

O potencial das ferramentas multimídia em ambiente de convergência:

Um estudo de caso do site da Rádio BandNews FM

Debora Cristina Lopez*

Marcelo Freire**

Artigo recebido em:
18 de outubro de 2009

Aprovado em:
7 de maio de 2010

Resumo: O presente artigo analisa a utilização da multimídia e das ferramentas de interatividade na emissora *all news* BandNews FM e seu site. No ambiente de convergência em que os dois veículos se inserem, a utilização das potencialidades de cada suporte pode trazer grandes vantagens tanto para rádio quanto para o site. Vamos aqui observar, em dois momentos, a utilização do áudio na construção do discurso multimídia publicado on-line e como as ferramentas de interatividade típicas do *webjornalismo* são utilizadas pela rádio. A opção por uma amostra de agosto de 2007 e outra de outubro de 2008 pode permitir analisarmos se houve uma evolução em relação aos usos observados.

Palavras-chave: *Convergência; interatividade; multimidialidade; radiojornalismo; webjornalismo.*

The potential of multimedia tools in an environment of convergence: A case study of the Rádio BandNews FM's site

Abstract: The present paper analyzes the use of multimedia and interactive tools in the all news Band News FM radio and their *website*. In the converged environment in which the two vehicles operate, the use of the potentials of each medium can bring great benefits to both, radio and *website*. We are going to observe, in two occasions, the use of audio in multimedia discourse and interactive tools, typically used in on-line journalism, applied to the radio. The choice of a sample of August 2007 and October 2008 could allow us to analyse the progress in the application of interactive tools.

Keywords: *Convergence; interactivity; broadcasting; webjournalism.*

* Professora Assistente do curso de Jornalismo e coordenadora do curso de Relações Públicas - ênfase em Multimídia da UFSM/Cesnors. É doutoranda em Comunicação e Cultura Contemporâneas pela Faculdade de Comunicação da Universidade Federal da Bahia, mestre em Letras pela Universidade Estadual do Oeste do Paraná e graduada em Comunicação Social – Jornalismo pela Universidade Estadual de Ponta Grossa.

deboralopezfreire@gmail.com

** Professor da Universidade Federal de Santa Maria, doutorando e mestre em Comunicação e Cultura Contemporâneas pela Facom/UFBA, graduado em Jornalismo pelo Centro Universitário da Bahia - FIB.

marcelofreire@gmail.com

O presente artigo pretende, por meio dos estudos de convergência e jornalismo on-line, analisar o uso das ferramentas multimídia e dos potenciais da internet pelo site de emissoras de rádio. Para essa primeira aproximação do objeto, analisamos a página da Rádio BandNews FM, uma emissora *all news* brasileira, de abrangência nacional, criada em 2005. Desde seu surgimento, a rádio disponibiliza informações em seu site (www.bandnewsfm.com.br) e, com o passar dos anos, aumentou as ferramentas apresentadas nele, que variam entre conteúdo estático e dinâmico, distribuídos nas editoriais e seções que apresentaremos mais adiante, no momento de análise.

Para compreender como se estrutura o site e de que forma ele potencializa as ferramentas e possibilidades da *web*, discutiremos o ambiente em que se insere a emissora – a convergência –, as características da internet e do jornalismo on-line – fundamentalmente a multimedialidade e a interatividade –, além de buscarmos conhecer a evolução da emissora para, desta forma, podermos analisar o conteúdo de seu site.

Metodologicamente optamos por analisar a página da Rádio BandNews FM em dois momentos: em agosto de 2007 e dezembro de 2008. Desta forma, é possível compreender como se dá a evolução do uso das ferramentas disponíveis para o jornalismo na rede a partir da sedimentação da emissora, que se propõe a trabalhar principalmente com o *hard news*, no mercado da comunicação.

A emissora

A rádio BandNews FM foi criada no dia 20 de maio de 2005. Parte do grupo Bandeirantes, a emissora foi inserida em uma rede de rádio que já contava com a Rádio Bandeirantes AM, com tradição na produção jornalística em São Paulo. O grupo tem como veículo de comunicação principal a TV Band, em rede aberta. No total, é composto por duas redes de televisão aberta (Band, Rede 21); três canais de televisão por assinatura (BandNews, BandSports, TV Terraviva); seis redes de rádios (Band FM, Nativa FM, Rádio Bandeirantes, BandNews FM, Rádio Sul América Trânsito, Mitsubishi FM); um jornal de classificados (Primeiramão); uma distribuidora de sinal e conteúdo a cabo (Rede Cidade); um selo musical (Band Music) e a maior plataforma de interatividade do Brasil, o Alô Band (GRUPO, s/d). Entre as emissoras de rádio está a BandNews FM, que é a primeira emissora radiofônica *all news* do grupo. Hoje, com quase quatro anos de existência, a rede conta com oito emissoras. As primeiras a serem criadas foram em São Paulo, Belo Horizonte, Rio de Janeiro e Porto Alegre. No dia 08 de agosto do mesmo ano entrou no ar a afiliada de Salvador, em 02 de janeiro de 2006 a de Curitiba e em 19 de junho chegaram a Brasília. Para os próximos anos tem planos de expansão de suas afiliadas para Recife, Fortaleza e Florianópolis. Com esta estrutura, atende hoje a 227 cidades (REDE, s/d). Segundo o site da emissora, uma de suas características centrais é a prestação de serviços e a abertura de espaço para o debate político.

As principais coberturas realizadas pela emissora nesse período envolvem,

entre outros casos: os acidentes com os aviões da GOL (em 2006) e da TAM (em 2007); as Olimpíadas 2008; as eleições presidenciais em 2006 e para os governos estaduais em 2008; a crise financeira mundial ainda em 2008 e as disputas de automobilismo – com destaque, aqui, para as transmissões das corridas, fato raro no rádio brasileiro.

Em seus quase quatro anos de existência, a rádio BandNews FM conquistou os seguintes prêmios: Prêmio Mídia do Ano na categoria rádio da Associação Brasileira de Comunicação Empresarial em 2008; Veículo Eletrônico de 2006 regional São Paulo eleito pelo Prêmio Colunista; Prêmio Comunique-se para Ricardo Boechat na categoria âncora do rádio; “Destaque de Marketing 2005”, pela Associação Brasileira de Marketing e Negócios (ABMN); “Lançamento do Ano 2005”, na 19ª edição do Prêmio Veículos de Comunicação da Editora Referência; Prêmio Antônio Gonzalez, na 47ª edição do Prêmio ARI de Jornalismo (Associação Riograndense de Imprensa); Grande Prêmio da Crítica 2005 da APCA – Associação Paulista dos Críticos de Arte, pela coluna “Quadrante”, do colunista Paulo Autran; 5ª rádio mais admirada do país, na enquête coordenada pela Troiano Consultoria de Marca e realizada pelo Meio & Mensagem On-line, dirigida ao mercado publicitário (QUEM SOMOS, s/d).

Convergência

Atualmente a comunicação de massa e o jornalismo estão inseridos em um contexto de ambientes tecnológicos, integração de mídias e de procedimentos de ação nas empresas. García Avilés *et al* (2007) acreditam que esse processo se fortaleceu ainda nos anos 90, com a difusão cada vez maior de tecnologias aplicadas ao jornalismo e à comunicação. Entretanto, os autores ressaltam que iniciativas de convergência das mais variadas classificações já se estabeleciam anteriormente, desde a década de 1970 (GARCÍA AVILÉS *et al*, 2007).

Ferraretto (2007) acredita que o radiojornalismo passou a ser afetado mais intensamente por esse processo de convergência na década de 1990. Isso porque foi nesse momento que duas inovações tecnológicas fundamentais para a configuração das rotinas do radiojornalismo foram instituídas: o uso do telefone celular e da internet como fonte e como suporte para a informação. Não se trata da primeira grande inovação tecnológica do rádio – e que reflete diretamente no jornalismo realizado para esse veículo – mas sim das mais recentes e que permitiram maior mobilidade e alterações no fazer jornalístico que ele apresenta. Antes desse período, dois marcos se mostram como fundamentais para a configuração do rádio: a transistorização, que propiciou portabilidade ao meio de comunicação; e o surgimento de emissoras em FM, que atribuiu um novo caráter ao rádio, uma renovação de identidade que ele demandava devido ao surgimento e fortalecimento da televisão, que levava, gradualmente, os anunciantes do rádio e assumia seu papel de principal meio de informação do público.

Muitos discutiam, nesse período e até mesmo depois disso, que a televisão acabaria com o rádio (FERRARETTO, 2001; 2007). Entretanto, como se observa hoje, o rádio tem se difundido, principalmente devido às relações

estabelecidas no cotidiano das grandes cidades, em que o homem tem passado mais tempo fora de casa, em transporte coletivo ou individual, e, com isso, tem tido maior acesso à produção radiofônica, seja ela jornalística, musical ou de entretenimento. “Pesquisa realizada pela DataFolha em 1998 mostrou que grande maioria dos motoristas de São Paulo tem rádio no carro (84%), e quase metade deles (47%) estava ouvindo alguma emissora quando foi entrevistado” (DEL BIANCO, s/d, p. 02). A pesquisadora ressalta ainda que, com esses números compõe-se, somente em São Paulo, um público estimado de mais de 762 mil ouvindo rádio em seus automóveis. “Trata-se de um público nada desprezível”, ressalta a autora.

Uma das tendências para atender a esse mercado, segundo Marangoni, é a informação no rádio. Nesse momento, emissoras de conteúdo *all news*¹ podem obter vantagem por tratarem, primordialmente, com informações de interesse público e de utilidade pública, afetando diretamente o cotidiano do ouvinte (MARANGONI, 1999) e, dessa forma, atendendo a essa demanda gerada pelo cotidiano de cidades de médio a grande porte do país. Hoje, no Brasil, existem poucas emissoras atuando em sistema *all news*. A pioneira foi a Central Brasileira de Notícias (CBN), pertencente ao grupo Globo. Além dela, existem também a Rádio Gaúcha (RS), Rádio Eldorado AM (SP), Rádio Jovem Pan (SP) e Rádio Band News FM (SP). Para desenvolver o presente estudo, optamos pela emissora Band News FM como *corpus* de análise, especificamente no uso que se faz da internet como suporte para a informação da emissora e como ferramenta de interação entre o público e os jornalistas. Assim, será discutida de maneira breve a relação entre o jornalismo e a tecnologia no radiojornalismo contemporâneo. Seu contexto, sua evolução e o papel das tecnologias da comunicação e da informação nesse processo compõem o pano de fundo para que possamos compreender como é que se estabelece o uso da *web* em algumas das rotinas do jornalismo de rádio em uma das emissoras *all news* do Brasil.

Convergência é uma das palavras do momento. Ao pensar em empresas de comunicação e grupos de produção de informação, pesquisadores e comunicadores, cada um em sua perspectiva e com densidade de abordagem distinta, como explicam García Avilés et al (2007), afirmam ser impossível compreender hoje o ambiente comunicacional sem considerar a existência desse fenômeno. Para Lawson-Borders (apud CORRÊA, 2007, p. 04) a convergência poderia ser compreendida como “um conjunto de possibilidades decorrentes da cooperação entre meios impressos e eletrônicos na distribuição de conteúdos multimídia por meio do uso de computadores e da internet”. Embora esse conceito não possa ser visto como homogêneo ou considerado aceito pelos pesquisadores e comunicadores em geral, pode ser visto como um ponto de partida. Isso porque, segundo Corrêa, ao tratar de computadores e internet, a autora amplia sua abordagem além da rede mundial, e passa a considerar toda a informação mediada ou desenvolvida a partir de computadores, principalmen-

**Como se observa
hoje, o rádio tem
se difundido,
principalmente
devido às relações
estabelecidas nas
grandes cidades**

¹ “Prestar serviços através das ondas de rádio durante vinte e quatro horas por dia era a proposta. Primeiro começou com música e notícia, mas logo acabou se transformando só em informação” (MARANGONI, 1999, p. 3).

te quando ligados em rede, como indicativos de convergência.

Mas os conceitos não são unânimes. Como afirmam García Avilés *et al* (2007), eles começaram a ser discutidos nos finais da década de 70 e até hoje não se chegou a um consenso sobre o que efetivamente seria convergência. Os autores ressaltam que normalmente a abordagem acadêmica desse fenômeno é mais complexificada, trazendo distintas classificações e distinções, como veremos a seguir. Já a abordagem de comunicadores e profissionais, em contraposição aos pesquisadores, trata, fundamentalmente, da abordagem tecnológica e seus reflexos imediatos na rotina de produção do jornalismo.

É importante observar, entretanto, que a convergência pode – e deve – ser considerada uma abordagem a qualquer meio de comunicação e suas consequências para o fazer jornalístico nesses veículos, inclusive no que concerne à comunicação radiofônica. Cebrián Herreros (2001) lembra que não devemos mais observar a radiodifusão sonora de maneira singular, mas sob uma perspectiva pluralista. Isso porque tecnologicamente a cada dia novas possibilidades de difusão de informação surgem e renovam a relação entre informação, comunicador e público, como é o caso dos sistemas de transmissão digital, da inserção do rádio na internet, da transmissão de informações via dispositivos móveis e on-line. “No caso do rádio, por intermédio da internet, pode estar presente em tecnologias como a telefonia celular ou *palm tops*, através de tecnologias WI-FI e GPRS e possibilitar uma programação em escala planetária”. (CUNHA, 2005, p. 02). Ferraretto (2007) acredita ser essa uma busca do rádio, nessa configuração aliada às tecnologias, por múltiplas formas de interação entre homem e máquina. Esta pluralidade, no entanto, não deve ser considerada somente a partir da perspectiva tecnológica, mas também de suas consequências para o sistema de radiodifusão como um todo. Como afirma Ferraretto (2007, p. 05)

Passam a englobar experiências em nível comunitário, nas emissoras locais de curtíssimo alcance, e mesmo quase personalizada, nas *web radios*, *podcastings* ou serviços de música por estilo em provedores de internet, alternativas que se mesclam também entre si, tudo, de certo modo, afirmando uma espécie de a cada ouvinte a sua própria estação de rádio.

Trata-se da necessidade de, a partir da inserção das tecnologias da informação e da comunicação no cotidiano da radiodifusão sonora, rever o fazer comunicacional em rádio e as relações por ele estabelecidas, gerando uma demanda por uma perspectiva mais ampla dessas mesmas relações.

A diversidade de compreensões do que seria a convergência em empresas de comunicação se segue até hoje. Para Corrêa (2007) existe uma necessidade de considerar metodologicamente variáveis tecnológicas, estratégicas, organizacionais, comunicacionais e narrativas. Somente assim seria possível, através de um contexto amplo, compreender como se dá a integração, por exemplo, entre redações e a troca de conteúdo com adaptações de acordo com o veículo de comunicação, além de possibilitar a definição de qual o veículo de comunicação de um grupo merece abordagem mais complexa de uma determinada

informação de acordo com a demanda apresentada pelo público dos veículos específicos. Corrêa relembra ainda a abordagem de Leah Lievrouw e Sonia Livingstone, segundo os quais as novas mídias envolvem “aparatos tecnológicos, as práticas comunicativas que se constituem em tais aparatos, e os contextos sociais e as instituições que se apropriam de tais práticas.” (CORRÊA, 2007, p. 05)

Características do webjornalismo

O jornalismo na *web* está inserido em um ambiente comunicacional que possibilita a produção de um texto específico, explorando todas as potencialidades da rede. Para redação em mídia digital (cf. CANAVILHAS, 2001) são consideradas, por estudiosos do *webjornalismo* como Bardoel e Deuze (s/d), as seguintes propriedades: interatividade, customização de conteúdo, hipertextualidade e multimídia, que permitem o uso das inovações proporcionadas pela internet. Palacios (2002) acrescenta outras três: Memória, Instantaneidade e Supressão dos limites de espaço e tempo.

Algumas das características da *web* são oriundas de outros meios, mas são potencializadas na rede mundial de computadores; outras surgiram com a Internet. A interatividade é uma das que passaram por essa reconfiguração. Diferente da participação de leitores através de cartas, ouvintes ou telespectadores por telefone, na rede, ela é considerada capacidade de atuação do leitor no fazer jornalístico (cf. BARDOEL E DEUZE, s/d). Essa participação é vista em diferentes níveis por diversos autores. Para Machado e Palacios (1997), a simples navegação no hipertexto já configura uma situação de interação. André Lemos (1997, p. 01) considera, além desta interatividade “como uma ação dialógica entre o homem e a técnica”, que pode se dar com o hipertexto, outras duas, com a máquina e com outras pessoas. Na mesma linha, Luciana Mielniczuk (2003) considera a interatividade não como um processo estanque, mas processos integrados, que ela denomina de multi-interativos. A autora destaca que o email é a forma mais simples e usual de participação do leitor e que os fóruns, outra opção de fácil gerenciamento e implantação, têm ganhado espaço nos noticiosos digitais. Para Canavilhas (2001), a notícia é apenas o passo inicial para o processo jornalístico na *web*, que pressupõe a participação do leitor como decisiva:

No *webjornalismo*, a notícia deve ser encarada como o princípio de algo e não um fim em si própria. Deve funcionar apenas como o “tiro de partida” para uma discussão com os leitores. Para além da introdução de diferentes pontos de vista enriquecer a notícia, um maior número de comentários corresponde a um maior número de visitas, o que é apreciado pelos leitores. (CANAVILHAS, 2001)

Ao contrário de André Lemos, os pesquisadores Elias Machado e Luciana Mielniczuk consideram o simples clique como interatividade e aprofundam a ênfase na participação dos leitores, dada por Canavilhas. Lev Manovich (2001)

discute a participação do leitor e retoma com uma abordagem diferenciada a distinção feita por André Lemos (1997) entre interação e interatividade. Manovich considera apertar botões e escolher *links* com uma ação psicológica de interação. Para ele, os processos de formação de hipóteses, memória ou identificação que demandam a compreensão de um texto ou imagem qualquer são equivocadamente associados a apenas uma estrutura de *links* pré-definida. Portanto, consideramos como interatividade a associação de *links* que remeta “[...] objectifies the process of associations, often take to be central to human thinking” (MANOVICH, 2001, p. 61), ou seja, que levem o leitor a um fluxo de informações encadeadas.

A customização de conteúdo é outra forma de integrar o leitor no processo jornalístico como editor, escolhendo receber só o que lhe interessa. Com ela, é possível pré-selecionar o conteúdo que será carregado em um *website* ou *newsletter* através do cadastro de usuários ou configurações salvas anteriormente e ativadas através de *cookies*. Para Machado e Palacios (1997), com esse processo, nas redes telemáticas, é a primeira vez que coexistem na disseminação de informação, a massividade, interatividade e personalização. A sistematização dos tipos de personalização considera três modelos distintos: a personalização de serviços, personalização de conteúdo e a personalização de

fontes (PALACIOS apud SILVA Jr., 2000, p.66). Esse tipo de serviço não é exclusividade da *web*, é mais uma das características potencializadas pelas redes telemáticas. Os primeiros serviços de notícias que definiam seu conteúdo de acordo com as escolhas de seus leitores eram transmitidos via fax, na segunda metade dos anos de 1980.

A segmentação, tanto em veículos impressos quanto nas rádios e TVs, principalmente via cabo, é outra evidência desse direcionamento em outros suportes. A instantaneidade é, também, uma característica recorrente. Nas TVs e, primeiramente, nas rádios, as coberturas ao vivo transmitem em tempo real, ou pelo menos com uma diferença temporal cada vez menor, os acontecimentos. A inserção deste recurso se deu no jornalismo com o uso do telefone e do telégrafo como ferramentas de transmissão de informações.

Ao contrário da instantaneidade, a supressão dos limites de espaço e tempo é uma diferenciação da Internet em relação à mídia tradicional. De maneira prática, é a primeira vez que o jornalista não tem limites de espaço, como no impresso, ou de tempo, como nos casos da TV e do rádio. Uma das utilizações possíveis desta característica apontada pelo autor é o uso de bancos de dados no armazenamento do conteúdo noticioso. Desta forma, contando com índices ou busca através de palavras-chave o material pode ser acessado tanto por jornalistas, quanto por leitores. A associação desta quebra dos limites físicos com as demais características potencializadas pela *web* diferencia o jornalismo realizado neste ambiente da forma que é realizado nos suportes anteriores.

A junção da hipertextualidade com a memória rompe os limites espaciais e temporais que foram, desde sempre, uma

Podemos, de maneira elementar, caracterizar o hipertexto como a ligação entre textos por meio de links e essa é a base de todo o webjornalismo

‘marca essencial’ da prática jornalística em todos os seus suportes pré-telemáticos. Tal situação de ruptura força o teórico a debruçar-se sobre as especificidades dessa nova prática hipertextual (PALACIOS, 2005, p. 3)

A hipertextualidade é a principal responsável pela estrutura da *web*. Essa formatação possibilita todas as demais características das redes. Podemos, de maneira elementar, caracterizar o hipertexto como a ligação entre textos por meio de *links* e essa é a base de todo o *webjornalismo*.

A hipertextualidade antecede todas as outras características, porque a implantação dessas só acontece através daquela. Em outras palavras, para aplicar qualquer recurso relacionado às características da multimídia, interatividade, memória, personalização e atualização contínua é preciso fazê-lo através do esquema de *lexias* e *links*. [...]

Para confirmar a afirmação de que o hipertexto é a mais importante das características, basta fazermos algumas perguntas: – existe multimídia/convergência sem o hipertexto? – a interatividade, enquanto situação de navegação, ocorre sem o hipertexto? – é possível acessar os serviços referentes à memória, à atualização contínua e à personalização senão através do hipertexto? Para todas as questões, a resposta parece ser não. Aliás, cabe ainda uma outra pergunta: existe o *webjornal* sem o hipertexto? Também a resposta é não. Por mais arraigado aos formatos dos suportes anteriores, sempre o *webjornal* está inscrito sob a lógica hipertextual, utilizando-se dos recursos de textos fragmentados em *lexias* interconectados por *links*. (MIELNICZUK, 2003, pp. 159-160)

Essa interligação entre os documentos propicia ao texto na *web* uma organização própria, fragmentada, e que permite a complementação e a contração de informações agrupadas em blocos de texto. Beatriz Ribas (2004) destaca que a dinâmica da Internet é marcada pelo rápido acesso aos diferentes blocos. “Um mosaico de informações permite acesso a diferentes ângulos e percepções sobre um mesmo tema” (RIBAS, 2004, p. 3). Essa organização da informação atinge diretamente a organização do texto jornalístico. Para Robert Huesca e Brenda Dervin o hipertexto possibilita ao jornalismo explorar diversos enfoques da notícia,

[...] hypertexts embrace notions of contradiction, fragmentation, juxtaposition, and pluralism, rather than pursuing “truth” that is at the heart of the traditional journalistic enterprise (Bolter, 1991; Murray, 1997). This approach is described not only as more responsive to the qualities of new, digital media, but as more compatible with challenges from postmodern perspectives that “no longer believe[s] in a single reality, a single integrating view of the world, or even the

reliability of a single angle of perception” (Murray, 1997, p. 161). This sort of interruption in the unified view of reality creates the context for the inviting potentials of hypertext. (HUESCA e DERVIN, 1999)

A possibilidade de abarcar diferentes realidades e pontos de vista na cobertura de um fato cria a ideia de imersão. Mielniczuk defende que a narrativa na *web*, além de hipertextual, é imersiva “que permite ao leitor navegar através da informação em multimídia” (2003, p. 30). Marcos Palacios (1999) afirma que, no contexto do *webjornalismo*, a multimídia representa a convergência de áudio, vídeo e imagens na narração do fato jornalístico. Esse fenômeno, para o autor (2005, p. 7), é mais a potencialização dos suportes anteriores do que uma ruptura. De acordo com Canavilhas (2001), a introdução de novos elementos textuais faz com que o usuário explore a notícia de uma maneira mais pessoal. Ele não pode ser visto mais apenas como “leitor, telespectador ou ouvinte já que a *web* notícia integra recursos multimidiáticos, exigindo uma “leitura” multilinear” (CANAVILHAS, 2001, p. 4). Podemos, desta forma, delimitar a multimídia como um importante recurso da hipertextualidade. Isso porque ela a associa por meio de *links* a outros elementos textuais, típicos dos demais suportes, exige uma leitura multilinear, proporciona ao usuário uma visão mais completa dos fatos com diversas visões (multivocalidade), além de poder criar um ambiente interativo de imersão, com imagens, áudio e vídeo.

A última das características da Internet que abordaremos aqui, a memória, está vinculada a muitas daquelas citadas neste tópico. Esta característica está intimamente associada à supressão de espaço e tempo e à hipertextualidade. Através dela, tanto o jornalista quanto o usuário podem ter acesso a um acervo infinito de informações organizadas por bancos de dados e ferramentas de busca. Mielniczuk (2003) ressalta que em suportes anteriores à Internet esse recurso apresenta-se, tipicamente, em arquivos de edições antigas, em veículos impressos, ou de fitas de áudio e vídeo, em Rádios e TVs. Palacios considera uma verdadeira ruptura, em relação à recuperação de informações, a congruência de três fatores: interatividade, hipertextualidade e instantaneidade.

Na *Web*, no entanto, a conjugação de Memória com Instantaneidade, Hipertextualidade e Interactividade, bem como a inexistência de limitações de armazenamento de informação, potencializam de tal forma a Memória que cremos ser legítimo afirmar-se que temos nessa combinação de características e circunstâncias uma Ruptura com relação aos suportes midiáticos anteriores. Voltamos a insistir que ao fazermos esse tipo de afirmação, estamos a nos referir a possibilidades que se abrem tanto para os Produtores quanto para os Utentes da Informação Jornalística. A realidade da prática jornalística na *web* aproxima-se ou distancia-se de tais possibilidades abertas, conforme os contextos e produtos concretos disponíveis hoje na Internet. (PALACIOS, 2002, p. 7)

O site

O site da rádio BandNews FM (www.bandnewsfm.com.br) apresentava, em agosto de 2007, poucos canais e pouco uso das potencialidades e ferramentas da *web* e do jornalismo on-line. Os canais básicos do site, linkados na página de abertura e que se mantêm como conteúdo fixo nas páginas, são Notícias, Colunistas, Interatividade, Quem Somos e Busca, sendo os dois últimos caracterizados como estáticos, já que não apresentam atualização constante.

Em relação ao seu conteúdo, a página *web* é, segundo a conceituação de Marcos Palacios (2002), transpositiva. Para o autor, a fase transpositiva do jornalismo on-line constitui-se na reprodução total ou parcial dos meios de comunicação impressos. Embora Palacios não analise emissoras de rádio, considera-se aqui a relação entre os jornais impressos e as emissoras convencionais e sua inserção na Internet. O conteúdo do site da Rádio BandNews FM transpõe, em texto no canal Notícias e na página de abertura e, em alguns casos, em áudio, o que é transmitido pela rede. Não existe ampliação de conteúdo, hipertextualidade pensada jornalisticamente – seja interna ou externa –, multimedialidade – além do áudio da emissora convencional –, narratividade hipertextual (SOUZA, 2006) e sequer a transmissão do conteúdo da emissora ao vivo através de *streaming*. O acesso ao áudio na página *web* pode ser realizado somente através da característica da memória, do arquivo de alguns trechos disponibilizados. Normalmente são reportagens ou entrevistas disponibilizados em áudio juntamente com notas e notícias (BARBOSA FILHO, 2003), acessadas em texto. Essas notas e notícias são transcritas como apresentadas na emissora. Este uso, de acordo com a denominação do pesquisador Ramon Salaverria (2003), causa uma “justaposição de conteúdos” em diferentes mídias, no caso em texto e áudio. Isso não contribui para a construção de uma narrativa apoiada na conjunção destes suportes e denota a utilização do conteúdo diretamente da rádio para o site sem qualquer tipo de reedição.

O canal Colunistas apresenta a listagem de profissionais que detêm colunas na rede de rádio, organizados pela ordem de exibição subsequente na própria emissora. Neste local é possível encontrar uma fotografia dos colunistas, a lista de horários em que sua coluna vai ao ar, indicação de transmissão em rede ou em afiliada e disponibilização, em arquivo, das duas edições anteriores da coluna, mesma estrutura encontrada no site em 2008.

Os referenciais de interatividade do site estão no canal Interatividade, nos Comentários e na Enquete. No primeiro caso, trata-se do tradicional espaço “fale conosco”, através do qual o internauta pode enviar um e-mail para os responsáveis pela página. Não há espaço para fórum ou outras referências de interação que não a navegação básica entre os canais, os Comentários e a Enquete, que está apresentada na coluna lateral direita, que permanece fixa quando se navega pelo site. Os resultados da enquete, embora apresentados

A emissora busca uma identificação com o leitor, que passa a observá-la sob a ótica da coragem de brincar e de ironizar

quando o internauta vota, não aparece repercutida ou citada na página *web* ou nas emissoras da rede. Os resultados acabam, desta maneira, caracterizando-se como ilustrativos, normalmente relacionados a um tema em discussão nos meios de comunicação e na própria BandNews FM, mas que não aparecem na cobertura jornalística posterior. Além disso, as opções são escritas lançando mão, normalmente, do recurso da ironia em uma das opções, restringindo as opções “sérias” a duas. Desta forma, a emissora busca uma identificação/fidelização com o leitor, que passa a observá-la sob a ótica da coragem de brincar e de ironizar situações e problemas do cotidiano brasileiro. Sob outra perspectiva de análise, é possível observar que a utilização da ironia/adoção de uma opção fantasiosa na enquete é uma forma – intencional ou não – de retirar ou minimizar a seriedade e a validade dos resultados, incentivando a brincadeira e a gozação por parte dos internautas. Já os comentários postados pelos internautas, assim como a opção “Envie a um amigo”, são identificados em todas as notícias apresentadas pelo site, mas também não aparecem repercutidos no próprio site ou na emissora. Os comunicadores da rádio Band News FM têm por hábito repercutir e-mails enviados diretamente à redação através do endereço divulgado no ar (ouvinte@bandnewsfm.com.br) ou ainda através do canal Interatividade. Este é um dos pontos fortes da emissora e do uso que faz da internet, não somente através do site, mas também através do email. As participações do público integram a programação, alteram/complementam as notícias, mostrando que não se caracterizam simplesmente como um espaço formal, como uma demanda prevista, mas não aproveitada e, com isso, estimulando a participação do público.

Ao analisarmos o site novamente, em dezembro de 2008, percebemos uma evolução no que diz respeito ao uso das ferramentas da *web*. Embora o conteúdo permaneça transpositivo, sem a adição de conteúdo produzido especificamente para a internet, o ouvinte-internauta tem mais opções. Por exemplo, a presença do *streaming*, com transmissão ao vivo da programação da emissora. Desta forma, a Rádio BandNews FM conseguiu aumentar a participação do público, que atende aos chamados dos âncoras por complementação e, em alguns momentos, fazia correção das informações levadas ao ar. Além disso, o acesso a banco de dados sonoro – fundamental no site de uma emissora radiofônica – é mais constante, cerca de 90% das notas, notícias e reportagens disponíveis no site contam com suporte sonoro. Além disso, pode também realizar buscas no arquivo. Embora se trate de uma busca simples, com um sistema de palavras-chave, sem a possibilidade de aplicar filtros – como a disponibilização ou não de áudio, ou a data de publicação, por exemplo – auxilia o processo de busca e localização de uma notícia que o ouvinte-internauta deseje ouvir.

A interatividade do público é potencializada através de novas ferramentas, como o Comente, além do espaço Interatividade, muito utilizado pelos leitores como um fórum, para troca de dicas e informações que, muitas vezes, não envolvem a emissora ou sua equipe, como no exemplo a seguir, quando o ouvinte Erico pergunta: “Amigos, estou indo para o Litoral Sul de SP (Peruibe), qual a melhor opção ? Regis Bitencourt ou Imigrantes?”. Um minuto depois outra ouvinte responde, no mesmo espaço: “Erico, a rodovia Padre Manoel da Nobrega, que leva à Peruibe, esta congestionada mesmo... Paciência é a me-

lhor alternativa!” (INTERATIVIDADE, s/d). A seção interatividade, criada para ser um espaço de trocas entre o ouvinte e a emissora, assume, devido à sua dinâmica, uma função a mais: a de troca entre os leitores. Essa dinâmica muda o campo onde se dá a interação que no primeiro momento acontecia apenas na rádio, tendo a internet apenas como uma ampliação do *phone-in*, em que o internauta se comunicava apenas com radialista. Agora há a interação entre os ouvintes-internautas no próprio site e não mais apenas na rádio com a leitura das mensagens postadas nesta seção.

O ouvinte-internauta pode ainda, caso se interesse por uma informação, imprimir ou enviar a um amigo através do formulário disponível no site. Essas ações estão integradas a todas as notícias disponíveis no site, e combinadas às possibilidades de contato com os profissionais da rádio permitem um papel mais ativo ao leitor. Esse papel se mostra na utilização do campo de comentários, interatividade e nas participações via email, embora ainda não se apresente no que diz respeito ao resultado das enquetes, que mantém seu papel ilustrativo e formal, não sendo aproveitado na programação da emissora ou no site.

A interatividade no rádio

Os ouvintes têm uma função crucial no rádio. Como dito anteriormente, é a partir deles que a programação das emissoras e os valores notícia a serem seguidos pelas emissoras são definidos. Entretanto, o papel do público não se restringe à audiência. O ouvinte participa, a cada dia mais, ativamente da programação. Tanto a participação emitindo sua opinião em programas jornalísticos quanto a interação através do contato com a equipe de produção sugerindo pautas configuram-no como fonte. Além, claro, dos ouvintes entrevistados pelos repórteres no trabalho de campo ou através de telefone. Uma questão relevante é a potencialização dessa participação propiciada pela evolução das tecnologias da comunicação e da informação. Telefone, telefone celular, cartas, email, fóruns de discussão e mais recentemente o uso de sistemas de conversa instantânea aproximam o público do comunicador e o rádio da compreensão interativa que Bertold Brecht (2005) tinha desse veículo de comunicação. “Eressaltava [Brecht] que a função do rádio não se esgota em apenas transmitir informações sobre os acontecimentos. É necessário que o rádio promova, efetivamente, o intercâmbio entre a fonte e o destinatário para que o processo de dupla mão-de-direção se efetive” (ORTRIWANO, 2008, p. 63). As ferramentas de interação são utilizadas pelas emissoras muitas vezes na programação ao vivo, buscando um contato imediato, seja para complementação das notícias ou, ainda, para correção de informações erradas transmitidas no programa. No jornalismo matutino da Rádio BandNews FM², que tem Marcelo Parada como um de seus âncoras, a participação dos ouvintes é constante, em grande medida para apoiar ou contestar posicionamentos polêmicos assumidos pelo apresentador. Além disso, o público sempre participa para complementar in-

² É importante ressaltar que a Rádio BandNews FM não trabalha com programas, mas com a grade de programação em formato Relógio, transmitindo notícias 24 horas ao dia, em blocos de 20 minutos, que incluem o hard news e a participação de comentaristas e das afiliadas com informações locais.

formações, como no caso de ouvintes que enviam e-mails para explicar significados de palavras, ou corrigir pronúncias de expressões em língua estrangeira. Essa interação, no caso da Rádio Band News FM, se dá através do sistema de comunicação via email, encaminhado pela página “Fale Conosco” ou pelo endereço eletrônico ouvinte@bandnewsfm.com.br, constantemente apresentado na programação da emissora.

Através desse diálogo mais próximo e imediato com o público a característica de unidirecionalidade do rádio, apresentada por Mário Kaplún (2008) como uma das principais restrições do veículo, minimiza-se. Para o autor,

Esta limitação [unidirecionalidade da mensagem] estabelece o problema, que atinge também os demais meios de massa, de uma comunicação unidirecional, quer dizer, em uma só direção, em uma única via. O emissor se dirige ao receptor sem deixar possibilidade de reciprocidade. Este está condenado a receber passivamente a comunicação, que chega verticalmente, de cima, e na qual não se pode intervir. (KAPLÚN, 2008, p. 85)

Através das tecnologias o ouvinte pode deixar de lado sua postura passiva e abre-se o caminho para uma lógica bilateral na comunicação

O uso de ferramentas como as conversas instantâneas, mensagens de texto via celular, *chats* e fóruns tornam essa unidirecionalidade mais distante do rádio. Através das tecnologias o ouvinte pode deixar de lado sua postura passiva e abre-se o caminho para o estabelecimento de uma lógica bilateral na comunicação radiofônica. “No início, a convergência se deu com o auditório e as cartas de ouvintes. Num segundo momento, foi com o telefone, o que criou um novo gênero de programas, o popular *phone-in*, e até um novo formato de programação, o *talk radio*” (RIBEIRO; MEDITSCH, 2006, p. 02). O papel do telefone – e

depois do telefone celular – não se restringe à interação com o público, mas propicia mobilidade e alcance na transmissão de informações e no contato com as fontes a serem consultadas para a construção da notícia. Ainda nesse contexto, a criação do ouvinte-repórter é inovadora. Ela integra o público e o demarca como agente na transmissão dos acontecimentos, fidelizando-o. Um bom exemplo é a participação de ouvintes na grade de programação da Rádio Metrôpole FM, em Salvador. Nos horários de maior movimento no trânsito da capital baiana os ouvintes telefonam de seus telefones celulares e informam, ao vivo, as condições do tráfego.

A presença de emissoras na internet também indica a um novo perfil de público. O ouvinte que consome a informação através dos sites das emissoras busca mais do que simplesmente a transposição do áudio (PORTO ALEGRE, 2001), daí a importância de estabelecer novas formas de contato, como os fóruns, e-mails, etc, além de novas fontes de informação, não só sobre os acontecimentos em si, mas também sobre a própria emissora, como mostram os sites das rádios. No caso da rádio Band News FM a página conta com dados sobre os colunistas, falando sobre sua atuação profissional e sobre a abordagem de

seus comentários. “Actualmente Internet mantiene en contacto permanente al medio emisor y al oyente y la respuesta es inmediata, otra cosa es que este contenido forme parte de la programación” (HERRERA GARCÍA, 2005, p. 05).

Considerações finais

A partir das observações realizadas no site da Rádio BandNews FM podemos concluir que o papel do ouvinte no rádio brasileiro e sua função interativa – apresentada por Brecht na década de 20 – são transpostos também para o site das emissoras. Percebe-se uma preocupação, ainda que não consiga fazê-lo completamente, em inserir o ouvinte-internauta nas dinâmicas de elaboração da informação através das estratégias de interação. O ouvinte assume sua posição de fonte e de referência validadora também para a rádio que migrou para a rede mundial de computadores através do relato de experiências, do fornecimento de pautas, da análise de fatos em sua área de conhecimento, além da fidelização que se dá, também, através da troca de informações realizada nos fóruns. Neste momento, estabelece-se uma relação mais próxima, que envolve não somente o jornalista e o ouvinte, mas os ouvintes, que interagem e propõem uma nova dinâmica interativa, que extrapola a lógica comunicador-público e transforma essa relação dual em um fluxo múltiplo, que envolve um número maior e mais variado de agentes. Mudança que, em grande medida, deve-se às mudanças no perfil de navegação e nas características do público que consome informações na internet.

Esse internauta-ouvinte, vale ressaltar, insere-se em um contexto específico: em uma sociedade que tem na informação um de seus principais valores e que, por isso, demanda dos sujeitos a busca constante e intensa pela atualização. Essa sociedade gera reflexos também na configuração dos meios de comunicação, que se inserem a cada dia mais em contexto de convergência e que, com isso, acabam por criar padrões de produção similares quando pertencem a um mesmo grupo. Percebe-se isso, no estudo em questão, nas semelhanças estruturais encontradas entre a Rádio BandNews FM e a BandNews TV, que possuem uma grade de programação em formato relógio; entre a rádio e a Band TV, que compartilham profissionais e, em alguns casos, formatos de jornais – além de seguirem critérios de noticiabilidade próximos; entre a Rádio BandNews FM e a Rádio Bandeirantes, que, em coberturas especiais, compartilham profissionais. Essas aproximações geradas pela integração profissional dos grupos ocasiona uma padronização e a composição de um perfil de produção do grupo, que, em certa medida por não possuir um portal de informações bem estruturado, não demonstra uma evolução no uso dos potenciais da internet e da linguagem multimídia.

Referências bibliográficas

BARBOSA FILHO, André. **Gêneros Radiofônicos**: os formatos e os programas em áudio. São Paulo: Paulinas, 2003.

- BARDOEL, Jo & DEUZE, Mark. **Network Journalism: converging competences of old and new media professionals**. Disponível em: <http://users.fmg.uva.nl/mdeuze/publ9.htm>. Acesso em: 20/11/2005.
- BRECHT, Bertold. Teoria do Rádio (1927-1932). In: MEDITSCH, Eduardo (org). **Teorias do Rádio: Textos e Contextos**. Volume I. Florianópolis: Insular, 2005.
- CANAVILHAS, João Messias. *Webjornalismo: considerações gerais sobre jornalismo na web*. Trabalho apresentado no **I Congresso Ibérico de Comunicação**, Málaga – ES, Maio de 2001.
- CEBRIÁN HERREROS, Mariano. **La Radio en la Convergencia Multimídia**. Barcelona: Gedisa, 2001.
- CORRÊA, Elizabeth Saad. Convergência de Mídias: metodologias de pesquisa e delineamento do campo brasileiro. In: **Seminário do Acordo de Cooperação Brasil-Espanha**. FACOM/UFBA - 3 a 7 de dezembro de 2007.
- CUNHA, Mágda. Não é mais possível pensar o rádio como antes. **Razón y Palabra**. Num 48, dez/2005-jan/2006.
- DELBIANCO, Nelia. **Radiojornalismo em Mutação na Era Digital**. Disponível em: <http://reposcom.portcom.intercom.org.br/bitstream/1904/17663/1/R0278-1.pdf>. Acesso em: 24 out 2006.
- FERRARETTO, Luiz Arthur. **O veículo, a história e a técnica**. 2^o ed. Porto Alegre, Sagra Luzzatto, 2001.
- _____. Possibilidades de convergência tecnológica: pistas para a compreensão do rádio e das formas do seu uso no século 21. In: **XXX Congresso Brasileiro de Ciências da Comunica o**. Santos – 29 de agosto a 2 de setembro de 2007.
- GARCÍA AVILÉS, Jose Alberto et al. Métodos De Investigación Sobre Convergencia Period stica. In: **Seminário do Acordo de Coopera o Brasil-Espanha**. FACOM/UFBA - 3 a 7 de dezembro de 2007.
- GRUPO Bandeirantes de Comunica o**. Disponível em: <http://www.band.com.br/grupo/grupo.asp>, acesso em: 31 dezembro 2008.
- HERRERA GARCÍA, . La radio en Espa a: credibilidad a la baja. **Revista Telos**. Abril-junio 2005. n^o 63. Disponível em: <http://www.campusred.net/telos/articulocuaderno.asp?idarticulo=6&rev=63>, acesso em 30 set 2007.
- HUESCA, Robert; DERVIN, Brenda. Hypertext and journalism: audiences respond to competing news narratives. Trabalho apresentado no **Media in Transition Conference**, MIT, Cambridge, Massachusetts , 09 out 1999.
- INTERATIVIDADE**. <http://bandnewsfm.band.com.br/mural.asp>, acesso em 31 dezembro 2008
- KAPLÚN, Mario. A natureza do meio: limita es e as possibilidades do rádio. In: MEDITSCH, Eduardo; ZUCOLOTO, Valci. **Teorias do Rádio: textos e contextos**. Volume II. Florianópolis, SC: Insular, 2008.
- LEMONS, André. Anjos interativos e retribaliza o do mundo. Sobre interatividade e interface digitais. **Tendências XXI**, Lisboa, 1997. Também disponível em <http://www.facom.ufba.br/pesq/cyber/lemos/interac.html> Acesso em: 12 fev 2006.
- MACHADO, Elias; PALACIOS, Marcos. **Manual de Jornalismo na Internet: Conceitos, no es práticas e um guia comentado das principais publica es jornalísticas digitais brasileiras e internacionais**, 1997. Disponível em:

<http://www.facom.ufba.br/jol/pdf/manual/introducao.pdf>. Acesso em: 17 dez 2005.

MANOVICH, Lev. **The language of new media**. Boston: MIT Press, 2001.

MARANGONI, Nivaldo. Programação jornalística vinte e quatro horas por dia: o pioneirismo da CBN - Central Brasileira de Notícias. In: **CONGRESSO BRASILEIRO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO**, 22., 1999, São Paulo. Anais...São Paulo: Intercom, 1999. CD-ROM.

MIELNICZUK, Luciana. **Jornalismo na web: uma contribuição para o estudo do formato da notícia na escrita hipertextual**. (Tese de Doutorado) FACOM/UFBA, 2003.

ORTRIWANO, Gisela Swetlana. De Brecht aos (des)caminhos do radiojornalismo. In: MEDITSCH, Eduardo; ZUCOLOTO, Valci. **Teorias do Rádio: textos e contextos**. Volume II. Florianópolis, SC: Insular, 2008.

PALACIOS, Marcos. Hipertexto, Fechamento e o uso do conceito de não-linearidade discursiva. **Lugar Comum**, Rio de Janeiro, n. 08, p. 111-121, 1999.

_____. **Jornalismo On-line, Informação e Memória: Apontamentos para debate**. Trabalho apresentado durante as **Jornadas de Jornalismo On-line**, 21 e 22 de junho de 2002, Universidade da Beira Interior, Portugal.

_____. **Natura non facit saltum: Promessas, alcances e limites no desenvolvimento do jornalismo on-line e da hiperficção**. **e-COMPÓS**, Revista eletrônica da COMPÓS, vol. 1, n. 2, Brasília, 2005.

PORTO ALEGRE, Raquel. A extensão do radiojornalismo por meio da *web*. Trabalho apresentado no **Seminário Interno da Faculdade de Comunicação**. Facom/UFBA, Salvador, 2001.

QUEM SOMOS. Disponível em: http://bandnewsfm.band.com.br/quem_somos.asp, acesso em 14 dez 2008.

REDE. Disponível em: <http://bandnewsfm.band.com.br/rede.asp>, acesso em 14 dez 2008.

RIBAS, Beatriz. Características da notícia na *Web*: considerações sobre modelos narrativos. Trabalho apresentado no **II Encontro Nacional de Pesquisadores em Jornalismo – SBPJor**, FACOM/UFBA, Salvador, BA, 2004.

RIBEIRO, Ângelo Augusto; MEDITSCH, Eduardo. O chat da internet como ferramenta para o radiojornalismo participativo: uma experiência de interatividade com o uso da convergência na CBN-Diário AM de Florianópolis. In: **CONGRESSO BRASILEIRO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO**, 29., 2006, Brasília. Anais...São Paulo: Intercom, 2006. CD-ROM.

SILVA JR, José Alfonso. **Jornalismo 1.2: características e usos da hipermídia no jornalismo, com estudo de caso do grupo Estado de São Paulo**. (Dissertação de Mestrado), FACOM/UFBA, 2000.

SOUZA, Marcelo Freire Pereira de. **Estrutura da narratividade hipertextual nas grandes reportagens: Uma análise das coberturas especiais dos canais de música dos portais UOL e Terra**. 2006. 164 f. Monografia (Graduação em Jornalismo) – Centro Universitário da Bahia (FIB), Salvador, 2006.