

UNIVERSIDADE SAGRADO CORAÇÃO

NATHALIA FARIA MÁXIMO DA SILVA

**CONEXÃO TEEN: PROJETO DE CONTEÚDO
DIGITAL PARA O PÚBLICO ADOLESCENTE DE
BAURU**

BAURU
2015

NATHALIA FARIA MAXIMO DA SILVA

**CONEXÃO TEEN: PROJETO DE CONTEÚDO
DIGITAL PARA O PÚBLICO ADOLESCENTE DE
BAURU**

Trabalho de conclusão de curso apresentado ao Centro de Ciências Exatas e Sociais Aplicadas da Universidade Sagrado Coração como parte dos requisitos para obtenção do título de bacharel em Jornalismo, sob a orientação da Profa. Ma. Daniela Pereira Bochembuzo.

**BAURU
2015**

S5867c	<p>Silva, Nathalia Faria Máximo da</p> <p>Conexão Teen: projeto de conteúdo digital para o público adolescente de Bauru/Nathalia Faria Máximo Da Silva. -- 2015. 53f.</p> <p>Orientadora: Profa. Ma. Daniela Pereira Bochembuzo.</p> <p>Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação em Jornalismo) – Universidade do Sagrado Coração – Bauru – SP.</p> <p>1. Jornalismo. 2. Jornalismo Digital.3. Internet.4. Multimedialidade. 5. Convergência.I. Bochembuzo, Daniela Pereira. II. Título.</p>
--------	---

NATHALIA FARIA MAXIMO DA SILVA

**CONEXÃO TEEN: PROJETO DE CONTEÚDO DIGITAL PARA O
PÚBLICO ADOLESCENTE DE BAURU**

Trabalho de conclusão de curso apresentado ao Centro de Ciências Exatas e Sociais Aplicadas da Universidade Sagrado Coração como parte dos requisitos para obtenção do título de bacharel em Jornalismo, sob a orientação da Profa. Ma. Daniela Pereira Bochembuzo.

Banca examinadora:

Profa. Ma. Daniela Pereira Bochembuzo
Universidade do Sagrado Coração

Profa. Ma. Mayra Fernanda Ferreira
Universidade do Sagrado Coração

Prof. Me. Lucas Silveira de Azevedo
Universidade do Sagrado Coração

Bauru, 26 de junho de 2015.

AGRADECIMENTOS

Agradeço primeiramente a Deus, que me proporcionou a oportunidade de viver esse sonho chamado Jornalismo de uma maneira que eu jamais conseguiria imaginar. Agradeço à minha família, por ter me apoiado em toda essa caminhada, me dando forças e me ajudando a seguir em frente. Agradeço por terem me animado e estado ao meu lado. Vocês são minha base, tudo o que sou.

Não posso deixar de agradecer aos amigos que estiveram comigo, tanto nos momentos bons quanto ruins. Cada um de vocês tem um lugar nessa trajetória e, com certeza, um espaço na minha memória e no meu coração. Em especial, agradeço às minhas companheiras Bruna Ferreira e Juliana Santos, por terem permitido que este projeto realmente existisse, por terem me dado força nos piores momentos, por serem minhas parceiras de trabalhos acadêmicos tão bons, dos quais eu tenho tanto orgulho e, principalmente, agradeço porque sem vocês o Conexão Teen não existiria.

Agradeço aos docentes da Universidade Sagrado Coração pelos desafios impostos, pelos ensinamentos e por terem compartilhado tanta experiência conosco. Dentre eles, agradeço especialmente à Daniela Bochembuzo, orientadora deste projeto, que sempre foi inspiração e nos impulsionou a ir mais longe. Além de grande mestra, se mostrou uma companheira incrível ao longo desses anos.

Agradeço aos técnicos do laboratório de Rádio, Leandro Zacarim e Alexsandro Costa, por toda a ajuda, por terem compartilhado nosso sonho e contribuído para que ele se realizasse de maneira tão brilhante.

Agradeço a todos que nos apoiaram de alguma forma e que torceram para tudo desse certo. Em especial às nossas fontes, que não nos deixaram na mão e à ajuda incrível de Gustavo Gusman, Felipe Tellis, Matheus Bottura, Gustavo Diccine, Lucas Ferreira, João Pedro Faria, Maria Luísa Bergamasco, Yuri Kufa e Alline Develis, que tiveram participação fundamental na reta final do curso.

RESUMO

O projeto em questão visou criar conteúdos para o site do programa radiofônico Conexão Teen, voltado para o público adolescente de Bauru. O site tem como funções servir de aporte para conteúdos veiculados no programa e de ferramenta transmídia e multimídia, publicando complementos de conteúdos e informações exclusivas. A proposta é usar o meio digital em que o adolescente está imerso para levá-lo a conhecer ou experimentar novas experiências no rádio, utilizando-se de um conteúdo que venha ao encontro de suas necessidades. Para isso, são utilizados conteúdos em diversos formatos a fim de aumentar a qualidade do conteúdo apresentado, além de conteúdos convergentes para aqueles que já têm o hábito de ouvir rádio. Para a realização do site, a pesquisadora realizou pesquisa bibliográfica sobre o ambiente digital, suas especificidades e a atuação do jornalismo nesse meio. Houve pesquisa sobre cibercultura, utilização de redes sociais digitais, interatividade, entre outros. Por meio de uma pesquisa aplicada entre os adolescentes de 14 a 17 anos residentes em Bauru pela pesquisadora Bruna Ferreira da Silva (2015) em outra frente deste projeto, entendeu-se os pontos importantes e que mereciam atenção especial. Como produto final, foi desenvolvido um site cuja proposta é que ele se torne uma seção do site da 96 FM, emissora para a qual foi desenvolvida a proposta do programa radiofônico, em parceria com a pesquisadora Juliana Mesquita Santos. Os meios rádio e internet são diferentes, mas se complementam, criando um conteúdo que propõe uma comunicação com o público de interesse mais eficiente e eficaz.

Palavras-chave: Jornalismo. Jornalismo digital. Internet. Multimídia. Convergência.

ABSTRACT

The project in question aimed to create contents for the site of radio program Teen Connection, public-facing teenager of Bauru. The site has as functions to serve like a support program and transmedia and multimedia tool, publishing content and complements exclusive information. The proposal is use the digital media in which the teenager is immersed to take him to know or try out new experiences on the radio, using a content that come to meet your needs. For that content are used in a variety of formats in order to increase the quality of the content presented, in addition to convergent content for the people that have the habit to listen the radio. For the site, the researcher conducted bibliographic research on the digital environment, their specificities and the work of journalism. There has been research into cyberculture, using social networks, interactivity, among others. Through a survey applied among teenagers of 14 to 17 years living in Bauru by researcher Bruna Ferreira da Silva (2015) in another area of this project, it was considered important points that deserve special attention. As final product, was developed a site whose proposal is that it becomes a section 96 FM's website, for which it was developed the proposal of radio program, in partnership with the researcher Juliana Mesquita Santos. The radio and internet media are different, but complement each other, creating a communication with teenager more efficient and effective.

Keywords: Journalism. Digital Journalism. Internet. Multimedialidade. Convergence.

SUMÁRIO

1	INTRODUÇÃO	7
1.1	OBJETIVOS	12
1.1.1	Objetivo geral	12
1.1.2	Objetivos específicos	12
1.2	PROBLEMA	13
1.3	HIPÓTESES	13
1.4	JUSTIFICATIVA	13
1.5	METODOLOGIA	15
2.	A INTERNET, SUA EVOLUÇÃO E DESENVOLVIMENTO	17
3.	PRESENÇA DAS RÁDIOS NA INTERNET	31
4.	DESCRIÇÃO DO PRODUTO	38
4.1	FORMATO	39
4.2	CONTEÚDO	42
4.3	REDES SOCIAIS	46
5	CONSIDERAÇÕES	53
	REFERÊNCIAS	56
	APÊNDICE A - PRINCIPAIS MATÉRIAS DA PRIMEIRA VERSÃO DO SITE CONEXÃO TEEN	58

1 INTRODUÇÃO

Antes do advento da Internet, o homem já conhecia outras formas de se comunicar, além de já ter passado por diversas revoluções tecnológicas que transformaram a sua forma de enxergar o mundo. Entre as mídias tradicionais, ou seja, as mais conhecidas, difundidas e antigas estão o jornal impresso, o cinema, o rádio e a televisão. Todas elas tiveram presença fundamental no cenário de mudanças sociais ocorridas no contexto em que estavam imersas. Claramente, as mídias também interferiram na forma do homem se relacionar com as pessoas ao seu redor.

Em meio ao crescimento e descobrimento de novas tecnologias, recentemente, levando-se em conta o surgimento de outros meios, o ser humano começou a desfrutar de mudanças no cenário comunicacional proporcionadas a partir do uso da Internet.

A jornalista e escritora Moherdauí (2007, p. 21) define internet da seguinte maneira:

A internet é um conjunto de recursos tecnológicos que coloca à disposição de qualquer cidadão que possui um computador, um modem e uma linha telefônica uma enorme quantidade de informação e possibilidades de acesso a serviços diversificados. (MOHERDAUI, 2007, p.21)

Isso quer dizer que a internet garante um grande fluxo de dados e informação entre as pessoas, propiciando uma integração entre aqueles que têm possibilidade de acesso à rede mundial de computadores.

Já em termos menos técnicos, o sociólogo Castells (2001) compara a criação da internet a outras revoluções tecnológicas que mudaram o rumo da humanidade, como a criação da rede elétrica:

A internet é o tecido de nossas vidas. Se as tecnologias de informação são o equivalente histórico do que foi a eletricidade na era industrial, na nossa era poderíamos comparar a internet com a rede elétrica e o motor elétrico, dada sua capacidade para distribuir o poder da informação por todos os âmbitos da atividade humana. (CASTELLS, 2001, p. 15)

Assim como outros meios de comunicação que conhecemos hoje, a Internet teve seu início como tecnologia. A internet nasceu durante o período de Guerra Fria na década de 1960 e foi pensada pela *Advanced Research Projects Agency* (Arpa – Agência de Pesquisa e Projetos Avançados), uma organização do Departamento de Defesa norte-americano focada na pesquisa de informações para o serviço militar. Sobre o advento da internet, a autora Ferrari (2003, p. 16) explica que “assim como o rádio, a internet ganhou forma com um princípio para informação militar”, ou seja, naquela época não era conhecido seu poder além dos campos de batalha.

Para se ter uma ideia de sua influência, esse meio iniciou uma nova era denominada de Era da Informação Digital, quando, além, do compartilhamento de dados, a Internet passou a integrar o mundo inteiro ao falar de fatos e notícias que aconteciam em diversas partes do globo. Essa transformação teve ênfase no fim dos anos 1980, nos Estados Unidos. Foi no fim da década de 1980 que a internet passou a receber a *world wide web*, conhecido hoje em dia pela sigla *www*, parte multimídia desse veículo que viria a ser a principal característica para seu acesso.

A percepção desse meio no cenário brasileiro começou por volta dos anos de 1990, quando a Internet comercial foi aberta, passando a hospedar sites de empresas. Nessa época, já se via o esboço do que viria a ser o jornalismo digital conhecido atualmente. O primeiro jornal brasileiro a fazer uma cobertura jornalística on-line foi o Jornal do Brasil.

Ao mesmo tempo em que o Brasil começava a desfrutar das particularidades dessa nova mídia, no mundo já existia um grande número de computadores conectados no fim do século XX, como coloca Ferrari (2003, p. 17):

Para dar uma dimensão do crescimento da internet, o número de computadores conectados ao redor do mundo pulou de 1,7 milhão em 1993 para vinte milhões em 1997. Os sites de buscas se interessaram em aprimorar o ambiente gráfico e começaram a pesquisar, junto com a academia, melhores interfaces para suas páginas. (FERRARI, 2003, p.17).

A internet impacta na forma como as pessoas entendem o ambiente ao seu redor, como se relacionam umas com as outras ou até mesmo como elas consomem notícias. Embora o crescimento venha acontecendo de forma exponencial, a internet ainda não é o meio de comunicação mais popular. Dados revelados pelo Instituto

Brasileiro de Geografia e Estatística – IBGE (2010) referentes à pesquisa Censo apontam que a televisão está presente nos lares de cerca de 54 milhões brasileiros, enquanto o microcomputador com acesso à Internet faz parte da realidade de cerca de 17 milhões de brasileiros.

Mesmo aparecendo em desvantagem quando comparada a veículos tradicionais em relação ao número de domicílios alcançados, a Internet tem conquistado espaço no cotidiano de grandes parcelas da população, sendo assim destaca-se a importância e a presença da Internet na vida dos jovens.

Outros dados referentes ao Censo 2010 indicam que cerca de 53% da população têm acesso à Internet. Entre os jovens com idade entre 15 e 24 anos, cerca de 60% possui acesso total à rede mundial de computadores há cinco anos ou mais (INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA, 2010). Já dados do Comitê Gestor da Internet no Brasil (2013) indicam que 74% dos adolescentes entre 15 e 17 anos acessam a internet todos os dias.

Os autores Cloutier e Drapeau (2012) estabelecem a importância da internet para os jovens:

Para os adolescentes, navegar ou não na internet não constitui realmente uma escolha, pois, se alguns jovens não se conectam, é porque não dispõem da tecnologia necessária: quando têm a oportunidade, eles navegam na internet. Para eles, não se trata de uma tecnologia fascinante, mas sim de uma ferramenta que eles exploram fácil e cotidianamente para conectar-se com o mundo e, em especial, com sua própria rede social. (CLOUTIER; DRAPEAU, 2012, p. 184).

O uso que os adolescentes fazem da Internet tem a ver também com a sua familiarização com esse meio de comunicação. Os autores destacam o poder de socialização dessa ferramenta, principalmente para esse público.

Levando isso em conta, explorar o ambiente virtual torna-se interessante dentro do “Conexão Teen: projeto de conteúdo digital para o público adolescente de Bauru”, que se propõe a desenvolver um site que abrange diversos assuntos pertinentes e de interesse do público em questão, no caso, os adolescentes, como forma de atraí-lo para outras plataformas, nesse caso, o rádio, um dos objetivos do projeto.

Os pesquisadores em comunicação Kochhann, Freire e Lopez (2011)

explicam as mudanças no modo de consumir o rádio após a chegada e difusão da internet.

Podemos afirmar que a adequação às possibilidades e demandas da internet tem gerado um novo rádio. Diferente até mesmo no que concerne à forma de consumo – que hoje equilibra o individual e o coletivo, embora não retome o consumo familiar da informação. O jovem brasileiro utiliza a internet para consumir rádio, compartilha informações e busca novidades em redes sociais. (KOCHHANN; FREIRE; LOPEZ, 2011, p. 9).

De modo geral, a forma de produção de conteúdo para o meio radiofônico (e não só para ele, mas também para outros meios de comunicação tradicionais) se viu obrigada a mudar formatos e outras características a fim de conseguir utilizar o novo meio de comunicação, com outras demandas a serem exploradas para atender a seu público. Além disso, o perfil de seu ouvinte mudou: de um ser passivo (ou que escrevia apenas cartas) para um público digital, que consome outros conteúdos além do áudio, que acompanha a programação em tempo real, mas também conversa com os profissionais pelas redes sociais. Os pesquisadores ressaltam que esse perfil atual recebeu o nome de ouvinte-internauta e está muito presente atualmente.

O ouvinte-internauta participa de forma ativa e imediata da produção de conteúdos. Além disso, ele pesquisa, questiona, contesta a informação que consome. Enfim, o ouvinte que antes mandava as suas cartas à redação, e essas cartas levavam dias até chegar ao destino, hoje acompanha a programação utilizando o canal internet e já faz os seus comentários, correções e participações instantaneamente, alterando de forma significativa a produção dos conteúdos radiofônicos. (KOCHHANN; FREIRE; LOPEZ, 2011, p. 10-11).

No ambiente virtual, o ouvinte terá acesso a conteúdos em diversos formatos além do áudio, a principal maneira de transmissão possível pelo rádio. Em um site, o ouvinte-internauta pode acompanhar o programa por meio de vídeos, fotos, podcasts, usar a interatividade, entre outros recursos. Além disso, aqueles que ainda não conhecerem ou não preferirem o programa radiofônico podem ter acesso a um conteúdo independente no meio digital. Ou seja: o adolescente poderá ter conteúdos

jornalísticos que irão ao encontro das suas necessidades, visando informar e entreter por meio da personalização, umas das características mais marcantes do meio digital.

Embora o rádio venha sofrendo segmentação na sua programação, o meio não possibilita a produção de conteúdo personalizado e diferenciado para os ouvintes, uma vez que trata seu público de maneira homogênea. Esse papel cabe, então, à internet. Nesse sentido, a possibilidade de integração multiplataforma vem se tornando uma necessidade por conta das características das mídias atuais. O rádio não está à parte do contexto de convergência midiática e necessita se adequar às necessidades de seu público, e, mais do que isso, cativá-lo a fim de manter sua audiência, mesmo que não venha diretamente de um ouvinte com seu aparelho tradicional, mas que conheça a marca e possa acompanhar as mudanças que acontecem nesse cenário.

Del Bianco (2013) afirma que a participação de programas de rádio nas plataformas digitais, tanto disponibilizando conteúdos em sites ou com a possibilidade de acompanhar a programação por aparelhos celulares, por exemplo, não é absolutamente novo, mas sim algo que vem se tornando obrigatório para que esse meio não seja “engolido pelas plataformas digitais”. “Por meio de sites na Internet, as emissoras expandiram a entrega de conteúdo para além do aparelho receptor tradicional e, aos poucos, ampliam a audiência e as possibilidades de escuta” (DEL BIANCO, 2013, p. 1).

Diante de tais mudanças, Ferrari (2010) afirma que o que vemos hoje ainda é parte da evolução do uso e poder que a internet tem, afinal, estamos em meio a um processo que, provavelmente, não está perto de chegar ao fim, mas, sim, evoluir e se modificar: “A internet chegou para ficar, não é uma moda passageira e não haverá retrocessos” (FERRARI, 2010, p. 23).

Posto esse contexto, para o desenvolvimento deste projeto serão utilizadas pesquisas bibliográficas sobre os temas como cultura de convergência, meio digital, jornalismo na internet, cibercultura, entre outros, a fim de conhecer o meio e suas especificidades e de procurar a melhor forma de estabelecer relacionamento com o público ouvinte e internauta adolescentes. Assim, visa-se entender as lacunas presentes na comunicação com os adolescentes, tentando supri-las para sucesso do projeto.

O projeto é dividido em três frentes, das quais: Bruna Ferreira da Silva pesquisa sobre o público-alvo, no caso, os adolescentes de 14 a 18 anos residentes na cidade de Bauru; Juliana Mesquita Santos pesquisa sobre o meio rádio para a produção do programa radiofônico *teen*, que será a base para a construção e desenvolvimento do site e Nathalia Faria Maximo da Silva produz conteúdo em diversos formatos para a plataforma digital. A junção das três frentes de trabalho norteia o projeto que leva o nome “Conexão Teen”. A decisão do trabalho em três frentes de pesquisa permite aprofundar as compreensões sobre rádio, internet e relação desses dois meios sob o prisma do adolescente de 14 a 18 anos, resultando em produtos mais eficazes e eficientes do ponto de vista da recepção da mensagem de característica multimídia.

1.1 OBJETIVOS

Apresenta-se nos tópicos abaixo o objetivo geral e os objetivos específicos da pesquisa.

1.1.1 Objetivo geral

Unir um programa radiofônico a uma plataforma digital, a fim de promover interatividade com o público adolescente de 14 a 17 anos de Bauru.

1.1.2 Objetivos específicos

Entender o comportamento dos internautas, além de procurar compreender o desenvolvimento desse meio de comunicação e suas características;

Desenvolver conteúdos em vários formatos, tais como textos, fotos, vídeos e áudios, além de enquetes e outros recursos interativos, a fim de integrar a plataforma digital com o programa radiofônico “Conexão Teen”, como forma de estabelecer relação entre os dois meios de comunicação, fortalecer a marca em diferentes plataformas e encontrar novos ouvintes.

Apresentar o conteúdo produzido e o produto para o público.

Verificar a relação do público com o produto.

1.2 PROBLEMA

É possível criar um site com conteúdos que interessem o público adolescente e consiga unir o meio radiofônico ao digital?

1.3 HIPÓTESES

Sim, desde que sejam usados como parâmetros informações sobre os hábitos e interesses desse público, que está em contato com o meio digital, assim como o radiofônico por meio de conteúdos com características transmídia e multimídia, propiciando, assim, a integração entre ambos.

Sim, usando as principais características do rádio para o público que está acostumado com esse meio e passará a conhecer o meio digital a partir dele ou vice-versa. Para isso, deve-se pensar em conteúdos com características convergentes.

Não, o adolescente que não tiver o hábito de ouvir rádio não buscará outra forma de conteúdo a não ser o do site. Pensando nesse público, é necessário fazer uso tanto de conteúdos transmídia, quanto outros pertinentes ao meio digital, como os recursos em formato de vídeo, foto, podcasts, enquetes, entre outros.

1.4 JUSTIFICATIVA

Segundo dados da Pesquisa Brasileira de Mídia (2015), 65% dos jovens até 25 anos afirmam acessar a internet todos os dias. Tendo em vista que o principal objetivo do projeto é produzir conteúdos que cativem e interessem o público-alvo, torna-se interessante estar em contato com os adolescentes em uma das plataformas mais utilizadas por ele, ou seja, a internet.

Além disso, deve-se levar em conta que os adolescentes atuais são nativos digitais, ou seja, nasceram em meio à tecnologia da internet disponível e conectados em rede. Esses jovens também são conhecidos como pertencentes à Geração Z. De acordo com as pesquisadoras Ceretta e Froemming (2011), o termo tem sua origem no termo “zapear”, verbo que denomina o hábito daqueles que mudam

constantemente de canal ao assistir televisão, por exemplo. O termo demonstra o fato de que os nativos da geração net não conseguem ficar parados apenas como espectadores por muito tempo. “Esses adolescentes da Geração Z nunca conceberam o mundo sem computador, chats e telefone celular [...]. Sua maneira de pensar foi influenciada, desde o berço, pelo mundo complexo e veloz que a tecnologia engendrou” (CERETTA; FROEMMING, 2011, p. 19).

Por nascerem em meio à tecnologia e ao fácil acesso à internet, redes sociais, entre outros, eles desenvolveram características próprias que os diferem de outras gerações, como a capacidade de fazer diversas atividades enquanto navegam na internet. Segundo dados da pesquisa IBOPE Mídia 2010, 29% dos jovens pertencentes à Geração Z disseram utilizar o rádio ao mesmo tempo em que navegam na internet, enquanto apenas 14% dos pertencentes à Geração X, ou seja, aqueles que têm idade entre 30 e 45 anos, disseram fazer o mesmo. Eles também se comunicam de forma mais rápida e diferenciada, aproveitando-se de recursos interativos disponíveis pelas tecnologias, não somente em postos fixos, mas em dispositivos móveis. Essa geração é produtora, consumidora e disseminadora de conteúdo. Tapscott (1999) aponta a interatividade como um dos diferenciais mais promissores e procurados no universo virtual.

Além de meio de comunicação, diversão e entretenimento, a Internet é encarada atualmente como agente socializador. “A imensa maioria dos adolescentes ocidentais que já introduziram essa ferramenta em seus hábitos de vida não deixará de utilizá-la amanhã; trata-se de um poderoso agente de socialização” (CLOUTIER; DRAPEAU, 2012, p. 185).

Levando em conta essas afirmações, torna-se interessante para o projeto em questão ir ao encontro do público-alvo através desse meio com o qual ele está tão familiarizado, a internet. Assim, é possível direcioná-lo para outros meios e explorar o lado multitarefas que lhe é característico.

A partir desse site, avalia-se preliminarmente ser possível conseguir ouvintes para o programa radiofônico Conexão Teen, um dos objetivos do projeto, uma vez que, como afirma Ferrari (2003): “A vida social passa pelo digital.”

1.5 METODOLOGIA

O método utilizado para desenvolvimento do projeto será o de documentação indireta com ênfase em pesquisa bibliográfica, a fim de se entender a internet, sua evolução enquanto meio de comunicação, especificidades, características e como a sociedade se relaciona com ela. De acordo com Duarte e Barros (2010), o estudo bibliográfico é importante para que o material básico seja recuperado e se amplie as leituras sobre o tema que será estudado. Essa etapa será dividida em três fases, seguindo a orientação dos autores expostos acima: leitura do material disponível, organização de informações e análise do material ou exame dos textos.

Nessa fase constitutiva da metodologia, serão estudados autores como Pollyana Ferrari (2003), J.B Pinho (2003), Manuel Castells (2001), Pierre Lévy (2001), Henry Jenkins (2006), entre outros. Já para embasamento metodológico serão usados os autores Barros e Duarte (2006).

Também será utilizado o método da documentação direta, ou seja, a identificação, verificação e a apreciação de documentos analisando-se seu teor. Inclui-se o método de pesquisa de campo exploratório quantitativo a fim de conhecer o público-alvo. A pesquisa de campo foi realizada pela pesquisadora Da Silva (2015) em outra frente deste projeto e contempla a aplicação de um questionário para 87 alunos, entre homens e mulheres, com idade entre 14 e 17 anos do Colégio São Francisco de Bauru. Duarte e Barros (2010) ressaltam a importância desse tipo de estudo:

Dentre seus aspectos positivos, podem-se destacar a possibilidade de que a investigação do problema ocorra em ambientes reais, sem a necessidade de se lançar mão de recursos de laboratório; a viabilidade de realização de análises estatísticas de variáveis como dados sócio-demográficos, de atitude, dentre outras; a quase inexistência de barreiras geográficas para a realização de entrevistas e o baixo custo de aplicação ao se considerar a quantidade de informações recolhidas. (BARROS; DUARTE, 2010, p.164)

Por meio dos dados obtidos, pretende-se conseguir desenvolver um produto que venha ao encontro dos interesses e necessidades do público adolescente bauruense. Nesse sentido, este trabalho converte-se em uma pesquisa social

exploratória aplicada, uma vez que os dados serão utilizados em um produto experimental.

1.6 ESTRUTURA E CONTRIBUIÇÕES

Realizada a apresentação de introdução, bem como hipóteses, problema e objetivos neste primeiro capítulo, o segundo capítulo traz a fundamentação teórica, abordando temas como a história da internet, transformação da internet de tecnologia a veículo de comunicação, ferramentas disponíveis a partir do advento da internet, o uso desse meio de comunicação, bem como sua importância para a sociedade em geral e como isso impacta nos veículos de comunicação tradicionais.

Outro capítulo contempla detalhes sobre o produto desenvolvido. O site foi produzido a partir da pesquisa do público-alvo e em consonância com o programa radiofônico que leva o mesmo nome, por meio das pesquisadoras Da Silva (2015) e Santos (2015).

A crença é de que o desenvolvimento do projeto permite aos adolescentes terem uma nova opção de conteúdo jornalístico e de entretenimento totalmente voltado para seus interesses e necessidades, além de utilizar a plataforma digital para aproximá-lo do meio radiofônico.

Já no âmbito pessoal, o projeto apresenta oportunidade de aplicação dos vários conhecimentos adquiridos ao longo do curso. Além disso, a aplicação da teoria possibilita maior conhecimento do público adolescente, o que poderá ser interessante para a atuação no mercado de trabalho.

A pesquisa e conhecimento do meio digital, bem como suas características, abre um novo leque sobre a produção de conteúdo online e sobre como fazer jornalismo nesse meio. O jornalismo digital está crescendo, se tornando imprescindível e vem sendo, cada vez mais, apontado como promissor.

2 A INTERNET, SUA EVOLUÇÃO E DESENVOLVIMENTO

Assim como outros meios de comunicação, a internet não nasceu para o fim a que se destina nos dias atuais: ninguém imaginaria que ela poderia ser considerada como um dos meios de comunicação mais promissores, ferramenta conhecida mundialmente e de grande importância no contexto da globalização. As potencialidades de seu uso também não foram inicialmente imaginadas. O sociólogo Castells (2004) pontua a importância dessa empreitada, com início menos ambicioso do que se podia imaginar.

A criação e o desenvolvimento da Internet é uma extraordinária aventura humana. Mostra a capacidade das pessoas para transcender as regras institucionais, superar as barreiras burocráticas e subverter os valores estabelecidos no processo de criação de um novo mundo. (CASTELLS, 2004, p.25)

O mesmo sociólogo destaca que essa tecnologia nasceu diante de uma encruzilhada entre “[...] a Ciência, a investigação militar e a cultura libertária” (CASTELLS, 2001, p.34). Um dos pontos importantes dessa empreitada diz respeito ao valor da cooperação e da utilização dos recursos disponíveis para a criação de uma ferramenta revolucionária.

O primórdio da conectividade entre computadores aconteceu nos Estados Unidos, no início da Guerra Fria. Após a União Soviética lançar, em 1957, o Sputnik, primeiro satélite artificial, foi criada a *Advanced Research Projects Agency (ARPA)*, ligada ao Departamento de Defesa norte-americano com a intenção de pesquisar alta tecnologia para fins militares. A ideia era desenvolver um sistema que mantivesse os países comunicáveis mesmo em meio a uma possível guerra nuclear entre as potências capitalistas e socialistas. Esse projeto inovador foi possível graças ao desenvolvimento científico e de engenharia fruto da Segunda Guerra Mundial (1939-1945).

Seu desenho foi pensado de uma forma descentralizada para que houvesse vários núcleos principais de comunicação, que seriam então chamados de nós. Esse sistema flexível seria capaz de sobreviver a um ataque nuclear, por exemplo, sem comprometer toda a estrutura do programa. Longe de ser um projeto involuntário, o

desenvolvimento da internet - que ainda não era conhecida dessa maneira- foi idealizado e gerido de uma maneira que já buscava revolucionar o mundo.

No fim da década de 1960, a ARPA começou a apresentar interesse em ampliar sua tecnologia, que vinha sendo aperfeiçoada há quase 10 anos. Para isso, foram usadas universidades e institutos de pesquisa para a implantação da rede, recebendo o nome de ARPAnet. Os primeiros nós encontravam-se na Universidade da Califórnia em Los Angeles, no Stanford Research Institute, na Universidade da Califórnia, em Santa Bárbara, e na Universidade de Utah. “Em 1971 havia, no total, 15 nós, a maior parte dos quais eram centros de investigação universitários.” (CASTELLS, 2004, p. 27).

No início, aconteceram várias falhas de conexão e outros problemas puderam ser identificados com os testes. “A primeira demonstração pública da ARPAnet é realizada na cidade de Washington, durante a I Conferência sobre Comunicações Computacionais, conectando 40 máquinas e o Terminal Interface Processor (TIP).”(PINHO, 2003, p.26). A demonstração dos vários usos que a rede poderia ter obteve êxito entre o público que acompanhou a apresentação.

Os dois primeiros países que se conectaram com a ARPAnet internacionalmente foram Noruega e Inglaterra. Nesse momento, já era possível a transferência de arquivos de textos entre computadores remotos que estivessem conectados a ela. Em 1974, a tecnologia já funcionava em 62 servidores.

Após começar a ampliar suas potencialidades, a ARPAnet sentiu necessidade de ir além das origens militares, buscando evitar possíveis violações de seu sistema de segurança. Em 1983, o projeto se dividiu entre: Milnet, que continuou sendo utilizada para fins militares e nova ARPAnet, com o objetivo de permitir pesquisas. Essa divisão contou com a ajuda de universitários que viam o potencial de pesquisa da conexão. “A transição para a desmilitarização da Internet e posterior privatização, foi gerida pela NSF, com a cooperação da comunidade universitária de informáticos.” (CASTELLS, 2001, p.37).

No fim da década de 1980, o cenário era de “muitos computadores conectados, mas principalmente computadores acadêmicos instalados em laboratórios e centros de pesquisa” (FERRARI, 2003, p.16).

Por ser tecnologicamente obsoleta, em 1990, a ARPAnet foi encerrada dando, oficialmente, início à era da Internet, que, nessa época compreendia mais de

1.500 subredes e 250 mil hosts, ou seja, máquinas ligadas à rede. Sua manutenção deixou de ser uma obrigação do serviço militar e sua gestão direcionada à Fundação Nacional para a Ciência. No mesmo ano, a Internet passou a contar com o provedor norte-americano *World*, pioneiro mundial no acesso comercial à rede.

Um ano mais tarde, em 1991, a *World Wide Web* (conhecida nos dias atuais pela sigla *www*) foi desenvolvida pelo programador inglês Tim Berners-Lee. *World Wide Web* significa teia de abrangência mundial, em inglês, e é a parte multimídia da internet. Barners-Lee supostamente era encarregado de melhorar o sistema de documentação do CERN e não tinha entre as tarefas a invenção desse tipo de software. Mesmo assim, destacou-se sua visão idealista. A invenção revolucionou o acesso à web, conforme explica Castells (2001) ao permitir a disseminação mundial das informações.

Como a Internet já tinha aberto caminho para o comércio eletrônico em 1991, vários meios de comunicação, entre outras empresas, passaram a investir nessa ferramenta que já se mostrava muito promissora. “O tráfego na *www* cresce a uma taxa anual de 341,61%”, em 1992, assim como “o número de hosts dobra em um ano, atingindo 2 milhões em 1993.” (PINHO, 2003, p. 34). Após esse *boom*, em 1992, começou-se a planejar a privatização desse meio. Mesmo assim, por ter uma ligação mundial, era necessário que ela não estivesse nas mãos de poucos governantes ou países. A Internet já era vista como um bem de todos, independente de países de acesso e outras burocracias relacionadas ao poder de utilização, embora seu berço fosse norte-americano.

Surgiu então a necessidade de que a Internet global fosse independente de qualquer empresa e do controlo directo do Governo norte-americano. Em Janeiro de 1992, formou-se a Internet Society, como organização sem fins lucrativos, que se encarregou da supervisão. (CASTELLS, 2001, p. 49)

Em 1994, a internet se tornou conhecida por alojar páginas de emissoras de rádio, shoppings, serviços, entre outros. Um ano depois começou a utilização generalizada da *world wide web*. Nesse ano, “[...] havia cerca de 16 milhões de utilizadores das redes de comunicação informática de todo o mundo.” (CASTELLS, 2001, p.17). Em 1997, já eram 20 milhões de usuários ao redor do mundo. Esse sucesso se deu por conta das suas características, pois esse era o primeiro meio de

comunicação que permitia a comunicação de muitos para muitos, em um tempo escolhido e a uma escala global. O sociólogo aponta que foi nesse ano as pessoas comuns de todo o mundo começaram realmente a conhecer a Internet.

Apesar de a Internet estar já na mente dos informáticos desde princípios dos anos 60, de em 1969 se ter estabelecido uma rede de comunicações entre computadores e, desde o final dos anos 70, se terem formado várias comunidades interactivas de cientistas e hackers, para as pessoas, as empresas e para a sociedade em geral, a Internet nasceu em 1995. (CASTELLS, 2001, p.33).

Além disso, o crescimento da internet em seu contexto mundial se deu graças à facilidade em agregar novas informações aos nós, desde que se tivesse os conhecimentos técnicos necessários. Foi assim que surgiram várias contribuições que tornaram a Internet o ambiente que conhecemos hoje, passando desde o correio eletrônico – recurso intensamente usado principalmente nos primeiros anos de sua existência – até o advento do hipertexto, que, conforme definição apresentada por Lévy (1999, p.254), é “uma forma não-linear de apresentar e consultar informações.” Segundo a professora e pesquisadora em comunicação Del Bianco (2004), o advento da Internet teve tanta importância no contexto histórico-social quanto outros eventos que aconteceram ao longo da história da humanidade.

A revolução tecnológica de hoje muda a experiência de mundo, assim como aconteceu na Revolução Industrial, quando surgiram novas relações técnicas de produção, relações sociais e de poder baseadas na propriedade privada dos meios de produção e no tipo de superestruturas características do capitalismo. (DEL BIANCO, 2004, p. 3)

Como tecnologia, a internet ganhou notoriedade por apresentar um mecanismo com grande performance, que a destacou em relação a outras formas de compartilhar informação por características próprias nunca antes vistas, inclusive no que diz respeito à sua complexidade. Conhecida por agir como uma imensa rede, ela permitia - já no seu início como arma militar- uma fonte de troca de dados com grande agilidade e alcance.

Os computadores interligados por ela podem trocar dados a milhões de quilômetros de distância. Castells (2001) define que a história dessa tecnologia

demonstra claramente que a contribuição dos utilizadores é crucial para a sua produção e são eles que adaptam o meio a seus próprios usos e valores. Ele destaca que os aperfeiçoamentos tecnológicos são acompanhados ao redor do mundo inteiro em tempo real. “Esse é a razão pela qual a Internet cresceu e continua a crescer a um ritmo sem precedentes.” (CASTELLS, 2004, p.47).

Saindo do campo exclusivamente tecnológico, não demorou para que seu potencial comunicacional fosse percebido, afinal, falar a longas distâncias, em tempo real, compartilhar arquivos com pessoas ao redor do mundo com uma velocidade antes desconhecida era algo que tinha potencial para revolucionar a forma como poderíamos nos informar. Seus diferenciais em relação às mídias tradicionais, como rádio, televisão, cinema e impressos, por exemplo, chamaram atenção e têm grande participação no sucesso da rede.

Segundo Pinho (2003), entre as principais características que permitiram seu sucesso, estão: não linearidade (refere-se à forma como as notícias podem ser lidas no monitor, sem necessariamente obedecer a uma ordem, sendo construída a partir do interesse do internauta); fisiologia (a luz artificial do monitor causa fadiga visual mais rapidamente do que se o leitor estivesse em contato com o papel impresso, por exemplo, o que implica a construção de notícias e outros conteúdos, tendendo esses a serem mais curtos e dinâmicos); instantaneidade (a possibilidade de dar notícias de várias partes do mundo quase de forma instantânea em relação a meios como o material impresso); dirigibilidade (o meio digital lida com regras menos rígidas no que diz respeito às questões de espaço e tempo, o que permite que mais conteúdo seja veiculado sem ter que passar por tantos filtros); custos de produção e veiculação (por não precisar lidar com custos de impressão, a internet se mantém como uma das mídias com menores custos para veiculação e distribuição, bastando apenas acesso a *world wide web*, o que torna a mídia vantajosa se comparada a outros meios); interatividade (comentários em tempo real e *feedback* muitas vezes instantâneo, o que proporciona maior conhecimento de sua audiência, permitindo a construção de um conteúdo que atenda às expectativas); pessoalidade (um diferencial que possui relação com a interatividade, garantindo um conteúdo personalizado e mais próximo da vida do leitor) e acessibilidade (para quem está conectado, o conteúdo está disponível a qualquer hora do dia ou da noite).

Quando analisada em contexto nacional, pode-se afirmar que a abertura da internet comercial no Brasil aconteceu em maio de 1995, ou seja, saiu do cenário acadêmico para garantir acesso aos vários setores da sociedade. Para Pinho (2003), a expansão “foi estimulada pelo contínuo e maciço ingresso no ciberespaço de governos, organizações, instituições e empresas comerciais, industriais e de serviços.” (PINHO, 2003, p. 9). Sua presença na rotina jornalística cresceu gradativamente ao longo dos anos e a convergência entre a nova mídia e mídia tradicional começou a se tornar necessária tendo em vista o número crescente de usuários da rede. O primeiro site jornalístico brasileiro foi o Jornal do Brasil, criado ainda em 1995. Mais tarde, jornais impressos, como o do grande O Globo ganharam sua versão digital a fim de buscar leitores no meio digital.

Em 1998, o Brasil já tinha mais de 1,8 milhão de internautas. No final do século XX, vários sites de conteúdos brasileiros mudaram a estratégia para atrair um maior número de usuários. De acordo com Ferrari (2003), começou-se a priorizar a grande oferta de conteúdo e quantidade de publicações em detrimento do aprofundamento da matéria. Os comunicadores Lemos e Palácios (2001) apontam que o acesso ao computador, à linha telefônica e ao provedor foram os fatores limitantes do acesso à Internet no Brasil. Pensando em aumentar o número de computadores conectados, no final do século XX, surgiu a Internet Gratuita, que consistia em provedores de acesso que não cobravam taxas de seus usuários. Essa estratégia surtiu o efeito esperado e conquistou muitos internautas. “Internet Gratuita, lançado em janeiro de 2000, alcançou o marco de 2 milhões de usuários no final de maio, multiplicando por dez as expectativas de crescimento de seus criadores.” (LEMOS; PALÁCIOS, 2001, p. 194). A taxa de crescimento diário desse serviço chegou a ficar entre 10 mil e 15 mil novos usuários.

Após 2000, uma das maiores preocupações dos detentores de grandes sites passou a ser a usabilidade, que unia, além de um design acessível, conteúdo de qualidade e viabilidade financeira, mesmo que o meio digital necessite de menos recursos do que as mídias tradicionais, por exemplo.

Atualmente, além de meio informativo e advento tecnológico, a Internet está presente nas interações sociais, construindo novos modelos de relações baseadas em um ambiente personalizado onde o indivíduo tem a capacidade de escolher que tipo de comunidade vai integrar baseando-se em seus interesses.

Del Bianco acredita que a internet desempenha seu papel em vários lugares da sociedade:

Mais do que um protocolo informativo, a Internet transformou-se num espaço social e cultural que permite estabelecer a comunicação entre distintos tipos de rede. Constitui a base material da vida e das formas de relação com a produção, o trabalho, a educação, a política, a ciência, a informação e a comunicação. (DEL BIANCO, 2013, p. 3).

Diante dessa mudança, Castells (2004) apresenta alguns casos em que a Internet pode modificar a interação pessoal. Segundo o autor, pode-se partilhar laços menos profundos com pessoas desconhecidas, mas que em dado momento constituem uma ajuda necessária. Nesse caso, o contato é pouco duradouro e pessoal devido à efemeridade da rede: “As pessoas ligam-se e desligam-se da rede, mudam de interesse.” (CASTELLS, 2004, p. 160).

Outro caso tem a ver com os laços mais fortes, ou seja, com pessoas que se encontram distantes geograficamente, mas que já são conhecidas desses indivíduos. Para manter contato, elas usam recursos como correios eletrônicos e redes sociais. Constrói-se, dessa maneira, uma nova forma de compartilhamento de informações baseada no individualismo.

O papel mais importante da internet na reestruturação das relações sociais é a sua contribuição para o novo modelo de sociabilidade, baseado no individualismo. [...] Os indivíduos constroem as suas redes on-line e off-line, sobre a base dos seus interesses, valores, afinidades e projectos. (CASTELLS, 2004, p. 161).

Esse novo modelo de sociabilidade individualista acontece devido a algumas características do meio, como flexibilidade, pois permite que haja a escolha de tempo, lugar e companheiros com os quais se tem vontade de interagir. Nesse cenário nascem as comunidades virtuais com a capacidade de organizar pessoas interessadas em discutir assuntos pertinentes a todos os membros do grupo a qual pertence, além de trocar experiências e se organizar para devidos fins. Esse ambiente foi nomeado por Wellman (2000) como ciberlugar e pode ser entendido como o suporte material para o individualismo em rede.

Mesmo diante de uma rede pouco profunda, na maioria das vezes, e que promove o individualismo levando-se em conta o poder de personalização propiciado pelo meio, Castells (2004) aponta os novos avanços tecnológicos como redes individualistas com potenciais para promover uma sociabilidade predominante. “Estas tendências representam o triunfo do indivíduo, embora não estejam claros os custos que possam vir a ter na sociedade.” (CASTELLS, 2004, p.163).

Portanto, a Internet pode estabelecer um relacionamento muito amplo com os mais diversos públicos, dependendo do que se espera desse meio e quais as utilidades que o indivíduo quer fazer da rede. Não existem regras quanto à sua melhor utilização, mas, sim, quais necessidades podem ser supridas por ele. Sobre isso, Del Bianco (2004) afirma que:

[A internet] por natureza é multifacetada, podendo ser um ambiente onde convivem e combinam entre si várias formas. Pode funcionar num ambiente compartilhado simultaneamente como suporte, meio de comunicação que se presta à expressão, muitas vezes como sistema tecnológico ou ambiente de informação e de comunicação. A definição de função depende em muito do uso que dela se faz em determinado contexto, circunstâncias, objetivos, finalidade e aplicação social seja por interesse, atividade específica ou mesmo por fruição. (DEL BIANCO, 2004, p. 04-05)

Por ser um ambiente vasto, estabeleceram-se algumas ferramentas para facilitar seu uso, além de dividir os usuários em nichos, pois eles teriam a possibilidade de escolher qual o tipo de conteúdo de seu interesse a partir dos endereços virtuais procurados. Uma pessoa que procura notícias de última hora na maioria das vezes vai optar por navegar em um portal ao invés de um blog, por exemplo. Assim como alguém que não se interessa por assuntos internacionais raramente procuraria essa seção em um jornal impresso. As funções são parecidas nesse caso. Entre as ferramentas mais conhecidas e utilizadas, de uma forma geral, estão os blogs, os portais e os sites.

Segundo Moherdau (2007), a palavra blog vem do termo boardlog, que pode ser definido como “diário de bordo” em inglês. A inspiração viria dos diários de bordo onde os comandantes dos navios anotavam procedimentos para posterior consulta. Inicialmente, a intenção dessas páginas na internet era que funcionasse como diário virtual de pessoas comuns, assim seria possível a publicação e leitura de qualquer

conteúdo por qualquer pessoa em qualquer lugar do planeta. Essa ferramenta ganhou muitos adeptos por não precisar de um grande domínio técnico sobre o manuseio, além do seu baixo custo de produção. Dessa maneira, a informação na rede poderia ser mais democrática, ou seja, estaria à disposição de qualquer um que tivesse acesso à rede mundial.

Ao longo dos anos, o uso inicial dos blogs foi sendo alterado e os diários com textos sobre momentos do dia a dia passaram a ter um cunho social e informacional maior. “De simples diários, os blogs se transformaram em colunas políticas, colunas de celebridades, em estratégias de marketing para empresas.” (MOHERDAUI, 2007, p. 180).

Ainda segundo Moherdauí (2007) no caso dos blogs, a influência de quem publica as informações e da própria página em si é medida pela quantidade de usuários que as acessa e pela sua influência em outros sites, blogs e perfis pessoais nas redes sociais. Outra forma de medir o sucesso de uma publicação é observar o número de buscas por aquela página e quantidade de conteúdos oferecidos para o público a que se destina. Isso tem grande importância na medição de sua credibilidade, tanto em relação aos internautas quanto em relação a outros veículos de comunicação. Essa ferramenta também desempenha importante papel no caso do jornalismo, pois pode se tornar fonte de pesquisa para conteúdos mundiais e aumenta a discussão entre usuários por se tornar um ambiente menos impessoal. No caso dos veículos de comunicação que fazem uso dessa ferramenta, pode-se ter seu conteúdo amplificado graças às redes sociais.

Outra ferramenta disseminada no ambiente virtual, que se destaca por seu grande grau de aceitação e navegação, é o portal. O conceito de portal nasceu em 1998 para designar os sites de busca. Além da possibilidade de realizar pesquisas sobre determinado conteúdo, outros serviços como e-mail gratuito, bate-papo em tempo real e serviços noticiosos começaram a ser oferecidos e fizeram sucesso entre os internautas, especialmente no início do século XXI. Para ser chamado de portal, um site precisa reunir certas características listadas por Ferrari (2010), como de tentar atrair e manter a atenção do internauta logo na página inicial, na qual são colocadas chamadas sobre os mais diversos assuntos. Nessa ferramenta destaca-se a disponibilização de conteúdos em seções, o que possibilita melhor organização dos dados. “Pela possibilidade de reunir milhões de pessoas conectadas ao mesmo

tempo, os sites do gênero assumiram o comportamento de mídia de massa.” (FERRARI, 2010, p.30). Por essa definição, percebe-se a importância desse tipo de ferramenta e como ele modifica a forma como os usuários da rede encontram, pesquisam e interagem com os mais diversos conteúdos em um mesmo site.

Seu grau de importância mudou ao longo dos anos, assim como os conteúdos oferecidos nesse ambiente. “Hoje os portais são entendidos como todo e qualquer site que sirva para entrada de usuários na *world wide web*, a primeira parada a partir da qual os internautas decidem os passos seguintes na rede mundial.” (PINHO, 2003, p. 122).

Os portais dividem-se em dois tipos: os horizontais e verticais. O modo vertical foi concebido em 1999 e é mais atrativo para o usuário que procura conteúdos personalizados. Dessa forma restringe-se o público que visita o site, mas se ganha em aprofundamento, personalização e, conseqüentemente, na fidelização do um nicho específico. Já os portais horizontais agem de maneira oposta, apostando em um conteúdo amplo para atrair cada vez mais nichos e anunciantes de várias áreas do mundo dos negócios.

Além dos portais, que apresentam na maioria das vezes uma compilação de links externos, existem as empresas- jornalísticas ou não- que optam por manter seus próprios sites, garantindo, assim, maior contato com seu público-alvo. Nos dias atuais, a maioria dos segmentos mercadológicos adotou a prática de manter presença no ambiente virtual, pois percebe-se o poder que a internet exerce sobre a sociedade e como ela está presente no dia a dia das pessoas. Pinho (2003) define site como: “Um endereço cuja porta de entrada é sempre sua home page [...] Um dos nós/computadores existentes.” (PINHO, 2003, p.267). O autor também dá alguns exemplos de sites que predominam na web, entre eles: de jornais e revistas impressas, que migraram para a rede mundial, de agências de notícias, noticiosos especializados, de instituições e empresas comerciais.

Diante do incremento do público que tinha acesso à web e observando-se o crescimento das ferramentas que podiam ser usadas online, o rádio começou a aproveitar as potencialidades do meio para se expandir. Pesquisadores datam a experiência online do rádio no Brasil já no ano de 1996, quando ela ainda estava em processo de expansão no país. Esse evento aconteceu em diversos meios de comunicação, qualquer que fosse o objetivo do veículo. A partir dessa conexão entre

plataformas nasceu o que chamamos atualmente de convergência midiática. O estudioso Jenkins (2009, p. 29) explica esse conceito:

Por convergência refiro-me ao fluxo de conteúdos através de múltiplas plataformas de mídia, à cooperação entre múltiplos mercados midiáticos e ao comportamento migratório dos públicos dos meios de comunicação que vão a quase qualquer parte em busca das experiências de entretenimento que desejam.

Portanto, embora muitos estudiosos acreditassem que a internet seria o novo meio que substituiria os então tradicionais, essa conexão representou uma integração que adicionou novos panoramas ao que vinha sendo feito anteriormente, não colocando fim a outras formas de se comunicar, mas, sim, transformando suas funções e status a partir da introdução de novas tecnologias.

A convergência não acontece somente quando há a multimídia entre meios, usando-se apenas aparelhos cada vez mais sofisticados ou complexos, mas depende primeiramente do seu público, que precisa estar disposto a dividir seu tempo e atenção entre os diversos veículos disponíveis. Se esse fato não acontecesse, a convergência não existiria da maneira como a conhecemos atualmente. “A convergência ocorre dentro dos cérebros de consumidores individuais e em suas interações sociais com outros.” (JENKINS, 2009, p. 30).

Por conta desse diálogo cada vez mais interdependente entre as mídias e da necessidade de informação que se tornou crescente entre os consumidores de todas elas, a fidelização de um público ou de uma marca específica se tornou ainda mais necessária, independentemente da plataforma em que esteja instalada ou da possível mudança no formato de seus conteúdos. Com o objetivo de se manter visível diante do seu público de interesse, o meio deve considerar que o tempo é de dar poderes a seu consumidor, seja ele a princípio um espectador, ouvinte ou só mesmo observador. “Na cultura da convergência, todos são participantes- embora os participantes possam ter diferentes graus de status e influência.” (JENKINS, 2009, p.189). Ou seja, no ambiente online todos ganham voz. Isso é possível graças a uma das características mais marcantes da nova mídia, a interatividade. Ainda sobre a relação entre diversas plataformas, o fluxo de conteúdos entre elas é inevitável, segundo Jenkins (2009).

Em sua obra, o autor reforça o papel da convergência principalmente na vida dos adolescentes, que estão mais facilmente imersos em diversas plataformas e tecnologias. Para eles, esse processo ocorre de maneira mais natural, sendo fundamental a ligação entre as mídias. “Um adolescente fazendo a lição de casa pode trabalhar ao mesmo tempo em quatro ou cinco janelas no computador: navegar na internet, ouvir e baixar arquivos MP3, bater papo com amigos, digitar um trabalho e responder e-mails, alternando rapidamente as tarefas.” (JENKINS, 2009, p. 44).

Por isso, quando pensamos em convergência, além dos dispositivos, incluem-se nas mudanças principalmente os agentes humanos por trás de uma mensagem veiculada. Cada um deles possui sua própria cultura que, conforme interage com meios e conteúdos, pode influenciar ou não o que está presenciando e o que está consumindo. “A convergência representa uma transformação cultural, à medida que os consumidores são incentivados a procurar novas informações e fazer conexões em meio a conteúdos de mídia dispersos.” (JENKINS, 2009, p. 29-30).

Ao falar sobre cultura no contexto da convergência, vem à tona outro conceito que envolve o ambiente virtual, o da cibercultura. O termo foi inventado em 1984 por William Gibson no livro *Neuromante*, um romance de ficção em que cibercultura designava o universo das redes digitais como campo de batalha, além de nova fronteira envolvendo economia e cultura (LÉVY, 1999). Longe desse primeiro contato com a palavra, o estudioso de comunicação Lévy (1999) define cibercultura da seguinte forma:

Espaço de comunicação aberto pela interconexão mundial dos computadores e das memórias dos computadores. Essa definição inclui o conjunto dos sistemas de comunicação eletrônicos (aí incluídos os conjuntos de redes hertzianas e eletrônicas clássicas), na medida em que transmitem informações provenientes de fontes digitais ou destinadas à digitalização. (LÉVY, 1999, p.92)

O termo pode ser mais facilmente compreendido como todos os processos culturais que acontecem no ciberespaço, que é constituído tanto de seres humanos quanto de máquinas e programas, não apresentando uma infraestrutura própria e exclusiva. Para complementar, o autor acredita que a cibercultura, levando-se em conta suas tecnologias digitais, ou “infraestruturas do ciberespaço” mudaram a

comunicação, sociabilidade, transação, obtenção de conhecimento, interação, entre outros.

A emergência do ciberespaço diminui a dimensão de totalização, afinal, quanto mais universal, interativo, interconectado, menos se consegue apreender quais são os agentes por trás de uma ação, daí a desconexão entre esses dois fatores. Santaella (2004, p. 40) define ciberespaço como: “Uma realidade multidirecional, artificial ou virtual incorporada a uma rede global, sustentada por computadores que funcionam como meio de geração e acesso” e defende a ideia de que o ciberespaço “[...] é o espaço que se abre quando o usuário conecta-se com a rede.” (SANTAELLA, 2004, p. 45).

Sendo assim, considera-se que o ciberespaço foi se tornando mais vasto e complexo porque cada vez mais pessoas passaram a ter acesso à internet e navegar na rede, criando-se espaços diversos de interação para nichos específicos ou que serviam como ponto de encontro dentro desse espaço virtual: as redes sociais online.

O princípio do conceito de redes sociais inclui os atores, as conexões e a interação (ou laços estabelecidos) entre eles.

O conceito de rede social é focado na descrição e na compreensão das estruturas sociais. [...] Uma rede social, assim, é definida como um conjunto de atores (podendo ser percebidos como pessoas ou instituições) e suas conexões (frequentemente apontadas como os laços sociais que unem os agrupamentos). (RECUERO, 2014, p. 403)

A principal mudança que as redes sociais digitais implicam na sociedade é a “[...] a possibilidade de expressão e sociabilização através das ferramentas de comunicação mediada pelo computador” (RECUERO, 2009, p. 24). Dentro dessas redes sociais também começou a nascer a produção de conteúdo colaborativo, o que se estendeu para os sites que hoje adotam o *feedback* através de comentários, por exemplo. Essa participação do internauta na produção de conteúdos está embasada na tríade: interação, colaboração e criação de conteúdo, segundo Holtz (apud FERRARI, 2010). De acordo com dados da Pesquisa TIC Domicílios e Empresa (2013), mais de 89 milhões de pessoas têm acesso à internet. As redes sociais são preferidas por 77% delas.

Essas redes estão em constante mutação e aperfeiçoamento de acordo com as necessidades daqueles que delas participam. Cada uma guarda sua especificidade, afinal, existem fundamentos e objetivos diferentes entre elas. A intenção é reunir o maior número de pessoas com interesses em comum, assim como acontece com as redes sociais offline.

A partir da interação social mediada pela internet, nasceram os sites de redes sociais, definidos por Recuero como “[...] os espaços utilizados para a expressão das redes sociais na Internet.” (RECUERO, 2009, p.102). Ressalta-se que os sites conhecidos atualmente não são os únicos a seguir esse modelo, assim como essa apropriação não é recente e tende a reproduzir as interações sociais.

Bertolli Filho e Ferreira (2014 apud REBECHI; GONZALES; MACIAL, 2014) exemplificam as funções desses sites baseando-se nas redes sociais difundidas no Brasil atualmente, de acordo com o número de acessos e usuários: o Twitter mostra o que o internauta está fazendo ou pensando; o Facebook tem a função de mostrar o que a pessoa gosta ou não; o Foursquare diz aonde o usuário vai; o Instagram conta como é o lugar onde a pessoa está, a comida que está comendo; o Youtube tem como objetivo mostrar como as ações são feitas, uma espécie de “olhe para mim” e o LinkedIn mostra as habilidades dos usuários.

Apesar de não terem finalidade jornalística, as redes sociais se tornaram norteadores dos conteúdos da mídia, pois os veículos devem levar em consideração o que acontece online. “As redes sociais não têm uma vocação jornalística em essência, mas complementar à prática jornalística.” (RECUERO, 2009, p. 2).

3 PRESENÇA DAS RÁDIOS NA INTERNET

A tecnologia teve um grande impacto sobre o modo de se fazer rádio e as mudanças envolvendo esse veículo não são tão recentes, datando do início da década de 1990. Naquele momento já se começava a substituir os aparelhos analógicos pelos digitais.

A experiência da disponibilização de áudios na internet foi possível graças à tecnologia Real Audio, lançada em 1995. Essa ferramenta possibilitava a divisão de arquivos em pedaços, além de transmitir o som conforme fosse sendo tocado no computador do usuário. Outra possibilidade era o *streaming*, ou seja, transmissão instantânea de dados, podendo esses ser vídeos, sons, entre outros. “Esse sistema de áudio contínuo conferiu à *Web* maior agilidade e facilitou a audição da programação de uma emissora de rádio ao vivo em qualquer parte do mundo.” (DEL BIANCO, 2001, p. 8).

As primeiras rádios brasileiras que começaram a migrar para a rede foram a Rádio Itatiaia, de Minas Gerais, a Jovem Pan e Bandeirantes, ambas sediadas em São Paulo. Em 1996, as quatro maiores rádios jornalísticas de São Paulo (Bandeirantes, CBN, Eldorado e Jovem Pan) já disponibilizavam serviços na Internet (SANCHEZ, 1997 apud SOUZA, 2003).

Em meados de 1997, as rádios estavam praticamente informatizadas por completo, podendo desfrutar das facilidades da conexão na *World Wide Web*, como, por exemplo, o uso de agências de notícias por meio das redes digitais. Em 2000, aconteceu um crescimento significativo no número de portais com canais de áudio e transmissão simultânea de emissoras. Nesse momento, as emissoras já começavam a pensar em um conteúdo personalizado para os usuários da internet

Del Bianco explica a importância da internet para o rádio:

A Internet está integrada à rede local e permeia toda a cadeia produtiva do rádio, desde fase de recolha de informação, seleção, redação, edição e apresentação. Sem dúvida, trouxe rapidez e racionalidade ao fluxo de produção, colaborando para constituir uma estrutura organizativa que garante a efetividade e a padronização de rotinas de trabalho. (DEL BIANCO, 2004, p. 13)

Quando falamos em rádio no ambiente online, destacam-se três modelos colocados pela comunicadora Souza (2003). São eles: Rádio offline, que só tem a intenção de divulgar sua marca, mas não desenvolve conteúdo para publicações online; Rádio online, que pode ou não existir fisicamente, mas também disponibiliza conteúdo, como programação, virtualmente, e as NetRadios, que são exclusivamente virtuais.

Mais especificamente falando sobre as rádios online, objeto de pesquisa deste projeto, elas utilizam a internet como novo suporte para a programação já apresentada. “Trata-se de uma forma de buscar novos públicos que serão agregados ao do mundo não-virtual, principalmente aqueles que estavam inacessíveis por questões geográficas.” (SOUZA, 2003, p. 98).

Quando pensamos em rádio, claramente remetemos ao formato áudio, característica mais importante para o sucesso desse veículo de comunicação. Mas, ao analisar o rádio imerso no universo online, algumas mudanças são percebidas. Embora o áudio ainda possa estar presente, ele não é mais o único recurso disponível e nem sempre aparece em destaque. Mesmo assim, o ouvinte acostumado com sua transmissão analógica não observará perda de identidade ao entrar em contato com o rádio online. Outros recursos adicionais, como textos, fotos, vídeos, gráficos, animações, entre outros, são oferecidos pelo novo suporte, mas não prejudicam o entendimento da mensagem, acrescentando a possibilidade de o internauta poder interagir com o estúdio de gravação ou até mesmo assistir a tudo enquanto o programa está no ar.

A Internet também carrega o recurso da hipertextualidade, sendo assim, o usuário pode escolher o que quer consumir, em que momento e com qual intensidade. Embora existam muitos recursos disponíveis, nenhum deles deve ser usado sem fundamento ou sem a intencionalidade de agregar valor ao conteúdo. Todas as mudanças na configuração do “novo rádio” têm como objetivo proporcionar uma boa experiência para quem visita sua página ou site.

Em 2003, já existiam 301 rádios online, segundo dados levantados por Souza (2003). Del Bianco (2001) acredita que quase todos os meios de comunicação estejam massivamente presentes na *world wide web*: “Quase todos os provedores nacionais e alguns sites de natureza jornalística hoje tem canal de rádio próprio para

veiculação de programação musical, programas jornalísticas ou retransmissão da programação de uma emissora tradicional.” (DEL BIANCO, 2001, p.10).

Para entender um pouco melhor a condição das rádios presentes na internet atualmente, foi feita uma observação empírica sobre algumas emissoras escolhidas de maneira aleatória, chegando até o contexto bauruense, analisando a rádio escolhida para desenvolvimento do projeto (96 FM) e sua principal concorrente dentre as emissoras FM (94 FM).

A Rádio Itatiaia (“a rádio de Minas”, como se denomina) foi uma das primeiras rádios a disponibilizar conteúdo online e ainda mantém seu site. Sua página na *web* dá maior destaque ao esporte, mais precisamente ao futebol, enfatizando campeonatos, tanto regionais quanto nacionais, além de notícias relacionadas. Mas a emissora contempla outras seções, como notícias – que envolvem esporte, jornalismo e arquivo -, programação, promoções, arquivos de áudio completos, blogs e colunas especiais, além da seção para contato. Por meio do site, o ouvinte pode participar da programação de maneira simples e rápida: apenas clicando em uma imagem. O site disponibiliza um serviço *streaming* para que a programação possa ser ouvida em tempo real e ao vivo. De acordo com a programação disponível no site, o conteúdo da rádio varia entre esportes, jornalismo, variedades, política e oração, mas nenhum dos programas tem um conteúdo aprofundado ou personalizado para seu público-alvo na plataforma digital.

A Rádio Jovem Pan FM traz uma proposta de site mais jovem, quando analisadas as notícias, em sua maioria relacionadas à música, ao observar seu layout e cores. Apesar da óbvia predileção por música, levando-se em conta a quantidade e frequência com que assuntos musicais são tratados no site, a rádio apresenta um conteúdo diverso: assuntos como moda, estilo de vida e humor estão presentes. Outras seções disponíveis: “as fresquinhas” (assuntos “quentes” e diversos), “fique por dentro” (notícias em geral), “galerias” (fotos diversas), “música” (sobre notícias do universo musical), “programas” (programação da rádio, incluindo arquivos com os programas completos e outros áudios) e “paradas” (*playlists* especiais). Um dos diferenciais da rádio é o programa “Morning Show”, gravado em vídeo para que os ouvintes possam assisti-lo ao mesmo tempo em que o ouvem na rádio. Outros recursos do site são a disponibilização do *streaming* ao vivo e, além disso, por ter uma abrangência nacional, ela permite que o usuário migre entre as

diversas estações espalhadas pelo Brasil, escolhendo a programação musical que mais lhe agrada. Há também a ligação direta com as redes sociais, incluindo Facebook, Twitter, Instagram, Snapchat e Viber. Isso incentiva a interação com os internautas, que podem pedir suas músicas de diversas maneiras além da tradicional ligação telefônica.

A Rádio Bandeirantes tem um site essencialmente jornalístico, passando por diversos assuntos, apesar de a rádio ser popularmente conhecida por sua cobertura esportiva. Suas seções dividem-se entre notícias, colunistas, fotos, especiais, programação, serviços e comercial. As notícias seguem as editorias política, economia, esporte, saúde e outras notícias. Seu *layout* não é muito atrativo, por trazer cores básicas e caixas de texto pouco diferenciadas, mesmo assim o site possui serviços como *streaming* ao vivo, aplicativo para celular, *podcasts* e integração com redes sociais (somente facebook, no caso). A interatividade fica comprometida devido à forma como os ouvintes e internautas podem entrar em contato. Para isso, eles devem preencher um formulário ou entrar em contato por telefone.

A Rádio Nativa FM figura entre uma das rádios mais ouvidas do Brasil. Seu site traz conteúdos musicais em sua maioria. Além disso, destacam-se as seções programas, programação – ambas possuem pouca diferença em relação ao conteúdo -, locutores, promoções, fotos, vídeos, cinema (programação do cinema da cidade) e canais. A interatividade se faz presente por meio de link direto para as redes sociais (Instagram, Twitter, Facebook e Youtube), além de enquetes e participação do ouvinte por meio do banner “peça sua música”. Eles também oferecem serviços *streaming* com a programação ao vivo, *podcasts* e aplicativo para celular, o que demonstra que a equipe está preocupada em encontrar seu público em múltiplas plataformas.

A Rádio Mix FM é uma das emissoras que traz uma proposta jovem, musical e eclética. Isso fica claro tanto no *layout* de seu site quanto nos conteúdos publicados online. O site traz as seguintes seções: ao vivo, promoções, humor, peça sua música, participe, + mix (conteúdos diversos ligados à programação e à equipe, com disponibilização de *podcasts*, fotos e informações adicionais). Sua página inicial envolve diversas notícias, mas principalmente relacionadas ao universo pop. Sua proposta eclética fica por conta da disponibilização de *playlists* diferenciadas, com

músicas do gênero *indie* e rock, por exemplo. Outro ponto muito famoso entre o público da Mix são as promoções relacionadas a cantores famosos e a oportunidade de levar fãs em show e outros eventos. Deve-se levar em conta a interação via redes sociais, entre elas o Facebook, Instagram e Viber, por isso o engajamento da marca é muito grande.

Sobre a produção radiofônica na cidade de Bauru, uma das rádios de destaque é a Radio 94 FM. Seu site apresenta conteúdo diversificado, abrangendo músicas populares a notícias políticas, por exemplo. Sua programação tem espaço para o jornalismo e no site não é diferente. Apesar disso, o conteúdo tem poucas características de um texto para *web*: ausência de *hiperlinks*, fotos ou outros conteúdos multimídia. Os comentários só podem ser publicados mediante preenchimento de um formulário. O site tem as seções a rádio, comercial, colunistas, blogs, promoções, top 50, pet, galeria e notícias. O único programa da rádio a ter uma seção específica é o Top 50, em que as 50 músicas mais tocadas da semana podem ser ouvidas online. Dentro dessa seção, existem mais informações de programas que contemplam outros gêneros musicais, como o rock.

A interação é levada em conta a partir da presença de links para as redes sociais e espaço “peça sua música”. O contato direto com a equipe é feito mediante preenchimento de formulário ou por telefone. A partir da análise não é possível definir apenas um público-alvo, mas observa-se a tentativa de abranger diversas faixas etárias. Também é oferecido serviço *streaming* para a programação ao vivo.

Segundo a Pesquisa de Opinião Pública aplicada pela Impacto Pesquisas (2009), a Rádio 96 FM é líder da frequência FM em comparação com outras emissoras regionais. A pesquisa mostra que cerca de 17,7% dos ouvintes são jovens de 10 a 19 anos. A rádio mantém um site que mescla notícias em geral e conteúdo musical. Sua página inicial contém vídeos, slider (apresentação de imagens) com as últimas notícias, geralmente do gênero entretenimento, “top hits” (com as músicas mais acessadas), promoções, outras notícias gerais, “top vídeos” (onde os vídeos mais vistos aparecem em destaque), agenda, contato para que o ouvinte-internauta peça sua música, link para redes sociais, enquete e *podcast* com quadros especiais da programação radiofônica. A home page também traz outras informações de contato, fotos dos jornalistas e locutores que integram a equipe e *streaming* para ouvir a programação ao vivo.

Sobre as seções, dividem-se em home (página inicial do site), a rádio (com a história da 96 FM), agenda (com eventos de Bauru e região) e programação (lista de programas veiculados pela emissora, separados por dias e horários). As notícias dentro do site apresentam divisões internas: Bauru, cultura, esportes, geral, música, tecnologia e últimas notícias. Mas, em sua maioria, os conteúdos publicados não apresentam características de multimídia, e grande parte não contém *hiperlinks* ou hipertextos. As imagens são, em sua maioria, pequenas e pouco atrativas. Algumas matérias são complementadas pela adesão de *podcast*, mas essas são raras exceções.

Outro ponto que chama atenção no site é a integração com as redes sociais da marca. Logo na home, o internauta pode ter acesso a todas elas. As redes Twitter, Facebook e Google + são utilizadas para divulgar o conteúdo do site, mas também funcionam como mais uma forma de contato com seu público-alvo. Além de ter a opção de pedir sua música pelo link no site, mediante preenchimento de um pequeno formulário, o internauta pode utilizar suas redes sociais, interagindo com a equipe da rádio de maneira mais fácil e rápida por meio de mensagens ou comentários, por exemplo. Outro recurso utilizado é o WhatsApp, por meio do que o ouvinte pode deixar sua mensagem ou pedir músicas de maneira fácil. A rádio se preocupa com os ouvintes nas plataformas móveis, por isso é disponibilizado um aplicativo para ouvir a programação no celular.

A Pesquisa de opinião pública sobre audiência de rádio (2009) oferece dados que mostram que a audiência da rádio é variada, predominando os ouvintes com faixa etária entre 30 e 49 anos, que somam 43,2%, seguidos dos ouvintes que têm entre 20 e 29 anos (30%). Em menor número estão os ouvintes com 50 anos ou mais, que compõem 9,1% da audiência. Na programação da 96FM são observados programas que tentam levar em conta a preferência de seus ouvintes, como o “Túnel do Tempo” e “Clássicos 96”, reservados para os que gostam de músicas antigas. No entanto, os adolescentes não se incluem na lista de ouvintes que têm conteúdos específicos veiculados. Outro ponto para discussão é a linguagem utilizada no site. Embora o ambiente online apresente a vantagem da personalização a fim de agradar a cada um dos internautas de maneira diferente sem se preocupar com a homogeneização, oposto do que acontece no rádio, nenhuma seção é dedicada a um programa específico, embora a forma de se comunicar com um ouvinte de 50

anos seja diferente da forma de se comunicar com um jovem de 25 anos. Essas diferenças, que já foram percebidas no ambiente radiofônico com a criação de programas específicos para públicos com faixas etárias diferentes, ainda é uma lacuna a ser preenchida no site da emissora. A concorrente 94 FM lida de melhor maneira em relação a isso e já traz em seu site seções especiais para programas específicos, como o “Top 50”, enquanto outros programas têm lugar de destaque com um blog exclusivo, como é o caso do “Geração 94” e do “Ritmo da Manhã”, com a finalidade de aproximar seu público por meio de conteúdos que mais lhes agradam.

Diante da lacuna percebida tanto na programação quanto na falha comunicativa presente no site, a ideia do projeto em questão se torna ainda mais relevante a partir do momento em que olha para certa parcela da audiência e busca alcançar seu público por meio de uma comunicação mais efetiva e eficaz. Propor uma seção dentro do site da 96 FM, exclusiva para o programa Conexão Teen trará, além de outros benefícios a possibilidade de conseguir novos investimentos publicitários voltados para o público adolescente. A seção integrada ao site garante ligação com a marca de uma forma geral, o que não aconteceria caso fosse criado um site à parte. Outra questão é o *streaming* já disponibilizado no site da emissora, que pode levar mais ouvintes–internautas a conhecer o programa proposto.

A justificativa para esse tipo de ação se dá por conta da necessidade dos adolescentes em se sentirem únicos e terem similaridade tanto com o conteúdo apresentado quanto com a linguagem e a equipe por trás do programa. Dessa forma, o adolescente encontraria um “cantinho” personalizado na programação e poderá vir a se tornar ouvinte cativo da emissora. A ideia é propor um jornalismo diferente do que é feito atualmente pela emissora para esse público em especial, buscando usar os conceitos pertinentes ao jornalismo online, como links e recursos em diversos formatos, além de texto, como foto e vídeos, por exemplo. Para isso, além da criação da seção, serão necessárias ações nas redes sociais digitais, locais em que os jovens estão presentes com frequência e o cuidado com o layout da seção para que ela reflita o perfil de 14 a 17 anos, inclusive se utilizando de características de blogs, como a personalidade. O modelo de criação de seções para outros programas específicos também poderia ser pensada de forma a permitir maior eficiência comunicacional.

4 DESCRIÇÃO DO PRODUTO

O produto produzido pela pesquisadora consiste em uma plataforma digital no formato de uma seção proposta para o site da emissora 96 FM da cidade de Bauru servindo como aporte e plataforma multimídia para o programa radiofônico Conexão Teen, desenvolvido pela pesquisadora Juliana Mesquita Santos (2015) em outra frente deste mesmo projeto. A proposta é que o programa seja semanal, às sextas-feiras, com duração de 50 minutos, além dos intervalos. A ideia é que seja transmitido ao vivo, mas com algumas matérias especiais gravadas previamente.

O conteúdo desenvolvido para veiculação online teve como base principal a pesquisa de campo (de caráter exploratório) realizada pela frente de pesquisa da aluna Bruna Ferreira da Silva (2015), que contou com a participação de 87 alunos, com idade entre 14 e 17 anos, sendo 40 do sexo masculino e 47 do sexo feminino do Colégio São Francisco de Assis, na cidade de Bauru.

A partir da pesquisa com adolescentes, foram definidas pautas para o programa radiofônico, levando em conta os assuntos que mais foram citados pelos adolescentes, pois o meio rádio trata o público de maneira homogênea. A partir de então, foram pensadas outras pautas com assuntos e angulações complementares para serem publicadas no site. Como o site abrange não somente os adolescentes que ouvem rádio, foram produzidas pautas com conteúdos exclusivos. Outra diferença da plataforma digital em relação ao programa se dá na possibilidade de produzir um conteúdo personalizado e mais interativo, abrangendo diversos formatos em uma única publicação, como fotos e vídeos.

Os resultados da pesquisa realizada com adolescentes de Bauru foram analisados em profundidade. A partir disso, foram percebidos assuntos que tinham maior ou menor interesse entre eles e, então, foram pensadas pautas e formatos que os agradariam na web, mantendo, assim, o internauta navegando no site e, principalmente, trazendo a possibilidade de que ele tivesse interesse em ouvir o programa radiofônico, afinal, o principal objetivo do projeto em seu todo é levar a audiência do público adolescente para o rádio buscando usar uma plataforma na qual ele está imerso com um produto diferenciado. Assim, respeita-se o fato de que nem todos os internautas se interessarão pelo rádio por diversos motivos, até

mesmo culturais, por isso, pensar em conteúdos independentes do rádio é importante para sucesso do projeto.

Segundo resultados da pesquisa realizada, os adolescentes da cidade consomem em maior número o meio de comunicação Internet e a grande maioria deles – 81% do sexo feminino e 77% do sexo masculino – afirmam acessar a rede mundial todos os dias, várias horas por dia. Um dos principais cuidados na produção tanto do programa radiofônico quanto da página online foi a necessidade de contemplar tanto assuntos que interessassem mais ao sexo feminino quanto ao sexo masculino. O público adolescente masculino às vezes é marginalizado na produção de conteúdos para adolescentes em diversos meios de comunicação haja vista o número de publicações impressas. Por isso, durante a pesquisa, adolescentes de ambos sexos responderam ao questionário. Nas respostas fica claro a diferença de gostos entre os sexos: os programas esportivos, por exemplo, são muito buscados pelos meninos, enquanto um número muito pequeno de meninas opta por eles. Mas foram observadas algumas semelhanças, como a grande procura de ambos por programas musicais na programação radiofônica.

Os conteúdos de interesse entre o público feminino entrevistado é amplamente diversificado, indo de cultura, música e cinema até assuntos policiais. Já entre o público masculino, fica mais clara a preferência por games, esportes, cultura, música e cinema. Sobre os formatos preferidos destacam-se fotos e vídeos, escolhidos pela maioria entre ambos públicos. Para escolha das pautas para o site, além dos conteúdos veiculados no programa radiofônico com o qual esse tem ligação direta, também procurou-se respeitar os interesses dos adolescentes pesquisados, produzindo um conteúdo personalizado e direcionado para o maior número de pessoas possível, mesclando informações musicais, jornalísticas e de entretenimento.

4.1 FORMATO

Antes da definição do formato escolhido para a plataforma digital do programa Conexão Teen, foi feita uma pesquisa sobre as ferramentas disponíveis na Internet, suas especificidades e principais utilizações, cruzando as informações obtidas com a proposta do projeto de forma a selecionar a ferramenta que mais se aproximasse

das preferências do público e do conteúdo que pretendíamos veicular. Após essa pesquisa e também baseando-se na experiência da pesquisadora com o público adolescente, chegou-se à conclusão que a melhor forma seria associar o programa à emissora por meio de uma seção dentro do próprio site da 96FM. Isso garante maior identidade ao programa, uma vez que será entendido como parte integrante da programação e não apenas um programa disperso. Outro motivo é o fato de que o site da 96 FM já é amplamente divulgado e ter uma seção dentro dele poderia significar um possível aumento no número de visitas à seção do programa Conexão Teen. Além disso, a plataforma oferece o *streaming* para ouvir a programação ao vivo, assim nossos ouvintes-internautas poderiam ouvir o programa mesmo sem ter o aparelho rádio por perto e enquanto navegam entre conteúdos extras, enquetes, redes sociais, entre outros.

Para a primeira versão dessa plataforma digital foi pensado em uma seção com algumas características *blogger*, como o *layout* com base Blogger. Isso porque, conforme essa pesquisadora pôde concluir a partir de pesquisa bibliográfica, o blog tem a característica da pessoalidade. Mesmo assim, para preservar a credibilidade, manteve-se o uso de fontes confiáveis na produção de matérias para que não haja dúvidas em relação à confiabilidade das informações disponíveis na plataforma.

Outro ponto levado em consideração foi facilidade de uso da plataforma. A ideia é priorizar a facilidade de acesso, intuitividade de ações em detrimento de um layout complexo. Segundo Pinho (2003, p. 141), a usabilidade “[...] diz respeito a técnicas e processos que ajudam os seres humanos a realizar tarefas em um computador no ambiente gráfico da web.”

Martin (2002 apud PINHO, 2003, p. 141) defende que as principais regras para a usabilidade de um site são: rapidez e confiabilidade. “Na internet, a página deve ser direta e mais rápida do que bonita, mais confiável do que moderna, mais simples do que complexa”, segurança e bons conteúdos, pois “[...] a leitura na tela é cansativa e mais difícil; por isso, reduza e simplifique tudo que for possível no texto on-line.” (MARTIN 2002, apud, PINHO, 2003, p. 141).

Outra informação que levou à escolha do formato foi o resultado da pesquisa com adolescentes de Bauru, que mostrou que, além de redes sociais, blogs (28% das meninas e 13% dos meninos) e sites de notícias (21 % das meninas e 18% dos meninos) estavam entre as preferências de páginas acessadas na rede. Assim,

busca-se a união de uma seção mais pessoal, que teria mais probabilidade de ter melhor assimilação por parte da audiência.

A página conta com as seguintes seções: início, sobre (falando sobre o programa, além de situá-lo na grade de programação), extras (com conteúdos convergentes, multimídia e transmídia relacionados ao programa radiofônico), matérias especiais (seção com outras matérias exclusivas) e notícias (com notícias factuais divididas entre as editorias: cultura e lazer, geral, educação, esporte e entretenimento).

Sendo assim, das características de um blog foram levadas para o projeto a personalidade e o fácil acesso; dos sites de notícias ficaram as características como matérias com fontes especializadas e menus específicos para melhor organização de conteúdo.

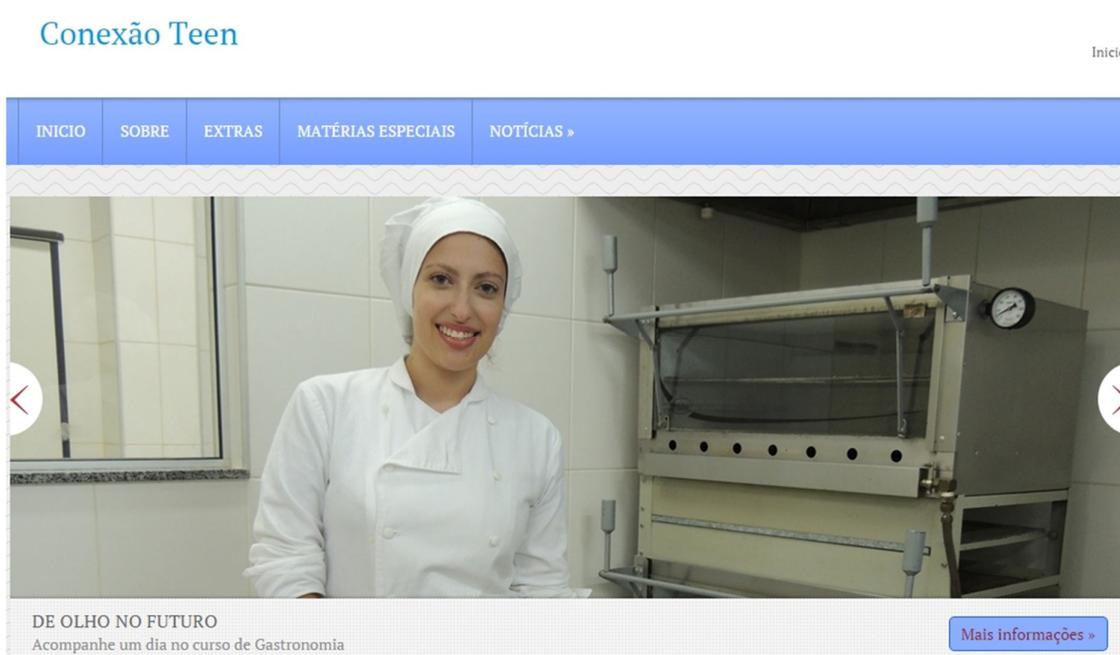


Figura 1: Home Page do site Conexão Teen
Foto: Elaborada pela autora

O contato do internauta com a equipe do programa pode ser feito tanto pelo email disponibilizado quanto pelas redes sociais.

Para apresentação desse conteúdo, foi escolhido o endereço www.conexaoteen.net. Desde maio, a plataforma está sendo constantemente alimentada e atualizada com novas informações e conteúdos, além de realizadas

mudanças gráficas em seu layout para atingir o objetivo de reunir informação com usabilidade que permita assimilação do público-alvo.

4.2 CONTEÚDO

O conteúdo publicado no site varia entre assuntos relacionados ao programa radiofônico especificamente (matérias extras, matérias multi e transmídia, além de matérias relacionadas), matérias exclusivas (independente do conteúdo radiofônico, mas respeitando o gosto do público-alvo) e factuais (assuntos mais importantes da semana, destaques do dia e que sejam de interesse do internauta). Para a veiculação desses conteúdos foram escolhidos diversos formatos além do texto, mais comumente encontrado em sites na web, mesclando fotos, vídeos e *podcast*. Cada um dos formatos foi escolhido de acordo com o que mais seria interessante para a informação que se desejava passar, buscando o “além do áudio” já encontrado no produto radiofônico.

Um dos tipos de conteúdo publicado no site aborda o conteúdo convergente, ou seja, que têm relação com o programa radiofônico e são multimídia, complementares ou transmídia. Utilizando essa integração entre rádio e internet, estão as matérias “Top Artistas”, com os cantores abordados no programa piloto (Ed Sheeran, Projota e Imagine Dragons). No site, ela leva o mesmo nome do quadro musical fixo do programa radiofônico, acrescido do nome do cantor e data de veiculação, mas ao invés de disponibilizar apenas o mesmo conteúdo falado no rádio e uma só música de cada cantor escolhido na semana - no total são três escolhidos por semana - busca-se fazer um texto mais dinâmico utilizando-se de fotos, além de uma *playlist* (lista de músicas) com os maiores sucessos do artista. Esse quadro necessita da participação de ouvintes, que podem enviar sugestões de cantores para as próximas edições do programa. A seção especial sobre games chamada “#Bottuccine”, que conta com a presença de Gustavo Diccine e Matheus Bottura, será disponibilizada na íntegra no site em um formato *podcast* hospedado no site SoundCloud.

Conexão Teen Início

INICIO SOBRE EXTRAS MATÉRIAS ESPECIAIS NOTÍCIAS »

22
mai

Seção de games #BOTTUCCINE. Programa do dia 22 de maio

Mathews Bottura e Gustavo Diccine mandam muito bem quando o assunto é game!

No programa Conexão Teen do dia 22 de maio, os dois deixaram os amantes de jogos por dentro de várias novidades por meio de um papo megadescontraído e divertido.

Perdeu ou quer ouvir de novo? Aqui seu pedido é uma ordem, então, é só dar o play:



Política de Cookies

Recomende isto no Google

Compartilhar: [Facebook](#) [Twitter](#)

Figura 2: Bottuccine
Foto: Elaborada pela autora

Outro quadro que será disponibilizado na íntegra é o “Perfil do Esportista”, que convida um esportista de Bauru ou da região para falar sobre o esporte que pratica e os desafios enfrentados a fim de incentivar os jovens a praticar esportes. Para a edição-piloto foi convidado o campeão de Kung Fu Eric Mendes.

O quadro especial “De Olho no Futuro”, veiculado no programa radiofônico, também ganhou conteúdo complementar no site (conteúdo completo no apêndice A). Enquanto no rádio ela fala sobre o curso de gastronomia, no site foi disponibilizado um vídeo mostrando um dia dos estudantes do curso, além da disponibilização de fotos. O assunto do quadro “Sexo” da edição - piloto são as doenças sexualmente transmissíveis e, como as camisinhas protegem de várias delas, na plataforma digital, há uma matéria tira – dúvidas sobre preservativo.

Outra matéria tem o circo como temática. No rádio, a matéria trata aulas de circo como uma prática de exercício diferente das academias. No site, o ouvinte encontra a entrevista exclusiva e completa com Tatiana Santiago, fundadora da Casa do Circo em Bauru, falando sobre o espaço, os benefícios das aulas de circo, contando sua história e mais detalhes sobre as aulas oferecidas. Há também fotos de uma das aulas de tecido (conteúdo completo no apêndice A). Isso apresenta de maneira mais completa o que foi iniciado no programa radiofônico. O site traz também a programação do cinema da cidade de Bauru, conforme indicado no programa radiofônico. Todas as matérias convergentes da página tentam falar sobre o assunto de maneira que não prejudique o entendimento daqueles que não acompanharam o programa.

A matéria “4 livros para ler antes do ENEM e vestibular” não é complementar a nenhum conteúdo veiculado, mas se assemelha à matéria radiofônica que dá dicas para organização dos estudos. Ela é divulgada pelas apresentadoras do programa como conteúdo extra.

A página do Conexão Teen contempla ainda conteúdos exclusivos para web independentes do programa radiofônico, mas que levam em consideração as preferências do público, pensando em pautas de acordo com assuntos votados na pesquisa realizada em Bauru. A ideia é manter um público que tem potencial para ouvir o programa radiofônico e ainda não o faz, mas também aqueles que não têm interesse em ouvir rádio e só ficarão na web. Entre as pautas de conteúdos exclusivos estão: dicas para economia de água e energia elétrica; matéria sobre comportamento com o tema “eu amo meu corpo”, tentando mostrar a beleza além dos padrões estipulados pela mídia (conteúdo completo no apêndice A). Segundo os pesquisadores Cloutier e Drapeau (2012), a mídia está na posição central na construção da imagem corporal do adolescente. “De fato, ela é uma das fontes mais importantes e influentes de difusão dos padrões de beleza na nossa sociedade.” (CLOUTIER; DRAPEAU, 2012, p. 80).

Sobre relacionamento, foi produzida matéria que aborda o tema namoro à distância. Há ainda o quadro fixo sobre o tema viagem chamado “eu fui” que traz depoimentos de viagens realizadas por adolescentes e suas experiências.

04 jun

Viagem #eufui - Balneário Camboriú

P: Conexão
Teen
matérias especiais, viagem
Sem Comentários



Foto: Odair da Rosa/ Reprodução Flickr

Balneário Camboriú é uma cidade que fica no norte do litoral de Santa Catarina. Lá, os turistas encontram nada menos do que 10 praias, como a da Central, da Laranejeira, do Buraco e a

Figura 3 Matéria sobre viagem
Foto: Elaborada pela autora

Além de matérias frias, ou seja, menos factuais, os adolescentes também terão acesso a notícias factuais no site, sejam elas regionais, nacionais ou internacionais, desde que tenham ligação com o universo adolescente. Elas poderão abranger diversos assuntos e editorias.

Esses são os principais destaques da primeira versão do site, lembrando que podem ser acrescentados outros à medida em que for atualizado, processo feito de maneira contínua.

Outra questão importante que é a interatividade presente no site por meio de enquetes, links para as redes sociais digitais, possibilidade de compartilhamento e recomendação de matérias, além dos comentários, a fim de estimular a participação e o feedback rápido, uma das características que contribuiu para o sucesso da Internet.

As enquetes serão semanais e o primeiro assunto abordado é “você se considera viciado em redes sociais?” com as seguintes alternativas: “sim, muito”;

“um pouco” e “não”. O resultado será falado no programa de rádio da semana em questão e os internautas e ouvintes poderão dar sugestões de assuntos que eles gostariam que estivesse na rede.



Figura 4 Enquete
Foto: Elaborada pela autora

Todas as publicações tentam manter um diálogo com o adolescente por meio de linguagem que remete ao universo adolescente, tentando integrar tanto o sexo feminino quanto o masculino e fazendo com que eles se sintam à vontade com as postagens e assuntos, além de se sentirem acolhidos.

4.3 REDES SOCIAIS

Além da produção de conteúdo para o site, foi necessário levar em conta a participação e importância das redes sociais na vida dos adolescentes de Bauru. Segundo resultados da pesquisa de campo realizada por Da Silva (2015), as redes estão entre os conteúdos mais buscados, tanto pelo sexo masculino quanto pelo feminino: 49% e 57%, respectivamente. Os mais citados por eles foram: Facebook, Twitter, Instagram, Youtube e WhatsApp.

Assim sendo, foram criados perfis para o Conexão Teen nessas redes sociais para que haja maior interação entre público e a equipe do programa, além de manter a marca não só no site ou rádio, mas também buscando uma nova forma para que eles venham conhecer o programa. A ideia é usar as potencialidades de cada uma das redes (fotos, vídeos, textos, contato direto) pensando em uma linguagem que agrade o adolescente para veicular conteúdos referentes ao programa de uma

maneira mais pessoal, inclusive mostrando bastidores ou se utilizando de humor, no caso da publicação de memes, por exemplo. Para os adolescentes, é importante o contato com amigos e esses exercem grande influência sobre seus gostos. “Na adolescência, os amigos são, sem dúvida, o refúgio social extrafamiliar mais influente no plano do desenvolvimento e da adaptação.” (CLOUTIER; DRAPEU, 2012, p. 266). Nesse sentido, as redes sociais constituem uma forma dos adolescentes conhecerem a equipe e bastidores do Conexão Teen a fim de estabelecer afinidades com eles e considerá-los próximos de sua realidade e vivência, o que garante identificação e, conseqüentemente, aproximação. Apesar de a emissora ter participação nas redes, a criação de canais exclusivos para o programa se dá para que haja uma linguagem mais específica e voltada para o público em questão, pensando justamente na familiarização deles e no sucesso do projeto.

As redes potencializam a divulgação de informações e conteúdos tanto do site quanto do programa radiofônico e tem maior potencial de viralização e recomendação entre eles. Além disso, elas constituem uma forma de feedback muito mais rápida e simples do que o envio de um formulário com dados para a equipe do programa com dúvidas ou sugestões. Levando em conta a presença das redes na vida dos adolescentes, analisa-se que essa maneira de divulgação e interação é mais eficiente comunicacionalmente.

No caso do WhatsApp, uma rede social de troca de mensagens instantâneas já muito difundida em diversas emissoras do país e utilizada na programação da 96 FM de Bauru, os ouvintes podem pedir suas músicas, fazer comentários e enviar críticas ou sugestões em tempo real enquanto conversam com os amigos.



Figura 5: Divulgação do WhatsApp do Conexão Teen na home do site
Foto: Elaborada pela autora

O Twitter tem a limitação de mensagens com no máximo 140 caracteres, o que pode ser considerado pouco para a publicação de uma notícia completa. Mas um dos seus potenciais comunicativos está no uso das *hashtags* (ou #), que constituem uma nova forma de busca e ponte para o site. Para o programa radiofônico, a equipe instituiu “#conexaoteen” para que os ouvintes-internautas enviassem suas sugestões em quadros específicos que necessitam da participação do ouvinte ou até mesmo para um canal direto.



Figura 6 Perfil do Conexão Teen no Twitter
Foto: Elaborada pela autora

Em relação ao Facebook, por ter um número ilimitado de caracteres, será utilizado para compartilhamento de matérias, vídeos, textos, entre outros, promovendo claramente a interatividade por meio dos botões “curtir”, “comentar” e “compartilhar”. De acordo com o engajamento das publicações, da mensuração de alcance e resultados, é possível entender quais conteúdos agradam mais ou menos os ouvintes.



Figura 7 Perfil do Conexão Teen no Facebook
Foto: Elaborada pela autora

O Instagram é uma rede de compartilhamento de fotos e vídeos de no máximo 15 segundos, portanto o objetivo da conta do Conexão Teen nessa rede social é o compartilhamento de imagens dos bastidores, convidados, entre outros pertinentes.

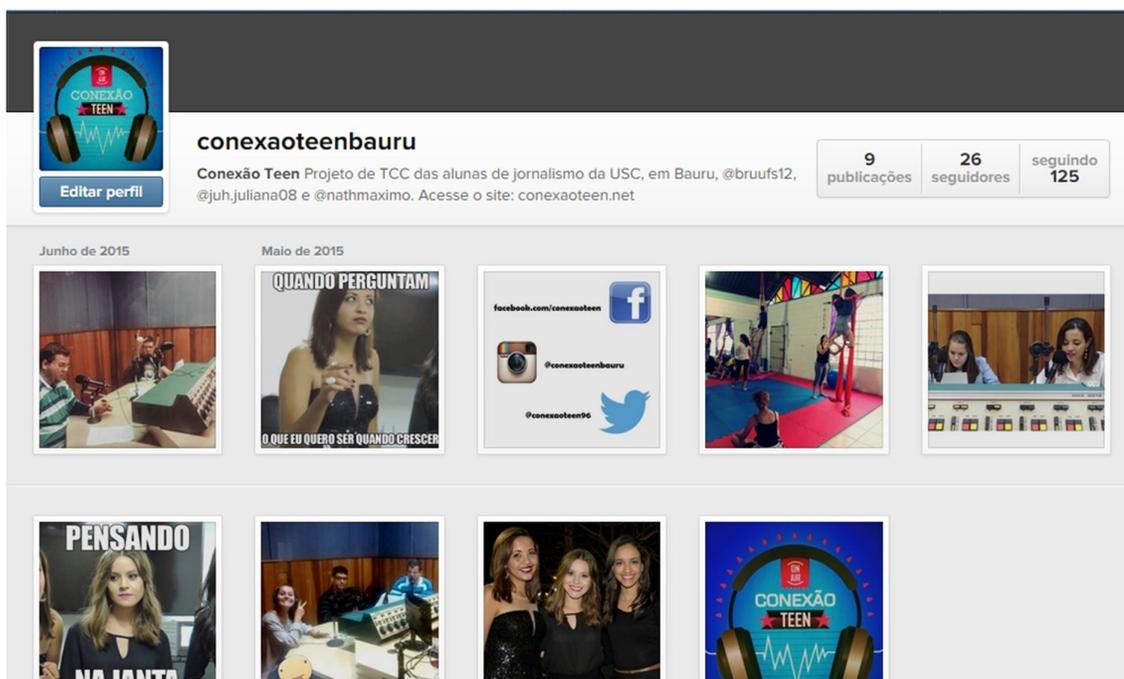
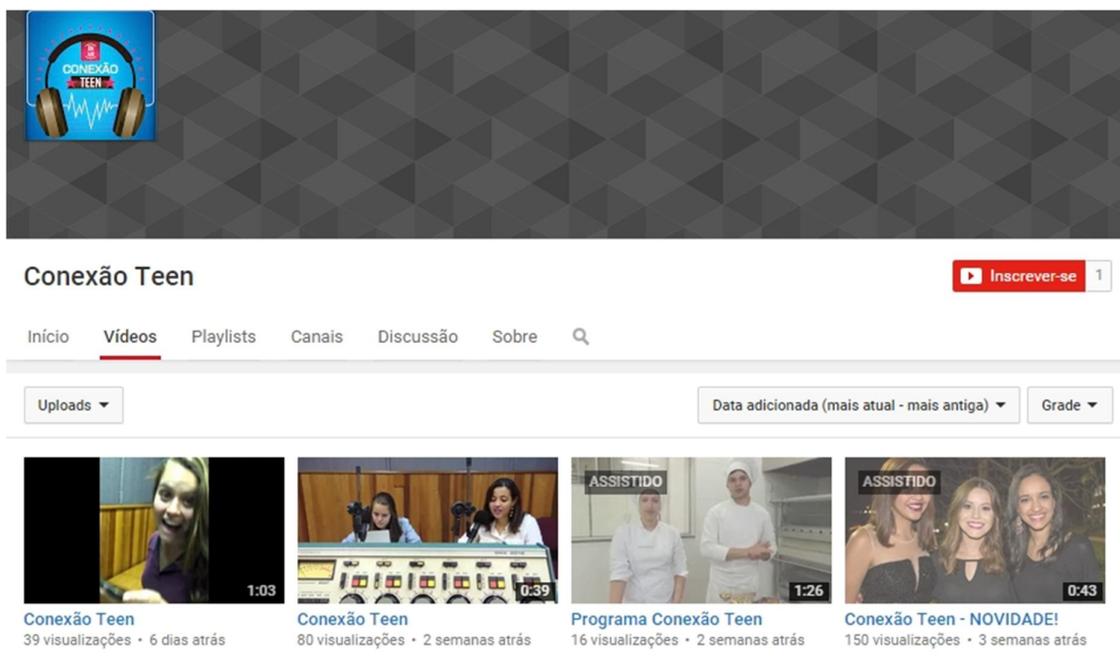


Figura 8 Perfil do Conexão Teen no Instagram
Foto: Elaborada pela autora

Em relação ao Youtube, esse será utilizado como plataforma de vídeos que vão desde teasers, que são pequenos trechos do programa a fim de provocar a curiosidade do ouvinte, com os principais assuntos tratados no programa da semana, até vídeos de bastidores, matérias complementares, entre outros.



The image shows the YouTube channel page for 'Conexão Teen'. At the top left is a profile picture featuring a blue background with a white waveform and the text 'CONEXÃO TEEN'. The channel name 'Conexão Teen' is displayed in a large, bold font. To the right of the name is a red 'Inscrever-se' (Subscribe) button with a white play icon and the number '1'. Below the channel name are navigation tabs: 'Início', 'Vídeos', 'Playlists', 'Canais', 'Discussão', and 'Sobre', with 'Vídeos' being the active tab. A search icon is also present. Below the navigation is a filter bar with 'Uploads' selected. To the right of the filter bar are two dropdown menus: 'Data adicionada (mais atual - mais antiga)' and 'Grade'. The main content area displays four video thumbnails. Each thumbnail includes a video player preview, a title, and view/engagement statistics. The first video is titled 'Conexão Teen' with 39 views and is 6 days old. The second is also 'Conexão Teen' with 80 views and is 2 weeks old. The third is 'Programa Conexão Teen' with 16 views and is 2 weeks old. The fourth is 'Conexão Teen - NOVIDADE!' with 150 views and is 3 weeks old. The thumbnails for the last two videos have a black box with the word 'ASSISTIDO' (Watched) in white.

Conexão Teen Inscrever-se 1

Início **Vídeos** Playlists Canais Discussão Sobre 🔍

Uploads ▾ Data adicionada (mais atual - mais antiga) ▾ Grade ▾

Conexão Teen
39 visualizações • 6 dias atrás

Conexão Teen
80 visualizações • 2 semanas atrás

Programa Conexão Teen
16 visualizações • 2 semanas atrás

Conexão Teen - NOVIDADE!
150 visualizações • 3 semanas atrás

Figura 9 Perfil do Conexão Teen no Youtube
Foto: Elaborada pela autora

5 CONSIDERAÇÕES

A partir da pesquisa bibliográfica sobre a história da Internet, sua evolução, papel na sociedade e, mais tecnicamente, sobre suas ferramentas, além do estudo das redes sociais e cibercultura, visou-se criar um site, que mais tarde viria a se tornar uma seção para o site da emissora 96 FM, que fosse aporte, além de porta principal para disponibilização de conteúdos multimídia e transmídia em consonância com o programa radiofônico Conexão Teen, proposto para a mesma emissora, e tendo o adolescente da cidade de Bauru como público-alvo. A proposta inclui ainda conteúdos exclusivos e independentes do programa de rádio.

Além da pesquisa bibliográfica, foi realizada, em outra frente do projeto, uma pesquisa de campo com os adolescentes da cidade, para delimitar assuntos de interesse, conhecer os gostos e as relações dos mesmos com as mais diversas mídias.

A análise dos resultados permitiu que fossem produzidas pautas, tanto para o programa radiofônico quanto para a página na web, que estivessem em consonância com o que é de interesse da audiência, contribuindo, assim, para a eficiência do projeto.

A produção do projeto Conexão Teen permitiu um contato maior com o público adolescente, sendo esse pouco explorado na programação radiofônica da cidade e, conseqüentemente, em sites relacionados a ela, embora, conforme revelou a pesquisa, eles passem muitas horas do seu dia acessando a rede mundial de computadores

Pensar em conteúdos que interajam em plataformas distintas é um dos desafios enfrentados por comunicadores na atualidade, afinal, vivemos em um ambiente de constante mudança em que as novas tecnologias ainda parecem ser barreiras para muitos veículos de comunicação. Mesmo assim, essas alterações no fazer jornalístico não podem ser ignoradas, uma vez que a convergência é uma realidade e potencializar seus canais de comunicação com o leitor, usuário ou ouvinte é necessário. O público adolescente é exigente, conectado e, por terem crescido em meio à tecnologia, dominam melhor as ferramentas disponíveis na Internet do que outras faixas etárias. Por isso, a produção de conteúdo para eles é

uma tarefa que exige esforços, principalmente a fim de prender sua atenção em meio a redes sociais, ofertas de informação constante e aparelhos mobile.

Sendo assim, o estudo do público proporcionou uma oportunidade de pensar em estratégias que viriam ao encontro das necessidades, tanto do sexo feminino quanto do masculino. Ao perceber, por exemplo, que esses jovens passavam muito tempo nas redes sociais, foi proposta a criação de redes exclusivas para o programa, trabalhando outros meios de fidelizar o público à marca. Além disso, pensou-se em uma linguagem que fizesse parte do universo teen com a intenção de promover a familiarização dos adolescentes com os conteúdos que estavam consumindo, trabalhando ainda mais a interação, tanto no âmbito equipe - internauta, quando entre o meio rádio e Internet. Sendo assim, acredita-se na possibilidade de integrar o adolescente estudado entre as plataformas digital e radiofônica, já que ele terá conteúdos que lhe interessam tanto em um meio quanto no outro. Mesmo assim, acredita-se que alguns jovens se limitarão ao meio digital por conta da facilidade de acesso e dos conteúdos trabalhados nela.

Buscou-se produzir conteúdos diferentes para o público, respeitando tanto aqueles que ouviriam o programa e acessariam a plataforma digital da marca, quanto aqueles que não se interessariam pelo programa radiofônico e, então, poderiam desfrutar de um conteúdo interessante e independente. A ideia foi não prejudicar o entendimento dos internautas que teriam contato com aquele conteúdo pela primeira vez na plataforma digital. Em relação ao resultado da pesquisa aplicada em outra frente deste projeto, observou-se uma receptividade grande tanto em relação ao meio digital quanto radiofônico, o que poderia significar o sucesso do projeto, que visou uma comunicação diferenciada para os jovens da cidade de Bauru que ainda não tinham esse espaço. Nesse sentido, os objetivos produzir uma plataforma digital para o programa radiofônico Conexão Teen, pesquisa bibliográfica e desenvolvimento de conteúdos em vários formatos foram atingidos.

O desenvolvimento do projeto possibilitou um contato maior da pesquisadora com questões práticas e teóricas que envolvem a Internet e, principalmente o modo de fazer jornalístico para um nicho muito específico que são os adolescentes bauruenses. Por meio da elaboração do projeto, a pesquisadora entrou em contato com várias fases da produção jornalística para o meio digital: elaboração de pautas, matérias, publicação, divulgação nas redes sociais, montagem de vídeos, edição de

áudios, entre outros, o que significa um maior preparo profissional maior. Além disso, foi possível colocar em prática grande parte dos conteúdos estudados ao longo do curso de Jornalismo.

Pensando nos ganhos para a comunicação radiofônica bauruense, acredita-se que trabalhar uma comunicação direcionada para o público adolescente pode significar um crescimento de ouvintes dessa faixa etária, o que garantiria um aumento no número de anunciantes, entre outros. Para isso, a plataforma digital se mostra grande potencializadora e as redes sociais se tornam grandes fontes de divulgação, isso tudo resultando no ganho de ouvintes-internautas, cada vez mais engajados em determinado meio e publicações.

Especificamente para o meio digital, utilizar as potencialidades da rede por meio de um conteúdo direcionado e personalizado traz ganhos para o veículo que dele se utiliza. As emissoras de rádio que usam o ambiente digital, em sua maioria, ainda não conhecem as características da rede e muitas vezes não produzem conteúdos adequados, tratando sua audiência de maneira homogênea e pouco personalizada, o que acarreta na perda de público. Sendo assim, o projeto colabora para essa mudança no ambiente virtual de uma emissora de rádio de Bauru. Mas, para tal projeto seriam necessárias contratações de programadores, designs e jornalísticas que cuidariam de diversas etapas na produção de conteúdo digital, já que para que ele tenha qualidade é preciso trabalho em equipe.

REFERÊNCIAS

BRASIL. Instituto Brasileiro de Opinião Pública e Estatística. IBOPE Mídia. Gerações Y e Z: Juventude digital. Disponível em: <http://www4.ibope.com.br/download/geracoes%20_y_e_z_divulgacao.pdf>. Acesso em: 13 abr. 2015.

CASTELLS, Manuel. **A galáxia da Internet**: reflexões sobre internet, negócios e sociedade. Lisboa: Fundação Calouste Gulbenkian, 2004.

CERETTA, Simone; FROEMMING, Lurdes. Geração Z: Compreendendo os hábitos de consumo da geração emergente. **Revista Eletrônica do Mestrado em Administração da Universidade Potiguar**, Natal, v. 3, n. 2, p. 15-24, abr./set. 2015. Disponível em: <<https://repositorio.unp.br/index.php/raunp/article/view/70/91>>. Acesso em: 14abr. 2015.

CLOUTIER, Richard; DRAPEAU, Sylvie. **Psicologia da adolescência**. Petrópolis: Vozes, 2012.

DA SILVA, Bruna Ferreira. **O consumo de mídia pelos adolescentes de 14 a 18 anos – um estudo da cidade de Bauru**. 2015. 54f. Trabalho de conclusão de curso (Graduação em Jornalismo) – Universidade Sagrado Coração, Bauru, 2015.

DEL BIANCO, Nélia. Atuação do Conselho Consultivo do Rádio Digital: em busca de um formato de digitalização adequado à realidade brasileira. In: CONGRESSO BRASILEIRO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO, 36., 2013, Manaus. **Resumos...** São Paulo: Intercom, 2013. Disponível em: <<http://www.intercom.org.br/papers/nacionais/2013/resumos/R8-0062-1.pdf>>. Acesso em: 4abr. 2015

DEL BIANCO, Nélia. O som da notícia nas teias da rede. In: CONGRESSO BRASILEIRO DE COMUNICAÇÃO, 24., 2001, Campo Grande. **Anais...** São Paulo: Intercom, 2013. Disponível em: <<http://www.portcom.intercom.org.br/pdfs/80203423370901436337800664385516733285.pdf>> Acesso em: 17 maio 2015.

DEL BIANCO, Nélia. Radiojornalismo em Mutação na Era Digital. In: ENCONTRO DOS NÚCLEOS DE PESQUISA DA INTERCOM., 4., 2004, Porto Alegre. **Anais...** São Paulo: Intercom, 2013. Disponível em: <<http://www.portcom.intercom.org.br/pdfs/93547990338816167875365087967327564175.pdf>>. Acesso em: 25abr. 2015.

DIZARD JUNIOR, Wilson. **A nova média**: a comunica o de massa na era da informa o. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2000.

DUARTE, Jorge; BARROS, Ant nio. **Métodos e técnicas de pesquisa em comunica o**. São Paulo: Atlas, 2010.

FERRARI, Pollyana. **A força da mídia social**. São Paulo: Factash, 2010.

_____. **Jornalismo digital**. São Paulo: Contexto, 2010.

FERRARETTO, Luiz Artur. **Rádio: teoria e prática**. São Paulo: Summus, 2014.

GRUPO BANDEIRANTES. **Rádio Bandeirantes**, [2015?]. Disponível em: <<http://radiobandeirantes.band.uol.com.br/>>. Acesso em: 21 maio 2015.

GRUPO DIÁRIOS ASSOCIADOS. **Nativa FM**, c2000-2009. Disponível em: <<http://www.nativa.fm/>>. Acesso em: 21 maio 2015.

GRUPO MIX DE COMUNICAÇÃO. **Rede Mix de Rádio**, c2014. Disponível em: <<http://mixfm.com.br/>>. Acesso em: 21 maio 2015.

JENKINS, Henry. **Cultura da convergência**. São Paulo: Aleph, 2009.

KOCHHANN, Roscéli; FREIRE, Marcelo; LOPEZ, Debora. Rádio: convergência tecnológica e a evolução dos dispositivos. In: ENCONTRO NACIONAL DE HISTÓRIA DA MÍDIA, 8., 2011, Guarapuava. **Anais...**Paraná: Universidade Federal do Rio Grande do Sul, 2011.

LEMOS, André; PALACIOS, Marcos. **Janelas do ciberespaço: comunicação e cibercultura**. Porto Alegre: Sulina, 2001.

LEVY, Pierre. **Cibercultura**. São Paulo: 34, 1999.

LEVY, Pierre; LEMOS, André. **O futuro da Internet**. São Paulo: Paulus, 2010.

MOHERDAUI, Luciana. **Guia de estilo Web: produção e edição de notícias on-line**. 3. ed. São Paulo: Senac, 2007.

O USO da Internet por adolescentes. **Unicef**, 2013. Disponível em: <http://www.unicef.org/brazil/pt/br_uso_internet_adolescentes.pdf> Acesso em 13abr. 2015.

PESQUISA brasileira de mídia. **Blog do Planalto**, 2015. Disponível em: <<http://pt.slideshare.net/BlogDoPlanalto/livro-2015-ok-3-2>>. Acesso em 17mar. 2015

PESQUISA de opinião pública sobre audiência de rádio. Impacto Pesquisas, 2009.

PINHO, J. B. **Jornalismo na Internet: planejamento e produção da informação on-line**. São Paulo: Summus, 2003.

RÁDIO 94 FM BAURU. **94 FM**, 2015. [2015?]. Disponível em: <<http://94fm.com.br/>>. Acesso em: 21 maio 2015.

RÁDIO 96 FM BAURU. **96 FM Bauru**, 2015. [2015?]. Disponível em: <<http://www.96fmbauru.com.br/>>. Acesso em: 22 maio 2015.

REBECHI JR, Arlindo; GONZALES, Lucilene dos Santos; MACIEL, Suely. **A linguagem das mídias na era da convergência**. São Paulo: Cultura Acadêmica, 2004.

RECUERO, Raquel. **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: 08 maio 2015.

RECUERO, Raquel. **Redes Sociais na Internet, Difusão de Informação e Jornalismo: Elementos para discussão**. **Raquel Recuero**, [2009?]. Disponível em <<http://www.raquelrecuero.com/artigos/artigoredesjornalismorecuero.pdf>> Acesso em 20 maio 2015.

REDE ITATIAIA. Itatiaia: a rádio de Minas, c.2012. Disponível em: <<http://www.itatiaia.com.br/>>. Acesso em: 21 maio 2015.

REDE JOVEM PAN FM. **Jovem Pan FM**, [2015?]. Disponível em: <<http://jovempnfm.bol.uol.com.br/>>. Acesso em: 20 maio 2015.

SANTAELLA, Lúcia. Da cultura das mídias à cibercultura: o advento do pós-humano. **Revista FAMECOS**, Porto Alegre, n. 22, dez. 2003. Disponível em: <<http://www.revistas.univciencia.org/index.php/famecos/article/viewFile/229/174>>. Acesso em: 17 maio 2015.

SANTAELLA, Lucia. **Navegar no ciberespaço**. São Paulo: Palus, 2004.

SANTOS, Juliana Mesquita. **Conexão Teen: um programa radiofônico para o público adolescente de Bauru**. 2015. 76f. Trabalho de conclusão de curso (Graduação em Jornalismo) – Universidade Sagrado Coração, Bauru, 2015.

SANTOS, Wandressa Puga dos; TEIXEIRA, Wellington. Tendências Psicossociais e de Consumo da Geração Z e as Influências dos “nativos digitais” na Comunicação Organizacional. In: CONGRESSO INTERNACIONAL DE COMUNICAÇÃO E CONSUMO, 3., 2013, São Paulo. **Anais...** São Paulo: Comunicon, 2013. Disponível em: <http://www.espm.br/download/Anais_Comunicon_2013/comunicon_2013/gts/gtdez/GT10_SANTOS_LISBOA.pdf>. Acesso em: 12 maio 2015.

SOUZA, Lígia Maria. O rádio que caiu na rede. **Revista USP**, São Paulo, n. 56, p. 92-99, dez./fev. 2003. Disponível em: <<http://www.usp.br/revistausp/56/12-ligia.pdf>>. Acesso em: 17 maio 2015.

TAPSCOTT, Don. **Geração digital: a crescente e irreversível ascensão da geração net**. São Paulo: Makron Book, 1999.

TIC Kids Online Brasil 2013. **Comitê Gestor da Internet no Brasil**, 2013. Disponível

em: <<http://www.cgi.br/media/docs/publicacoes/2/tic-kids-online-2013.pdf>>. Acesso em: 13abr. 2015.

TIC Domicílios e Empresas 2013. **Comitê Gestor da Internet no Brasil**, 2013.

Disponível em:

<http://www.cetic.br/media/docs/publicacoes/2/TIC_DOM_EMP_2013_livro_eletronico.pdf>. Acesso em: 15 maio 2015.

VAMOS conhecer o Brasil, nosso povo, famílias e domicílios. **Instituto Brasileiro de Pesquisa e Estatística**, 2010. Disponível em: <<http://7a12.ibge.gov.br/vamos-conhecer-o-brasil/nosso-povo/familias-e-domicilios>>. Acesso em: 21abr. 2015.

VILCHES, Lorenzo. **A migração digital**. São Paulo: Loyola, 2003.

APÊNDICE A – PRINCIPAIS MATÉRIAS DA PRIMEIRA VERSÃO DO SITE CONEXÃO TEEN

23
mai

P. Conexão

Teen

extra

Sem

Comentarios

De olho no futuro: Um dia no curso de gastronomia

A adolescência é aquela fase em que as dúvidas sobre qual profissão seguir não param de pipocar na nossa cabeça.

São tantas opções disponíveis e muita responsabilidade. Não tem como não sentir um medinho, né?

Se você curte cozinhar ou acha os realitys como "Master Chef" um máximo, na certa já deve ter pensado em fazer gastronomia.

Nesse curso, além de cozinhar, você também aprende noções de biologia, gestão de RH, técnicas, organização de eventos, cuidados sanitários e muito mais. Por conta dessa diversidade, o gastrônomo tem um mercado muito amplo. Então, fica sussa porque trabalho não vai faltar!

Acompanhamos um dia no curso de gastronomia da Universidade Sagrado Coração, em Bauru, e a data escolhida foi bem especial: dia de receber visitas. O clima era de festa e, para mostrar que mandam muito bem no forno e fogão, eles cozinham várias delícias da cozinha mediterrânea.

Dá só uma olhada nos bastidores do evento:



Ah, se desse para sentir o cheiro pela internet, né?

Além de gostar da cozinhar (e de comer), o profissional dessa área deve estar ligado em novidades, saber como gerir pessoas, entender da origem e conservação dos alimentos, entre outras especificidades. Também não pode faltar criatividade e jogo de cintura!



Um dia no curso de gastronomia

Foto: Nathalia Faria

 Recomende isto no Google

Compartilhar:  Facebook  Twitter

23
maí

P: Conexão

Teen

extra

Sem

Comentários

Entrevista com Tatiana Santiago, fundadora da Casa do Circo em Bauru

Já pensou em fazer aulas de circo? Essa é uma das alternativas para quem ama artes circenses e quer sair do sedentarismo, mas não é lá muito fã de academia.

Em Bauru, quem estiver interessado em aprender mais sobre trapézio, tecido e outras atividades relacionadas a esse universo pode procurar a **Casa do Circo**. Lá, a descontração é uma das presenças confirmadíssimas!

A fundadora do espaço é a **Tatiana Santiago**. Ela sempre foi ligada em exercícios e se apaixonou pelo circo quando tinha 19 anos. A repórter Nathalia Faria acompanhou uma tarde da aula de tecido e ainda bateu um papo bem legal com a Tatiana.

A entrevista completa você confere agora. É só dar o play:



Sabe o que é melhor? A professora garante: qualquer um pode fazer as aulas. Basta disposição!

Serviço:

Ficou com gostinho de quero mais? A Casa do Circo fica na Rua Romildo Brunhari, 1-30. Para saber de todas as novidades, fique de olho na [fanpage](#)



M t f g+1 Recomende isto no Google

Compartilhar: [Facebook](#) [Twitter](#)

22
mai

"Top Artistas" com Imagine Dragons - programa do dia 22 de maio

P. Conexão

Teen

extra

Sem

Comentarios

Se você ama a música "Radioactive", com certeza já deve conhecer ao menos um pouquinho sobre a Imagine Dragons!



Fotos: Reprodução/ Instagram

A banda de indie rock formada por Dan Reynolds, Daniel Wayne Sermon, Daniel Platzman e Ben McKee nasceu em Las Vegas em 2008. Os caras lançaram os primeiros EPs em 2010 e um ano depois já estavam fazendo sucesso no mundo todo com a música "It's Time".

Depois de passarem pelo Brasil no Lollapalooza 2014, eles voltaram ao país em abril deste ano com uma apresentação em São Paulo. E a galera curtiu muuuito!

[+Playlist especial Ed Sheeran](#)

[+Playlist especial Projota](#)

Quer ouvir os maiores sucessos da banda? Se liga na nossa playlist especial:



Recomende isto no Google

Compartilhar: [Facebook](#) [Twitter](#)

22
mai

"Top Artistas" com Projota - programa do dia 22 de maio

P: Conexão
Teen
extra
Sem
Comentários

Foto: Reprodução/ Instagram

Projota é o nome artístico usado por José Tiago Sabino Pereira. O cara é cantor de rap, produtor musical e ainda compõe músicas que são lições de vida.

No início da carreira, ele era conhecido por JT. Mais tarde, veio o nome pelo qual é conhecido atualmente: "Pro", de profissionalismo e "jota", inicial do seu nome de batismo.

Desde de 2006, o cantor já se destacava em batalhas de MCs e compôs várias canções de sucesso, com destaque para "Cobertor", um dueto com a funkeira Anitta e "O Homem Que Não Tinha Nada", que conta com a participação da cantora Negra Li.

Sua letras falam de problemas sociais, amor, experiências vividas e não faltam palavras de romantismo e motivação.

Atualmente, a música "Elas Gostam Assim" está na trilha sonora da novela da Rede Globo "I Love Paraisópolis."

[+Playlist especial Imagine Dragons](#)

[+Quer mais música? Ouça nossa playlist especial Ed Sheeran](#)

Está a fim de curtir mais um pouco o trabalho do Projota? Se liga nessa playlist:

PLAYLIST | 1 / 10 Projota - O Homem Que Não Tinha Nada (Part. Negra Li) - Videoclipe O...



22
maí

"Top Artistas" com Ed Sheeran - programa do dia 22 de maio

P: Conexão

Teen

extra

Sem

Comentários

Você pode até não conhecer o Edward Christopher Sheeran, mas com certeza já deve ter ouvido falar do **Ed Sheeran**, cantor britânico de apenas 24 anos que está fazendo o maior sucesso ao redor do mundo.

[+Playlist especial Imagine Dragons](#)

[+Playlist especial Projota](#)

Sua música **"Thinking Out Loud"** é um dos temas principais da novela da Rede Globo **"I Love Paraisópolis"**.



Foto: Reprodução/Instagram

Ed lançou seu primeiro EP em 2011 e naquela época já chamou atenção de nomes como Elton John e Jamie Foxx. Que honra!

Desde então, é um hit atrás do outro, além de várias parcerias. O ruivo já compôs com a One Direction ("Little Things") e Taylor Swift ("Everything Has Changed"), além de Pharrell Williams ("Sing").

Em abril, o astro passou pelo Brasil fazendo apresentações em São Paulo e no Rio de Janeiro. A procura pelos ingressos foi tão grande, que ele teve que fazer shows extra em cada uma das cidades.

O diferencial de Ed Sheeran está na voz incrível, nas composições e, principalmente, no fato dele tocar inúmeros instrumentos musicais, dispensando, inclusive, a banda em seus shows.

Curte Ed Sheeran? Separamos uma playlist com os maiores sucessos da carreira do britânico:



22
mai

Tire suas dúvidas sobre camisinha

P: Conexão
Teen
extra
Sem
Comentários

Que **camisinha** é superimportante, disso não resta a menor dúvida, né? Esse é o método mais eficaz para evitar gravidez indesejada, além de sérias doenças sexualmente transmissíveis (DSTs) como a Aids, entre outras.

+Saiba mais sobre a evolução da AIDS no Brasil

Com saúde não se brinca, galera! Por isso, conversamos com a ginecologista Dr. Mariana Halla e esclarecemos algumas dúvidas sobre o uso do preservativo. Depois dessa matéria, não existe mais desculpa para não usar a camisinha!



Foto: Divulgação

“Camisinha é tudo igual?”

“Não, temos camisinha masculina e feminina, podem ser de látex ou poliuretano para as pessoas com alergia ao látex. Disponíveis nos tamanhos P, M, G e GG. Podem ser mais finas ou com texturas, com sabores, espermicidas ou até anestésicos que podem retardar a ejaculação!”

“Aqueles camisinhas que dizem ser mais finas podem estourar com mais facilidade na hora da transa?”

“São mais finas, mas se usadas corretamente vão conferir proteção eficiente.”

“A gente pode comer aquelas camisinhas com sabor?”

“Não. Elas podem ser usadas para sexo oral, são favorizadas com sabor menta, morango, chocolate, etc. Mas não são comestíveis.”





Foto: Reprodução

“É verdade que existe camisinha feminina? Como ela é usada?”

“Sim, consiste em uma camisinha maior, que recobre toda vagina e colo uterino, deve ser colocada antes do início da relação sexual.”

+Saiba como colocar a camisinha feminina

“Mesmo usando camisinha, eu posso engravidar ou pegar outras doenças?”

“Algumas doenças como HPV podem ser transmitidas mesmo com o preservativo, embora seja mais difícil. Mas ele protege contra as principais doenças sexualmente transmissíveis (DSTs), como Sífilis, Gonorréia, Clamídia, HIV e Hepatite B e C. A gestação acontece apenas se não usar a camisinha corretamente, como colocá-la após início do sexo, ou acontecer algum acidente, como perfuração durante o uso.”

“Camisinha tem data de validade?”

“Tem sim e deve sempre ser verificada! Evite guardá-las em locais muito quentes que podem diminuir a durabilidade do produto.”

“Dá pra usar duas camisinhas de uma vez só? Isso me deixaria mais protegido?”

“Não, seguro é usa-la da forma correta!”

“É mesmo necessário usar durante o sexo oral e anal?”

“Sempre, pois existe a transmissão das DST mesmo sem a penetração vaginal.”

“Posso usar a camisinha mais de uma vez?”

“Nunca! Isso aumenta o risco de contaminações e gestações indesejadas. Também nunca se deve ter sexo anal e depois vaginal com a mesma camisinha, isso leva bactérias para dentro da vagina, causando corrimentos e até infecções mais graves. Sempre troque o preservativo após sexo anal.”

Recomende isto no Google

Compartilhar: [Facebook](#) [Twitter](#)

22
mai

4 Livros para ler antes do ENEM e vestibular

P. Conexão
Teen
extra
Sem
Comentários

Foto: FreePik

Depois de ficar sabendo o [valor da inscrição do ENEM](#), chegou a hora de focar ainda mais nos estudos e ficar por dentro dos livros OBRIGATÓRIOS que podem cair durante a prova.

Não sabe nada sobre isso? A gente facilita a sua vida e apresenta 4 livros que podem ser pedidos durante a avaliação:

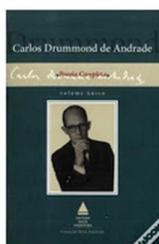


Agosto - De Rubem Fonseca

O livro tem como pano de fundo o suicídio de Getúlio Vargas, em 24 de agosto de 1954. A obra é uma mistura de ficção e realidade e conta a história do assassinato de um empresário e as investigações sobre o crime levam a suspeitos relacionados ao Presidente e ligadas à crise política do país.

Por que é importante? O livro analisa os conflitos políticos e sociais do Brasil na década de 50 e tem grandes chances de aparecer na prova de

Ciências Humanas.



Poesia completa - De Carlos Drummond de Andrade

A possui dos poemas inéditos do autor e, segundo seus netos, ele não queria que houvesse esta publicação. A obra traz os poemas em ordem cronológica.

Por que é importante? Poemas são ótimos para treinar a interpretação e vocabulário. Sem contar que os versos estão entre os mais frequentes nas provas do ENEM.



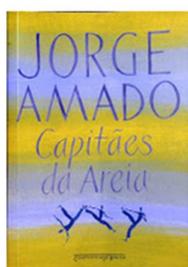
A Hora da Estrela - De Clarice Lispector



A Hora da Estrela - De Clarice Lispector

A obra narra a história de Macabéa, uma moça que sai do interior do nordeste para tentar a vida no Rio de Janeiro. O livro mostra todas as dificuldades e desamparos sofridos por tantas pessoas.

Por que é importante? A história fala sobre dois assuntos importantes para o vestibular: migração e ditadura (o romance se passa nesse período). Sem contar que ela também trata sobre temas psicológicos.



Capitães da Areia - De Jorge Amado

O livro conta a história de um grupo de jovens abandonados que aterrorizam a cidade de Salvador, os Capitães da Areia, que são liderados por Pedro Bala. A história mostra a vida violenta que eles levam e os sonhos das crianças marginalizadas.

Por que é importante? A obra trata a infância e os meninos abandonados, falando sob a perspectiva social e não policial.





 Recomende isto no Google

Compartilhar: [Facebook](#) [Twitter](#)

05
jun

Dicas para economizar energia

P. Conexão

Teen

materias

especiais

Sem

Comentarios

Em tempos de crise a regra é economizar!

Se você ajuda a deixar as luzes de casa desligadas e maneira no uso do secador de cabelo, por exemplo, o bolso dos seus pais agradece e, quem sabe, não sobra dinheiro para aquela viagem em família.

A economia em casa também depende de você! Separamos algumas dicas e, para segui-las, você só vai precisar mudar um pouco seus hábitos. Quer ver?



Foto: FreePik

Economizando energia

Você sabia que a conta de energia elétrica agora é cobrada de maneira diferente? O preço passou a seguir uma "bandeira", que vai desde verde (que significa que o Brasil está produzindo muito e não estamos correndo risco de racionamento) até vermelha (que mostra que geral deve ficar alerta e economizar).

Se você gasta menos, além de dar uma força na conta de luz no fim do mês, ainda ajuda o país e o meio ambiente.

[+Saiba outras formas de economizar](#)

Dicas

- Chuveiro:

Dicas

- Chuveiro:

Segundo informações da CPFL, um dos itens que mais gasta energia elétrica é o chuveiro. Principalmente nos dias mais frios, que é quando todo mundo um banho quentinho e bem demorado. Ele pode representar até 35% do valor da conta! Por isso, a dica é: demore apenas o tempo necessário no banho e, sempre que possível, mude a válvula de temperatura e, ao invés de pelando-de-quente, opte pela temperatura pela morna.

- Lâmpadas:

A CPFL conta que até 25% do valor da conta de energia vem da iluminação de casa. Para acabar com o desperdício, a dica é bem simples. É só evitar ligar as luzes durante o dia e sempre desligar a luz ao deixar um cômodo.

- Equipamentos elétricos:

Passar o dia todo na frente da televisão e do computador é bom. Mas, esses equipamentos colaboram - e muito - para que a conta venha mais alta no fim do mês. Por isso, tire esses equipamentos da tomada sempre que não estiver usando e não durma com a TV ligada.

- Geladeira:

Quem nunca abriu a geladeira mesmo sem saber o que ia pegar, só para pensar na vida? Toda vez que abrimos esse eletrodoméstico, ele gasta ainda mais energia. Abra a geladeira somente quando for necessário e, sempre que o fizer, pegue todos os alimentos de uma única vez.

Agora que você já sabe como economizar, dá até para puxar a orelha do pessoal de casa de vez em quando.

 [Recomende isto no Google](#)

Compartilhar: [Facebook](#) [Twitter](#)

04
jun

Viagem #eufui - Balneário Camboriú

P: Conexão

Teen

materias

especiais,

viagem

Sem

Comentarios



Foto: Odair da Rosa/ Reprodução Flickr

Balneário Camboriú é uma cidade que fica no norte do litoral de Santa Catarina. Lá, os turistas encontram nada menos do que 10 praias, como a da Central, da Laranejeira, do Buraco e a badalada praia do Estaleirinho.

Mas nem só de praia vive o Balneário! Outros passeis também fazem a cabeça da galera que passa por lá, como é o exemplo do rolê de teleférico e a trilha do Pico da Pedra, um lugar cheio de história.

[+Saiba mais sobre Balneário Camboriú](#)

Quem já passou alguns dias na cidade é a estudante de Engenharia Ambiental Izabella Olher. Agora, ela conta o que achou dessa viagem:



Vista do teleférico/ Foto: Arquivo pessoal

"Em 2010, quando tinha 15 anos, eu e mais duas amigas fomos com os avós de uma delas para



Foto: Iza e a amiga se tornaram parceiras dos piratas //Foto: Arquivo pessoal

Visitamos o shopping e passamos várias tardes na praia, que é um pouco diferente das praias do Estado de São Paulo, tanto no aspecto da areia quanto nas várias algas que a gente consegue ver no mar. Nos divertimos muito.

Pegamos um dia com chuva e a cidade ficou com vários pontos de alagamento. Esse foi o momento mais tenso da viagem.

Eu recomendo super! É um lugar que vale a pena conhecer. Gostei da cidade, que tem bastante passeios e lá as pessoas te tratam muito bem."

 [Recomende isto no Google](#)

Compartilhar: [Facebook](#) [Twitter](#)

04
jun

Namoro à distância: casais mostram que pode dar certo, sim!

P:Conexão
Teen
materias
especiais
Sem
Comentarios

O amor não mede a distância. Às vezes acontece do coração começar a bater mais forte por alguém que mora longe. Aí começa o drama: será que vale a pena levar o relacionamento adiante? E o pior: será que daria certo?

A equipe do **Conexão Teen** conversou com alguns casais que falaram sobre os benefícios do namoro à distância e provaram que namorar com alguém que mora longe dá certo, sim! #Inspiração!



Joyce Colombo mora em Bauru e seu namorado Rafael Dias em Limeira, ou seja, 220 quilômetros separam o casal. O relacionamento começou por conversas no Facebook e eles já estão juntos há 11 meses.

A estudante de arquitetura acha que ficar longe do namô até que faz bem: “Pelo fato de nos vermos pouco, a vontade de se ver aumenta, e isso é sempre uma viagem, uma preparação, coração acelerado, não é aquela rotina dos namoros convencionais. Evitamos brigar quando estamos juntos porque são momentos únicos e muito esperados”,

afirma.

Quem também está na onda do namoro à distância é o Matheus José Prestes. Ele conheceu seu parceiro por meio da internet e hoje estão juntos há nove meses. A distância que divide os dois é de 200 quilômetros, mas isso não impede que eles se vejam, pelo menos, uma vez por semana. “Como estudo em Bauru, muitas vezes nos encontramos por lá. Quando isso não é possível, vamos alternando as visitas um ao outro, mas sempre conservando a frequência semanal, onde passamos um dia completo juntos”, conta o estudante.

Será que Matheus prefere **namorar à distância**? A resposta é sim e não. Ele explica: “a relação à distância tem pontos positivos, pois ela se enriquece muito no diálogo. Não é apenas a atração física, mas o interesse pelo conteúdo da outra pessoa, algo que possa cativar e a cada reencontro é uma explosão de sentimento e saudade. Talvez, esse seja também o ponto negativo, pois muitas vezes, não é tão simples contar com aquele abraço acolhedor, ou, contar com o apoio ‘rápido’ da pessoa que você ama, dada essa distância.”



Quem também contou sobre seu namoro à distância foi a professora de inglês Ana Romani. Ela namora há um ano e o casal se vê todos os finais de semana e feriados prolongados.

Apesar do ciúme, a professora acredita que o **namoro à distância tem suas vantagens**. “Já namorei com pessoas da mesma cidade que eu, mas nunca deu certo. Namoro à distância é gostoso, pois conversamos todos os dias por mensagem ou na internet e ficamos com aquele frio na barriga, aquela ansiedade para que chegue logo o fim de semana

para fazer as coisas que gostamos juntos. Aproveitamos mais o tempo, sem brigas ou discussões bobas”, finaliza.

Recomende isto no Google

Compartilhar: [Facebook](#) [Twitter](#)

jun

P: Conexão

Teen

materiais

especiais

Sem

comentários

"Eu amo meu corpo": conheça histórias de pessoas que se aceitam e dão um basta no preconceito

Como já dizia a cantora Meghan Trainor na sua música "All About That Bass": "Eu sou mais do tipo violão, não flauta. Não visto 38, mas posso rebolar, rebolar, como devo fazer".

Quem disse que todos precisam ser modelos de revista para serem felizes? Apesar de a sociedade atual tentar impor esse padrão de beleza, principalmente para as mulheres, muita gente não está nem aí para o que a mídia diz.

No mundo em que se preza pela magreza como corpo perfeito, ainda existem pessoas que se amam do jeitinho que são. É o caso da estudante de letras, Grasielle da Cruz:



"A minha vida toda sempre fui gorda. Quando era pequena me sentia mal por ter apelidos como gorda e baleia, mas hoje vejo que isso só me crescer, já não ligo para o que as pessoas dizem. Eu só quero ser eu mesma, sem nenhum padrão. Quando seguimos algo diferente que não é imposto pela mídia, as pessoas olham e perguntam o porquê. Porque somos felizes assim"

Quem também não deixa a "peteca cair" é a estudante Karen Parra. Com seu vestuário gg assumido, ela se ama e se aceita do jeito que é. E tudo isso ela agradece aos seus pais.



"Eu acho que tenho essa autoestima elevada porque meus pais sempre me incentivaram. Lógico que falam para eu manejar e tal, mas nunca me colocam para baixo. É isso que faz as pessoas serem infelizes. Elas enfiam na cabeça que têm que ser magras e altas como modelo. Eu penso que não existe um padrão correto. O padrão para mim é ser feliz e se aceitar".

Bacana o pensamento da Karen, né, gente?

Se vocês acham que as inspirações acabaram por aí, estão enganados. A também estudante de letras Marcela Malta fala de como foi a aceitação do seu corpo.



"A vida toda eu ouvi coisas como: 'Você tem um rosto lindo, porque não emagrece?' E isso martelava na minha cabeça. Fiz dieta, emagreci, mas continuava não sendo aceita. Foi então que finalmente, lá pelos meus 20 anos, eu entendi que não adiantava mudar meu corpo, mudar quem eu era. As pessoas que gostavam de mim de verdade não se importavam com isso. Parei as dietas, arrumei meu primeiro namorado sério e resolvi me entregar pra vida. Fiz amigos, namorei, tive uma vida ativa e meu corpo passou a ser um complemento de quem eu era, e não mais um empecilho à minha felicidade. Cuido dele, faço caminhadas pra me manter saudável, danço, tento sempre estar ativa"

Porém, o mais importante para Marcela é gostar do que vê em frente ao espelho.

"Hoje quando olho no espelho tenho orgulho de quem eu sou, gosto de ser diferente e me sinto

Porém, o mais importante para Marcela é gostar do que vê em frente ao espelho.

“Hoje quando olho no espelho tenho orgulho de quem eu sou, gosto de ser diferente e me sinto bem por não ser escrava de um padrão de beleza que muitas vezes destrói a vida das pessoas. Não são os outros quem devem ditar as regras de quem você deve ser. Você é aquilo que é, se orgulhe disso. Se ame em primeiro lugar, porque a vida é linda e cheia de surpresas pra quem se entrega a ela de corpo aberto!”

Fotos: Arquivo Pessoal

     Recomende isto no Google

Compartilhar:  Facebook  Twitter