profissional da voz.

Todavia, para que estas características citadas acima sejam efetivamente aplicadas em uma transmissão, são necessários que alguns fatores estejam bem alinhados. Conforme Prado (1989), um bom trabalho radiofônico se caracteriza pela clareza, ou seja, é necessário um aparato técnico de qualidade, locução e redação. O autor informa que a locução e a redação

devem ser elaboradas e executadas pela mesma pessoa; tal método contribui para que haja uma interação com o ouvinte, se ganha autenticidade no trabalho; e quando se tratar de textos de locuções informativas, os textos não devem ser lidos e sim ditos, como em um ato de explicar a notícia, com naturalidade, com o seu próprio estilo, sem imitações.

No que se refere ao texto do radiojornalismo, encontramos algumas peculiaridades, que, ao serem inseridas na transmissão, proporcionam uma compreensão satisfatória por parte dos ouvintes.

Deve-se ter em conta os diversos ecossistemas da audiência condicionam em definitivo a compreensibilidade de uma mensagem. Estas duas variáveis – diferentes ecossistemas e heterogeneidade da audiência, além de outras condições até agora expressadas – exigem a utilização de uma estrutura gramatical elementar e linear.

As frases devem ser curtas, mas isso não é tudo. Uma frase breve não é garantia de uma expressão lógica se não está acompanhada de uma estrutura linear, um desenvolvimento lógico da ideia que contém. Para isso é preciso recorrer à estrutura gramatical mais simples, que é aquela composta por sujeito-verbo-complemento. Ao contrário do que se poderia pensar, não é fácil escrever dessa forma. Habitualmente o fazemos de uma maneira muito mais complexa.

Neste meio de comunicação, deve-se sempre atentar-se à expressão oral, em se tratando de rádio informativo, a dicção é algo de suma importância. Ressalta Prado (1989) que a clareza e a simplicidade são quesitos importantes, mas que atualmente não têm sido seguidos. O que vem ocorrendo é a utilização de uma linguagem estereotipada, fria e realizada para uma classe específica. Desta forma, encontramos gírias específicas, resultando na incompreensão, por parte de ouvintes não inseridos no grupo, no qual foi veiculada a informação.

Desta forma, Prado (1989) conceitua que a linguagem oral da rádio deve conter um vocabulário de fácil interpretação, evitando ao máximo o uso de termos técnicos inerentes ao assunto que está sendo abordado. Acrescenta o autor que, em casos inevitáveis de utilização de termos complexos, deve-se explicar o significado imediatamente, enfatiza ainda que se tal ação ocorrer demasiadamente, o texto e a locução se torna cansativo e ineficaz, podendo ocorrer o estado onde o ouvinte pare de escutar para o de ouvir.

Tal estado, segundo Prado (1989), ocorre quando existe a dificuldade na compreensão e a forma de recuperar a atenção do ouvinte deve ser através de recursos acústicos, temáticos e redacionais.

Todas essas técnicas expostas acima podem e devem ser utilizadas nas notícias, que é definida por Prado (1989) como uma estrutura breve, simples, sem muitas especificações e com uma característica de linguagem apropriada e imparcial.

Para melhor elucidar e proporcionar uma compreensão, comparemos a notícia de rádio, à notícia impressa. Prado (1989) afirma que as notícias veiculadas pelo rádio são em uma grande proporção apreciada por ouvintes não alfabetizados e até mesmo por cidadãos que não querem ler. Desta forma, temos um público que se satisfaz de informação interpessoal, mas é necessário salientar que este tipo de ouvinte não é usualmente encontrado nas sociedades desenvolvidas. Este tipo de audiência absorve informações dos meios audiovisuais, por tanto nas notícias veiculadas pelo rádio não se deve definir nenhuma notícia.

No que se refere à diferença entre jornal e rádio, Prado (1989) caracteriza o profissional em sua atuação diária, ou seja, o jornalista que atua no rádio pensa na notícia que ocorre no momento, visto que o jornalista que executa suas funções em uma redação de jornal impresso precisa pensar nas notícias do dia. Com tal definição, temos que o jornalista radiofônico deve primar pela rapidez em transmitir a notícia, podendo deixar informações mais pontuais e apuradas para edições posteriores dentro da programação do veículo.

Com a diferenciação citada acima, faz-se com que o ouvinte tenha uma participação na informação, Prado (1989) expõe que, mediante tal situação, o ouvinte passa a ter que realizar um exercício de interpretar as ideias irradiadas, de forma que passe a construir imagens visuais imaginárias. Com isso, sugere-se uma maior participação da audiência nos fatos relatados, tendo uma maior credibilidade na notícia veiculada.

Portanto, este tipo de participação faz com que o profissional do rádio produza um texto de boa qualidade. Prado (1989) acrescenta que a impossibilidade da não permanência das informações veiculadas implica uma maior dedicação por parte do radialista no que se refere às informações veiculadas. Ou seja, o ouvinte deve entender a notícia na primeira vez; tal característica marca de forma notória a estrutura da notícia no rádio. Com isso, temos o

aparecimento da concisão, se tornando um dos adjetivos mais importantes deste meio de comunicação.

No rádio, temos diversas formas de veicular uma notícia. Prado (1989) cita três tipos: as estritas, as de citações com voz e as acompanhadas com voz. A mais utilizada é a notícia estrita, encontrada nos serviços de hora em hora.

Para que o profissional deste meio de comunicação possa informar e irradiar de forma a contento, ele deve seguir algumas estruturas. Prado (1989) enfatiza e compara a estrutura de construção de um texto radiofônico com a produção de texto do jornal impresso. No jornal impresso, temos a utilização da conhecida pirâmide invertida, que inicia com o lide, mas, no caso de um texto com o objetivo de ser veiculado no rádio, o que encabeça é a introdução, vindo então a substituir o já citado lide.

Na execução de uma boa introdução, deve-se atentar-se a algumas características. Prado (1989) detalha que deve ser sucinta e simples na sua formulação, enaltece que a introdução tem o mesmo valor de um título no jornal impresso, deve estar munida de informações que atraiam a atenção do público alvo, visto que o ouvinte estará no estado de ouvir e é a oportunidade de despertamos sua atenção e recuperando-o para o estado de escutar. Para tal feito, devemos utilizar na entrada do texto de informações atrativas e importantes. Normalmente é na introdução que poderemos responder ao “o quê” e ao “quem” e até mesmo ao “como”, devendo predominar o que for mais adequado ao texto e que tenha maior possibilidade de atrair a atenção do público.

Depois de realizada essa importante estrutura, o profissional do rádio deve focar na estrutura dos parágrafos a serem incluídos no texto. Prado (1989) prossegue afirmando que os seguintes trechos a serem produzidos devem conter as mesmas características de simplicidade, brevidade e respeitando a sequência na notícia, ou seja, a linearidade que deve conter a informação. Em cada parágrafo a ser produzido deve-se incluir um ou dois dados novos e um redundante, no intuito de informar e não deixar com que o ouvinte se esqueça de alguma informação veiculada anteriormente, tal medida visa deixar o ouvinte atento ao que está sendo transmitido.

Para que se possa finalizar a notícia radiofônica, é importante um encerramento de qualidade. Prado (1989) classifica como algo indispensável, visto que esta fase recupera o

essencial da notícia de forma atraente e, com o objetivo além de fixar o que foi transmitido, deve deixar o nível de interesse do ouvinte altíssimo.

Já notícia com entrevista possui uma característica diferente da estrita. O autor explica que este tipo de produção textual deve possuir um início atrativo, respondendo aos questionamentos do “quem” e em algumas vezes, contendo a resposta do “o quê”. Para se realizar a entrada deste tipo de texto, utiliza-se a mesma característica nas notícias estritas. Após efetuar o início do texto, ou melhor, a entrada, passa-se a construção e inserção de uma primeira entrevista que pode munir o texto de fatos ou dar resposta ao “por quê?”.

Tratando-se de um texto que terá em seu corpo uma entrevista, devem-se respeitar algumas ordens. Prado (1989) salienta a importância de que na primeira entrevista tenha-se um teor mais ágil, ou seja, deve conter perguntas curtas e respostas sucintas. Se, diante dos questionamentos impostos, a fonte e a resposta forem aquém do esperado, deve o jornalista utilizar de seus artifícios para alavancar as informações complementares. Após os questionamentos pertinentes, o prosseguimento do texto deve conter redundância (essencial para reforçar a falta de permanência da mensagem).

Visto o andamento do texto, e necessidade da inclusão de outra fonte, temos uma mudança de condução da entrevista, Prado (1989) sugere uma entrevista mais curta, com o objetivo explícito de explicar de forma convincente os fatos, cabendo ao jornalista ou o profissional de comunicação que esteja conduzindo o texto incluir os dados que faltam, acrescentando as referidas informações nos esquemas habituais da notícia radiofônica.

O rádio possuiu outra forma de se produzir informações, e trata-se do já citado: notícias com citações com voz. Esta modalidade de produção textual se assemelha com a notícia estrita, mas possui diferenciações importantes. Prado (1989) acrescenta que tal recurso contém a inserção de alguns dados expressados pela voz do protagonista dos fatos ou mesmo pela fonte. Este tipo de texto com inserção de voz tem um ganho de ritmo e sustentação, já que é introduzido em seu corpo mudança de voz e ainda pode ganhar o acréscimo dos sons produzidos no cenário da notícia.

A utilização deste tipo de texto proporciona uma maior participação ou transmite ao ouvinte uma sensação de participação no fato irradiado. Prado (1989) exalta que este tipo de transmissão traz uma maior credibilidade e exatidão dos fatos que estão sendo noticiados.

Mas, para se incluir estes artifícios, deve-se atentar a alguns detalhes e Prado (1989) expõe que a inserção das vozes não deve aparecer na entrada e sim nos parágrafos seguintes. As sonoras a serem inseridas neste tipo de trabalho devem ter a extensão mínima e acima de tudo, concordar com o contexto e seguir uma lógica, evitando, assim, a distorção da opinião de uma fonte.

As entrevistas, portanto, são uma ferramenta importante para a produção de um trabalho radiofônico e necessita ser muito bem trabalhada. Para cada tipo de reportagem pode-se incluir uma modalidade de entrevista. Ou seja, o profissional que utilizar deste artifício deve ter uma ideia clara dos objetivos que deseja alcançar.

Mediante isso, temos bem definidas as modalidades de entrevista. Chantler e Harris (1998) definem que, para uma entrevista na qual se procura obter informações ou até mesmo revelar fatos, a entrevista formal é aconselhável. Este tipo de técnica deve ser utilizado com questionamentos curtos, diretos e abertos, ou seja, devem ser feitas perguntas que não possibilitem que o entrevistado responda apenas sim ou não, ele deve ser obrigado a discorrer de forma ampla sobre o assunto em pauta.

Para tal, ainda temos outras modalidades de entrevistas e que é apresentada como interpretativa e emocional, Chantler e Harris (1998) pontuam que a entrevista interpretativa tem a função de fazer com que o entrevistado interprete fatos, este tipo de técnica é utilizada usualmente quando questiona-se especialistas sobre determinado assunto e possibilita um resultado de traços de quadro de possibilidades baseado em seus conhecimentos. Já para a entrevista emocional, que é uma das mais difíceis de ser produzida, encontramos este tipo de trabalho quando temos irradiações esportivas, nas quais os repórteres tentam captar as manifestações da glória do atleta e até mesmo em uma entrevista de tom emocional onde em alguns momentos o silêncio pode ser a melhor resposta.

Mas, para se obter êxito nas entrevistas, é necessário uma preparação. Chantler e Harris (1998) indicam que para ter um bom resultado nas entrevistas, é preciso um conhecimento do assunto a ser tratado com a fonte, portanto, é necessário que seja realizada uma pesquisa a título de conhecimento e que na condução da entrevista pode ser muito importante. Mas existem situações onde a preparação não é a ideal e o repórter se vê

incumbido de ter que conduzir uma entrevista sem fundamentação alguma. Nesta situação a melhor forma é fazer do entrevistado uma fonte de pesquisa.

O rádio não é feito apenas de notícias sucintas e breves. Este meio de comunicação possibilita a criação de trabalhos mais elaborados e aprofundados. Este tipo de material encontramos nas reportagens, que é caracterizada por Chantler e Harris (1998) como um dos gêneros mais ricos entre os utilizados no rádio e pouco usado devido à necessidade de uma elaboração minuciosa.

A produção deste tipo de material possui uma divisão, ou seja, existem duas maneiras de se produzir este material, conforme Chantler e Harris (1998) apresentam as duas formas existentes: reportagem simultânea e a diferida. A reportagem simultânea é realizada ao vivo, além do mais neste tipo de produção trabalha-se com os acontecimentos em questão fazendo com que o profissional radiofônico selecione de forma constante os fatos mais importantes. Outra característica que merece atenção é o fato de que nestas transmissões o ouvinte tem a percepção de participação, visto a inclusão de sonoras que trazem em seu teor sons ambientes e fazem com que o ouvinte imagine as ações, as situações, os locais.

A outra forma de se criar este material é a já citada reportagem diferida, que possui uma forma própria. Chantler e Harris (1998) explicam que este tipo de trabalho permite a utilização de montagem, ou seja, a seleção de representações fragmentadas da realidade, o que se faz após o conhecimento da ação. Outra marca deste método refere-se à ordem cronológica dos acontecimentos, ou seja, permite que o jornalista inclua as situações na forma que lhe convier e que seja a melhor para a compreensão.

Este tipo de produção inclui, ainda, quesitos de sonoridade intrínsecos a ele, e de certa forma parecido com a reportagem simultânea. Chantler e Harris (1998) especificam que é necessário e se faz importante incluir o som ambiente, fazendo com que o ouvinte aguace sua imaginação vinda a ter a famigerada e importante sensação de participação na reportagem. Tal inclusão ainda traz credibilidade à informação, além do mais este tipo de inserção traz dinamismo e ritmo ao texto e a irradiação.

Nesta modalidade de reportagem, podemos encontrar outros métodos que são importantes em sua produção e devem estar sempre incluídos, tamanha a importância, assim expõe Chantler e Harris (1998), que a participação e opinião de especialista nestas produções

e contrastes dos envolvidos na situação são bem vindos e vem a abrilhantar este tipo de irradiação.

No que se refere à estrutura, Chantler e Harris (1998) caracterizam a flexibilidade e criatividade que deve ser imposta a estas produções. Estabelecem, ainda, que este material apresenta introdução, desenvolvimento e encerramento. A introdução tem a função de chamar a atenção do ouvinte, o desenvolvimento dá à ideia da situação e o encerramento tem uma função redundante com o objetivo de reforçar os fatos tratados neste material.

5 INTERNET

A Internet é uma ferramenta de suma importância para a atual sociedade. Os autores Fedeli, Polloni e Peres (2003) definem a Internet como uma grande rede mundial de computadores, conectados por linhas de telefones, cabos submersos, via satélites e de diversas outras formas de comunicação.

No que se diferem a facilidade que esta tecnologia vem imprimindo a sociedade, os autores salientam que esta tecnologia vem proporcionando uma comunicação mais eficiente. Possibilitando a realização de videoconferência, na quais diversas pessoas em diferentes lugares se comuniquem, por meio de som e imagem. E tudo isso graças à internet.

Fedeli, Polloni e Peres (2003) denominam a Internet como supervia da informação. Ou seja, se comparado com a estrutura das estradas férreas, esta tecnologia seria como uma ferrovia, possibilitando que a informação de textos, som e imagens pudessem viajar em alta velocidade entre diversos computadores conectados a esta rede.

O surgimento desta tecnologia se deu por fins militares. Os autores informam que o surgimento deste facilitador de informações se deu durante a Guerra Fria, em 1970. Em uma pesquisa de projeto de cunho militar denominado Arp Anet e foi executado pelo Departamento de Defesa Norte-Americano.

O intuito era criar uma rede de computadores interligadas às bases militares americanas, e que tivesse resistência física, mesmo que os principais computadores do Pentágono norte-americano fossem atingidos por uma eventual bomba atômica, o que seria um caos para a comunicação militar.

Exprimem Fedeli, Polloni e Peres (2003), que logo após terem posto em prática a criação, de imediato se estendeu este meio de comunicação às universidades dos Estados Unidos. Em pouco tempo outros países da Europa Ocidental e Canadá aderiram à rede mundial de computadores. Com a internacionalização desta tecnologia, em pouco tempo foi renomeada de Internet.

5.1A IMPORTÂNCIA DA INTERNET

A internet tem seu valor por possibilitar uma comunicação à longa distância, em tempo rápido. Conforme Fedeli, Polloni e Peres (2003) afirmam, foi a partir desta ferramenta, se tornou possível que, qualquer cidadão ou uma empresa, por um valor baixo, ter acesso a informações nos mais distantes pontos do mundo. Além, disso ela permite que se possa criar, gerenciar e distribuir conteúdos em larga escala em âmbito mundial.

Os autores salientam que, tais funcionalidades antigamente somente seriam possíveis por uma grande organização através dos meios de comunicação convencionais. Ocorre que, atualmente, qualquer pessoa que tenha a posse de um microcomputador dissemine informação pela internet, ressaltando que isso no passado era possível, mas apenas pelas empresas de grande porte, com uma boa organização, conseguiriam.

Portanto, temos que, com essa revolução, novos mercados foram criados. Empresas e profissionais que tenham interesse em oferecer serviços de informações específicos passam a ter um novo espaço a ser explorado.

6 A WEB RÁDIO

O Rádio passa por uma grande transformação. Com o advento da Internet e das novas tecnologias, ele vem se adaptando a esta nova realidade. Magnoni e Carvalho (2010) apontam que a radiodifusão encontra-se em um momento de aproximação às novas tecnologias. Um bom exemplo disso é o fato de que algumas emissoras de rádio e televisão disponibilizam seus conteúdos na rede mundial de computadores.

Os autores descrevem, ainda, que os ouvintes ou internautas podem encontrar sites que veiculam estilos musicais específicos e até mesmo disponibilizam para seu público a opção de escutar as músicas de suas escolhas, através da elaboração de uma lista com os sons da preferência do ouvinte.

Conforme afirma Herreiros (Apud MAGNONI;CARVALHO 2010, p.42.),as referidas características definem o conceito de rádio. No que se refere ao novo formato do rádio, os autores citam uma constatação feita por Cebrían Herreros

As zonas fronteiriças entre os consumos radiofônicos e musicais anteriores estavam claras, mas com a internet é impossível, já que tais fronteiras desapareceram e emerge uma rede de buscas e interrelações entre o que antes aparecia em separado cada ouvinte os vincula ao seu gosto. Talvez o que esteja emergindo seja outra coisa, um novo consumo de sons músicas e de informações sonoras, que se separa claramente dos modelos tradicionais.

Outra modificação ou alteração que ocorreu na evolução da radiofonia se refere à veiculação de músicas. Magnoni e Carvalho (2010) enumeram como a primeira área segmentada a ser afetada do novo rádio é a forma de se ouvir música. E complementa a ideia:

Se a internet vem se popularizando como o “meio”para se garimpar novos sons, um crossmedia vem causando a sua união com o rádio na forma de emissoras on line e Podcasting. As principais estações do Brasil já sabem muito de seus potenciais ouvintes entendem que música hoje existe para tocar no computador, no mp3 player, no discman e não exatamente no rádio. (SCHUTT, p.48).

A música no rádio é muito importante, principalmente por tratar diretamente com a audiência. Magnoni e Carvalho (2010) analisam a audiência do rádio musical. Segundo os autores, as emissoras denominadas FM têm para si de 60% a 90% da audiência, conforme

pesquisa elaborada pelo Ibope (Instituto Brasileiro de Opinião Pública e Estatística), após analisarem os principais mercados do Brasil.

6.1 WEBJORNALISMO E SUAS POSSIBILIDADES

O rádio passou e passa por diversas mudanças. Segundo Magnoni e Carvalho (2010), desde a década de 1990 este meio de comunicação vem sofrendo uma mutação. A partir do momento em que as emissoras convencionais e virtuais passaram a oferecer conteúdos na rede mundial de computadores.

Os meios de comunicação em conjunto com a internet podem proporcionar e disponibilizar para o seu público uma nova forma de se informar. Magnoni e Carvalho (2010) citam a capacidade que esta tecnologia tem de transmitir informações, seja eles através de imagens, vídeos, textos e sons.

Os autores apontam, ainda, outra ferramenta de utilidade para o usuário da internet, trata-se da hipertextualidade, que permite que o internauta faça uma interligação e se aprofunde nas informações de seus interesses.

Desta forma, temos uma alteração na estrutura do texto. Magnoni e Carvalho (2010) afirmam, então, que os usuários deste meio de comunicação passam a traçar sua forma de leitura e embasamento das informações.

Os apreciadores desta forma de leitura têm a seu favor ferramentas que possibilitam e facilitam este tipo de leitura. Os autores explicam que existe uma multiplicação de programas de buscas com filtros que refinam as pesquisas de forma satisfatória. Além disso, encontra-se à disposição dos usuários ferramentas que podem produzir, programar e até mesmo personalizar o conteúdo de interesse do internauta.

Partindo do pressuposto de analisar o radiojornalismo, Magnoni e Carvalho (2010) observou cinco emissoras de rádio: CBN (Central Brasileira de Notícias), a Rádio Bandeirantes, a Rádio Band News, Jovem Pan e a Eldorado.

Os autores escolheram as emissoras citadas por diversos critérios, entre eles: o destaque em âmbito nacional e a tradição no jornalismo. Além disso, são instituições com destaque nacional em termos de audiência e número de afiliadas.

6.2 O CONFRONTO DAS TECNOLOGIAS

Magnoni e Carvalho (2010) relacionam e classificam a rádio e a internet como duas vias de desenvolvimento, uma de ação complementar e outra de ação concorrente.

A ação complementar é a internet auxiliando o rádio na evolução do rádio. Os autores fundamentam que, em uma década, a rede mundial de computadores transformou-se na principal hospedeira e difundiram diversas tecnologias paralelas e que, posteriormente, se juntou em um mesmo ambiente de comunicação. Com o referido crescimento da Web, o rádio ganhou um aliado na ampliação de sua sintonia.

Ainda quanto à ação complementar, Magnoni e Carvalho (2010) explicam que internet teria um desenvolvimento concorrente ao rádio e que a demora na digitalização radiofônica, ou seja, a transição da tecnologia analógica para a digital, poderá acarretar em uma perda de mercado considerável para as Webs Rádios.

Os autores argumentam que para o funcionamento de uma emissora de rádio na internet, existe pouca burocracia, ou nenhuma. As ditas rádios virtuais não necessitam de autorização e ainda requerem um orçamento relativamente baixo para sua manutenção. Contam ainda a favor da Web Rádio a contribuição dos internautas nas transmissões.

Com as referidas realidades expostas, os autores afirmam que se não houver uma reação das rádios convencionais, no que se refere à digitalização de sua tecnologia de transmissão, provavelmente perderão audiência para as futuras Web Rádios.

Atualmente, temos a favor das rádios a tecnologia. Magnoni e Carvalho (2010) afirmam que os novos aparelhos celulares e Palm Tops, em uma linguagem figurada, seriam como os antigos aparelhos de rádio alimentados a pilha. Estas novas tecnologias possibilitam a seus usuários novas funcionalidades. E ainda são classificados como os melhores receptores de rádios digitais.

Os autores relatam que a internet pode transformar a forma de se apreciar os conteúdos radiofônicos. O rádio tradicional sempre foi exaltado por trazer informações em tempo real. Mas, com o advento da Web, esta característica poderá ser superada, pelo fato de que a rede

mundial de computadores possibilita a simultaneidade de informações e o fácil acesso aos conteúdos transmitidos ao vivo.

A referida característica é vista como vantagem por Luiz Artur Ferrareto em depoimento à autora Ana Carolina Almeida, antigamente os ouvintes se comunicavam através do telefone e das correspondências e com o surgimento da Web Rádio esta interatividade tende a aumentar.

Portanto, temos que a internet torna o rádio um veículo em pleno funcionamento por muito tempo.

A interatividade e a portabilidade sempre fizeram do rádio o veículo mais próximo do ouvinte. A internet deve ajudar nessas características para que o rádio continue vivo. Mesmo que o rádio digital brasileiro não saia do papel, a digitalização antecipada pela internet continuará a provocar mudanças significativas na linguagem, nas formas de emissão e recepção, e também em toda a cadeia produtiva do antigo veículo. Cresce o consumo de conteúdos de rádio em aparelhos e suportes digitais. Urge concluir o ciclo e digitalizar a transmissão e a recepção aberta, para que a rádio ingresse definitivamente na “era da informação”. (MAGNONI; CARVALHO, 2010)

6.3 A identificação

A Web, por se tratar de um meio de comunicação que permite uma interação com o internauta, contribuiu consideravelmente para a fidelização do público. Conforme ALMEIDA E MAGNONI (2010), a rede mundial de computadores proporciona ao rádio a possibilidade de se comunicar de forma completa, ou seja, se a emissora possuir um site de qualidade, possibilita que seus ouvintes conheçam a equipe que produz os materiais radiofônicos. E ainda permite que se veiculem anúncios.

Os autores elencam outras características encontradas neste meio de comunicação. Tratam-se de instruções de como anunciar, quem contactar para informações mais pontuais. Em algumas páginas das emissoras trazem os valores dos anúncios.

Além disso, em alguns sites de emissoras de rádio, é possível verificar detalhes sobre a estrutura da rádio, como o número de filiadas. Conforme explicam Magnoni e Carvalho

(2010), as emissoras de grande porte, como a Jovem Pan e CBN, possuem diversas emissoras autorizadas a retransmitir a programação – chefe da cabeça de rede em vários pontos do país. Pela rede mundial de computadores, é possível acessar a programação destas rádios e ouvir a programação local.

Os autores apontam que, das emissoras pesquisadas, a CBN era a que utilizava sua imagem na internet da melhor forma. As outras rádios em suas páginas na Web apresentaram mais detalhes sobre a equipe de colaboradores e a programação regular. A Band- News não fornecia nem mesmo sua programação.

A imagem da emissora nos sites está bem trabalhada, apresentam uma foto dos colunistas, e-mails para contatos e informações sobre o departamento comercial. Magnoni e Carvalho (2010) frisam que todas as rádios analisadas possuíam links específicos de como anunciar na rádio e no site. Os autores informam que, na pesquisa efetuada, todas as rádios dispunham de links específicos de como anunciar na rádio e na Home Page. Indicam Magnoni e Carvalho (2010) foi apenas o portal da Jovem Pan On Line apresentou conteúdo institucional desorganizado.

Outra ferramenta muito utilizada na rádio convencional é a vinheta. Segundo os autores, este instrumento é pouco usado na rede mundial de computadores, com exceção da Rádio Bandeirantes.

6.4 As ferramentas digitais e o novo formato

A Internet possibilita a utilização de diversas tecnologias para a produção e veiculação de áudio. Segundo Magnoni e Carvalho (2010), uma ferramenta de suma importância para as emissoras hospedadas no ciberespaço é o RSS (Rich Site Sumary), utilizada para agregar conteúdos em sites de notícias e blogs. Portanto, o internauta que acessa o site frequentemente pode receber as atualizações sem precisar visitá-lo.

Os autores explicam que para esta facilidade ser ativada é necessário que o site forneça as Feeds (Fontes) de RSS e que o internauta possua um agregador, que são programas independentes, um dos programas mais utilizados são: Google Reader, Akregator, FeedReader e o iTunes.

Na pesquisa realizada por Magnoni e Carvalho (2010), foi notado que todas as emissoras utilizavam esta ferramenta, a Jovem Pan possuía um indicativo em sua página, mas não disponibilizava o serviço. Informam os autores que a emissora Território Eldorado apresentou informações específicas sobre o serviço e quatro editoriais que podem ser utilizados como RSS (Eldorado ESPN, música, notícias e últimas). Apresentou ainda vinte e dois endereços de podcasts (Agência estado no ar, dicas de saúde e crônicas da cidade, etc.)

A plataforma da rede mundial de computadores disponibiliza outra ferramenta, já citada anteriormente, o Podcasts. Segundo Magnoni e Carvalho (2010), esta tecnologia está diretamente ligada ao RSS, mais especificamente para os conteúdos digitais como: áudio, vídeo, fotos, etc. Na pesquisa realizada pelos autores foi diagnosticado que a maior parte dos sites das rádios estudadas utilizavam-se da referida tecnologia. Ressaltam, ainda, que a Band News e a Jovem Pan não dispunham desta ferramenta.

Existem outras tecnologias na Web, conforme Magnoni e Carvalho (2010), os sites atuais estão disponibilizando para seus usuários a possibilidade de ouvirem rádio via celular. Por meio da tecnologia Wap, que é um protocolo para utilização de aplicativos para internet sem fio.

Informam os autores que, na pesquisa executada, constataram que a CBN possibilita o acesso de seus ouvintes pelo aparelho móvel ao conteúdo de Home Page. A rádio Bandeirantes disponibiliza a seus ouvintes e internautas a possibilidade de receber SMS (mensagem de texto no celular) com notícias duas vezes ao dia.

As transmissões Ao Vivo também foram questões estudadas e comparadas por Almeida e Magnoni (2010), que apontaram que cada emissora possuía seu programa parceiro ou um tocador próprio. Indicam que a CBN e a Band News Fm utilizam o programa Windows Media Player. A Jovem Pan disponibiliza dois softwares para a utilização de seu tocador, ou seja, o internauta pode optar pelo Windows Media Player ou Real Áudio.

Ainda elencando as tecnologias e possibilidades proporcionadas pela web, Magnoni e Carvalho (2010) informam que os sistemas de buscas inseridas no ciberespaço são uma contribuição estratégica. Ou seja, existem diferenças nas maneiras de como os mecanismos de busca funcionam. Explicam os autores que existem softwares que criam listas de palavras

encontradas nos sites, iniciando as buscas pelos servidores e páginas mais procuradas e acessadas.

Nas emissoras estudadas por Magnoni e Carvalho (2010) as cinco emissoras: CBN (Central Brasileira de Notícias), a Rádio Bandeirantes, a Rádio Band News, Jovem Pan e a Eldorado possuíam esta tecnologia de busca.

6.5 A interatividade e o jornalismo digital

Das emissoras estudadas por Magnoni e Carvalho (2010), a Território Digital foi a que mais proporciona interatividade. Descrevem os autores que a rádio permite em seu site que os ouvintes classifiquem as notícias, comentem as informações. Exaltam ainda que a emissora em sua página oferece a seus internautas o Wikisites e a comunidade do Limão.com.

A comunidade Limão disponível na Home Page da emissora, conforme Magnoni e Carvalho (2010), possuem diversos conteúdos, como fotos, áudios, vídeos e fóruns de discussão. A emissora dispunha, ainda, da possibilidade dos usuários cadastrados no portal Limão e ouvinte rádio Eldorado de participarem do Wikisite Território Eldorado. Conforme os autores explicam, o Wikisite é um espaço criado para reunir imagens, sons e notícias que circulam nas rádios Eldorado AM (700MhZ) e Eldorado FM.

Outras possibilidades estavam disponíveis no site da emissora, Magnoni e Carvalho (2010) citam o item Blórum. Conforme os autores, este espaço funciona como um blog, possibilitando que os usuários postem perguntas, informações e comentários.

O wikisite também foi bem utilizado pela rádio, assim aponta Magnoni e Carvalho (2010) que, além desta ferramenta, disponibilizaram o RSS, que podia ser acionado por qualquer pessoa cadastrada no site Limão.com. Mas, frisam os autores, que o Wikisite tem sua desvantagem, ou seja, trata-se de uma ferramenta de atualização ineficiente.

Portanto, os autores afirmam que o portal Território Eldorado era o que mais explora a interatividade. Permite a seus ouvintes e internautas discussões, envio de e-mails, críticas e sugestões. Exaltam Magnoni e Carvalho (2010) que estas características são apreciadas pelos novos ouvintes e estão disponíveis nos sites bem programados, menos nos sites das emissoras radiofônicas em geral.

6.6 A propensão do Jornalismo Digital

Uma das características que marca o rádio é o imediatismo. Segundo Magnoni e Carvalho (2010), a Internet se tornou tão instantânea que passou a atrair mais pessoas a acessarem suas informações e notícias, antes de procurarem ouvir as emissoras de rádio. Mediante tal situação, conforme os autores salientam, as rádios passaram a apostar em uma nova característica par compensar a concorrência do jornalismo digital. Assim explicam Magnoni e Carvalho (2010): as rádios convencionais passaram a aprofundar mais o conteúdo a ser emitido, ou seja, passaram a produzir reportagens especiais, programas de debates, ou seja, formatos que antes não eram cogitados nas emissoras por alguns motivos como imediatismo do rádio, tempo curto do ouvinte e a atuação superficial dos ouvintes.

A era da rede mundial de computadores tornou dispensável o papel do jornalista como um mero selecionador de assunto. Conforme Magnoni e Carvalho (2010), a Web proporciona aos internautas fácil acesso às notícias, desde que saibam buscá-las. Os autores cravam ainda que os profissionais da área de comunicação terão que se diferenciar dos leigos, portanto terão que buscar conteúdos que possuam veracidade das fontes e informações de qualidade.

6.7 A linguagem Radiofônica e suas mudanças

A junção do rádio e internet trouxeram mudanças, conforme Magnoni e Carvalho (2010) salientam, sendo que existe uma polêmica na mudança da linguagem do rádio. Segundo os autores, tanto os ouvintes, profissionais das emissoras radiofônicas e estudiosos apegados à linguagem falada deste veículo relutam quanto à possibilidade do surgimento de uma outra forma de produzir rádio.

Diante de tal revolução, Magnoni e Carvalho (2010) apontam que algumas emissoras analisadas não se preocupam quanto ao fato de deixarem de ser rádio. Os autores afirmam que esta iminência de perder o formato antigo fez com que surgissem mudanças. Assim, os autores relatam que, na pesquisa realizada, a emissora Jovem Pan passou a utilizar em seu portal novidades e um slogan “Rádio com imagens”. Ou seja, em sua página na Web, passaram além de disponibilizar a programação habitual, a incluir fotos nas notícias, dos apresentadores e colunistas. Os autores observaram ainda a existência de uma seção denominada JP Vídeos, onde o internauta encontra ofertas de diversos produtos.

A multimodalidade encontrada no site da Jovem Pan, segundo Magnoni e Carvalho (2010), se apresentava em uma página com diversos vídeos de diferentes assuntos, entre eles: música, saúde, entrevista, trânsito, crônicas. Quanto às outras emissoras analisadas, os autores relatam que a Rádio Bandeirantes, a Band News e a CBN não utilizavam desta ferramenta, mas ressaltam que utilizavam de muitas imagens para formar suas Home Page.

Com esta pesquisa Magnoni e Carvalho (2010) chegaram à conclusão de que a multimidialidade é pouco utilizada nas emissoras, mesmo nas rádios que aderiram a rede mundial de computadores.

6.8 Arquivos Radiofônicos

O rádio é um meio de comunicação de emissão e recepção imediata de conteúdos. Mas Magnoni e Carvalho (2010) salientam que o rádio não possibilita que os ouvintes repitam as mensagens no momento que quiserem. Conforme os autores afirmam que o rádio na internet possibilita o armazenamento dos conteúdos produzidos pelas emissoras. Com isso temos segundo os autores, uma digitalização das rádios, ou seja, dados On line de conteúdos radiofônicos.

Em se tratando de memória de rádio na internet, a emissora Bandeirantes presta grande contribuição, conforme Magnoni e Carvalho (2010). Foi criada por esta emissora o CEDOM (Centro de Documentação e Memória da Rádio Bandeirantes). Neste projeto, que é administrado pelo radialista Milton Parron que atua no armazenamento sons gravados em acetatos, fitas de rolo, cassetes e Mds. Os autores classificam este trabalho como de suma importância para o registro da história do rádio brasileiro.

6.9 Adaptação de conteúdos

A rede mundial de computadores, através de suas ferramentas, permite que o usuário faça sua própria programação. Conforme explicam Magnoni e Carvalho (2010), através da interatividade e multimidialidade, os internautas criam a ordem que desejam dos conteúdos a serem apreciados. Os autores afirmam que esta recepção individualizada é um dos grandes adversários da programação aberta do rádio e televisão.

Com a possibilidade de personalização, segundo Magnoni e Carvalho (2010), as emissoras de rádio tradicional que utilizavam de grades lineares de programação diversificada do início da radiodifusão terão que se atualizar na era digital. Os autores citam a Rádio Eldorado como um bom exemplo de adaptação às novas tecnologias. Conforme os autores a emissora tende a buscar e atender a recepção individualizada fornecida em sua página na Internet um playlist, ou seja, o ouvinte pode criar sua programação personalizada enquanto navega no site.

Descrevem ainda os autores que o site da Território Eldorado oferecia outras opções de personalização, como, por exemplo, as notícias do site, músicas e conteúdos disponibilizados no portal apresentavam duas opções: ouvir e a de playlist.

Complementam ainda Magnoni e Carvalho (2010) que na home page da emissora é possível na janela de áudio criar uma Playlist própria com a programação das rádios AM e FM Ao Vivo, podendo o internauta ouvir qualquer uma das estações apenas clicando no playlist.

7 CONSTRUINDO UM PROGRAMA DE RÁDIO

Quando se propõe construir e editar trabalhos radiofônicos deve-se atentar a algumas características deste meio. Segundo Prado (1985), devem estar presente a instantaneidade, a simultaneidade, a rapidez.

Os critérios editoriais devem levar em conta algumas características das notícias. Segundo Klöckner (2006), devem estar evidentes a filosofia de cada emissora, o público a ser atingido e os interesses que estabelecem o contexto.

É importante apontar alguns cuidados na edição, conforme indica Klöckner (2006), quanto à elaboração do plano de edição. O autor acrescenta que no caso de elaborar, editar uma reportagem é necessária uma estrutura de reportagem, onde os sons captados no ambiente da matéria se fundem com efeitos, música e o texto.

7.1 Edição radiofônica

Caracteriza-se por ser uma edição mais longa, conforme Klöckner (2006), os programas radiofônicos com duração de vinte minutos até uma hora. E é possível inserir chamadas de um bloco ao outro para informar e despertar o interesse do público. O autor pontua ainda que, na edição, a preparação das reportagens e entrevistas devem ser organizadas em ordem de importância.

A padronização na edição, segundo Klöckner (2006), tem o objetivo de marcar os principais fatos e mesmo recuperá-los para quem possa acompanhar o programa após o início.

O autor propõe um formato básico na edição de radiojornais e radiorevistas:

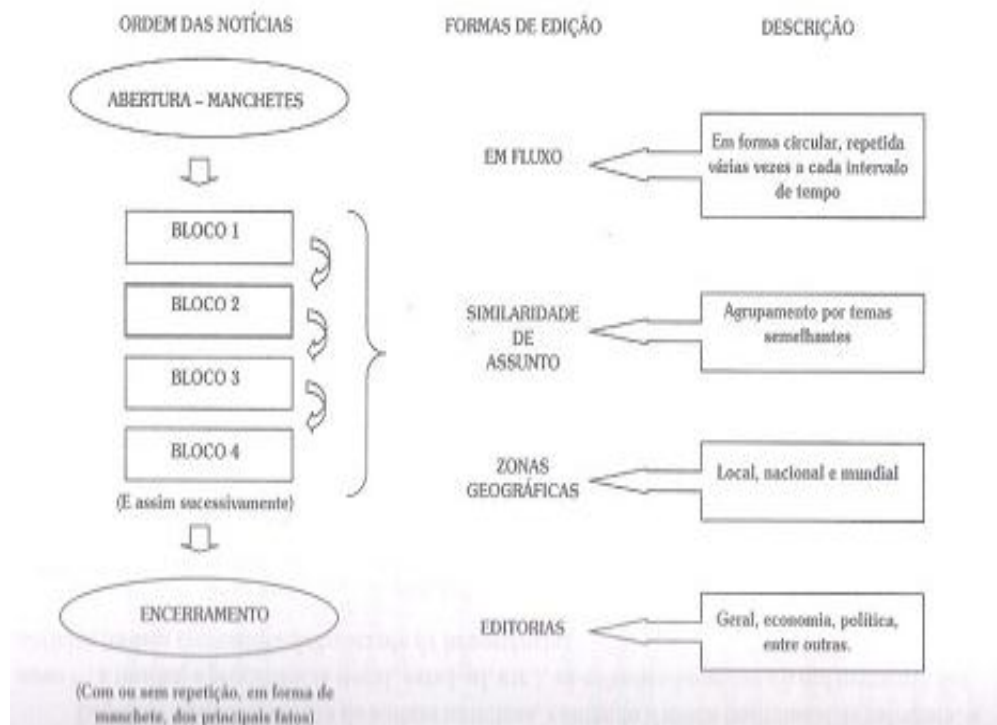


Figura 1 – O formato básico dos radiojornais e radiorevistas.

Fonte: Klöckner, (2006).

Edição em Jornalismo Ensino, Teoria e Prática. 1.ed. Santa Cruz do Sul:2006.p.88

8 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Diante da pesquisa realizada, pode-se afirmar que o veículo de comunicação rádio passa por uma evolução. Ou seja, a possibilidade de transmitir conteúdos radiofônicos na internet é uma realidade e irradiar para a rede mundial de computadores é diferente da transmissão tradicional.

A tecnologia encontrada nesta plataforma está em plena evolução. Portanto, os meios de comunicação que se adaptarem à nova realidade poderão informar através de imagens, vídeos, textos e sons.

Outro fator muito favorável para a Web Rádio é a aproximação e interação do ouvinte com a equipe e as transmissões. Esta nova mídia permite que os internautas conheçam toda a equipe da emissora, desde que o veículo possua um site bem elaborado e insira foto dos profissionais envolvidos na irradiação e produção da emissora.

Quanto à interatividade, esta plataforma disponibiliza diversas possibilidades. Os apreciadores de conteúdos radiofônicos na rede mundial de computadores têm a seu favor os e-mails, as redes sociais, fóruns. Enfim, através destas opções, os internautas podem entrar em contato com a emissora de forma rápida. Existe ainda a possibilidade de interação simultânea através de softwares de conversação; entre os mais conhecidos temos o Skype e MSN.

Deve-se salientar que a Internet possibilita que as emissoras hospedadas no ciberespaço disponibilizem para seus apreciadores ferramentas que permitam que o ouvinte tenha informações sobre o conteúdo da emissora sem ter que acessar, sintonizar através do RSS (Rich Site Summary).

A linguagem falada do rádio é algo muito discutido quando se trata de Web Rádio. Mas, com a iminência de perder esta característica, diversos veículos de rádio estão adotando a chamada Multimodalidade, que é a utilização de imagens e vídeos para elucidar de forma mais clara a notícia para os ouvintes.

Diante do exposto, conclui-se que as rádios que se encontram hospedadas na rede mundial de computadores ainda estão se adaptando às diversas possibilidades de interação com seu público. Estas emissoras têm se esforçado para criar formas de irradiar conteúdos de modo a agradar seus ouvintes.

É fato que transmitir conteúdo radiofônico na Internet é diferente de uma transmissão tradicional. O público e as possibilidades tecnológicas são diferentes e cabe às emissoras se adequarem a esta realidade para conseguirem angariar ouvintes e patrocinadores.

REFERÊNCIAS

- CHANTLER, Paulo; HARRIS, Sim. **Radiojornalismo**. São Paulo: Summus Editorial, 1992.
- FEDELI, Ricardo; POLONI, Enrico; PERES, Fernando. **Introdução à Ciência da Computação**. São Paulo: Pioneira, 2003.
- FEDERICO, Maria Elvira Bonavita. **História da Comunicação**. Rio de Janeiro: Vozes, 1982.
- FELICE, Mauri. **Jornalismo de Rádio : a mídia e a modernidade**. Brasília: Thesaurus, 1981.
- JUNG, Milton. **Jornalismo de Rádio**. São Paulo: Contexto, 2004.
- KLÖCKNER, Luciano. **Edição em Jornalismo: ensino, teoria e prática**. SANTA CRUZ DO SUL, 2006.
- MAGNONI, Antonio; CARVALHO, Juliano. **O novo Rádio : cenários da radiodifusão na era digital**. São Paulo: Senac, 2010.
- MEDITSCH, Eduardo. O ensino do radiojornalismo em tempo de internet. In: DEL BIANCO, Nélia e MOREIRA, Sonia Virginia (Orgs.). **Desafios do rádio no século XXI**. São Paulo: Intercom; Rio de Janeiro: Uerj, 2001.
- MIELNICZUK, Luciana. **Características e implicações do jornalismo na Web**. [S.l]: [s.n], [200-?]. Disponível em: http://comunicaufma.webs.com/mielniczuk_caracteristicasimplicacoes.pdf. Acesso em: 21/11/2011.
- PRADO, Emilio. **Estrutura da Informação Radiofônica**. São Paulo: Summus Editorial, 1989.
- SAAD, Beth. **Estratégia para a Mídia Digital**. São Paulo: Senac, 2003.
- TERRA, Carolina Frazon. Internauta. O quinto poder: como as relações públicas lidam com esse poderoso e influente meio de comunicação. **Liceu online**, São Paulo, v. 5, n.3, jun./jul., 2008. Disponível em: <https://www.fecap.br/extensao/liceu/Liceu5.pdf#page=12.Data>. Acesso em: 8 jun. 2010.