

Convergência Midiática: Transformações Históricas que afetaram a Produção Jornalística Compartilhadas pelo Rádio e Televisão a partir dos Anos 90¹

Jéssica Gonçalves PEREIRA²

Universidade Federal de Santa Catarina, Florianópolis, SC

Resumo

As adaptações pelas quais passam o jornalismo no rádio e na televisão no atual cenário de convergência midiática são o tema principal do presente artigo. O objetivo é delimitar os acontecimentos históricos que causaram mudanças nos processos produtivos do jornalismo de rádio e TV e encontrar características que os dois meios partilham nesse cenário, com a finalidade de evidenciar as influências entre ambos no sentido de produzirem as adaptações necessárias às suas sobrevivências. O resgate será feito da década de 1990 até os dias atuais, com foco na chegada da internet nas redações e a popularização dos telefones celulares. Trata-se de uma pesquisa exploratória, com uso da técnica da revisão bibliográfica amparada em referenciais para investigações históricas.

Palavras-chave: rádio; história do rádio; história da televisão; convergência midiática; telejornalismo.

A informática transformou o sistema de comunicação no mundo de analógico para digital. Também permitiu o surgimento do cenário de convergência midiática e produção multimídia, que tem causado significativas mudanças nas rotinas produtivas do jornalismo. O momento atual é de mudanças tecnológicas, midiáticas e culturais, que ocorrem rapidamente. Da década de 1990 para os dias atuais as máquinas datilográficas foram trocadas por computadores, celulares substituíram enormes equipamentos de gravação e de transmissão ao vivo. Já a internet passou a oferecer diversas ferramentas que auxiliam o trabalho de jornalistas e comunicadores.

No rádio e na televisão o desenvolvimento das mais recentes tecnologias alterou os modos de produção e recepção dos conteúdos, a transmissão, a estrutura organizacional, entre outras transformações. Este artigo aponta alguns acontecimentos que marcaram a história da informática e da internet e também fazem parte da história do rádio e da televisão, dos anos 1990 até 2015, e influenciaram nas rotinas de produção jornalística dos dois veículos.

¹ Trabalho apresentado no GP de Rádio e Mídia Sonora do XV Encontro dos Grupos de Pesquisa em Comunicação, evento componente do XXXVIII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.

² Mestranda do Programa de Pós-Graduação em Jornalismo da Universidade Federal de Santa Catarina. Email: jessicapergon2@gmail.com. Orientadora: Prof^ª Dr^ª Valci Zuculoto.

O objetivo é indicar as principais mudanças causadas no jornalismo de rádio e televisão com a chegada da internet às redações e apontar características que os dois meios partilham nesse cenário, com a finalidade de evidenciar as influências entre ambos no sentido de produzirem as adaptações necessárias às suas sobrevivências no cenário de convergência atual. Como em um artigo não é possível realizar uma recuperação histórica completa, optou-se por sintetizar os principais pontos que podem suscitar discussões teóricas posteriores a respeito da produção jornalística nesses dois meios.

Este trabalho faz parte da pesquisa de mestrado que a autora desenvolve no Programa de Pós-Graduação em Jornalismo, da Universidade Federal de Santa Catarina, que vai analisar como o radiojornalismo esportivo está utilizando as redes sociais em suas rotinas produtivas. Portanto, a intenção aqui é contribuir e ampliar as reflexões a respeito dessas mudanças nas rotinas e práticas de produção jornalística no rádio e na televisão. Realizar este resgate histórico irá auxiliar na contextualização do objeto de estudo da pesquisa citada e na reflexão a respeito desse processo de convergência.

A escolha pelo rádio e televisão se deu porque estes veículos absorveram características um do outro ao longo da história. Eles tiveram que aprender a conviver e agora estão convergidos na internet. Quando a televisão chegou ao Brasil os dois meios concorriam pela audiência, muitos chegaram a decretar o fim do rádio, principalmente porque a princípio a TV se desenvolveu utilizando a linguagem do rádio e com seus profissionais também. Entretanto, o rádio conseguiu se adaptar ao novo cenário, criando novas formas narrativas, investindo no jornalismo e na prestação de serviço. Com a chegada da internet foi a vez da televisão se ver ameaçada. Agora os dois veículos partilham o mesmo cenário, ou seja, ambos competem com a internet e ao mesmo tempo utilizam de seus recursos para sobreviver.

Além disso, a escolha também se deu porque apesar das recentes mudanças nos perfis de consumo nos últimos anos, rádio e televisão ainda são os veículos de comunicação mais utilizados pelos brasileiros, segundo a Pesquisa Brasileira de Mídia 2015 (BRASIL, 2015). Ao realizar esta breve recuperação histórica, pretende-se contribuir e ampliar as discussões a respeito das mudanças nas rotinas produtivas no rádio e telejornalismo atuais.

Aqui convergência midiática é entendida como um processo no qual vários sistemas de mídia coexistem e o conteúdo passa por eles fluidamente (BEZZERRA; SILVA, 2013, p.130). Segundo Jenkins (2006) este processo não se refere somente às mudanças nas esferas técnicas devido às evoluções tecnológicas, trata também das alterações nas esferas

culturais, econômicas, políticas e sociais, ou seja, as mudanças não afetam somente o modo de produzir e emitir informações, mas igualmente a maneira de receber e consumir as notícias.

De acordo com Ferraretto (2007) duas inovações tecnológicas foram fundamentais para a configuração das rotinas do radiojornalismo a partir da década de 1990. Trata-se do uso do telefone celular e da internet como fonte e como suporte para a informação. A partir dessas inovações, segundo o autor supracitado, o radiojornalismo passou a ser afetado mais intensamente pelo processo de convergência. Na mesma linha de pensamento, para García Ávilés (2007) é impossível compreender a comunicação atual sem considerar a existência da convergência. Ela afeta diretamente as práticas e rotinas de produção de todos os veículos de comunicação. Enquanto que a internet, segundo Costa e Costa (2009), é o exemplo mais completo da convergência digital, uma vez que associa várias tecnologias ligadas à computação, às telecomunicações e as variadas formas de conteúdo.

A expansão da internet tornou possível a existência do ciberespaço, “o espaço no qual as tecnologias convergem e que é utilizado em favor da comunicação composta por informações fornecidas pelos seres humanos” (SILVA; ROCHA, 2010, p.200). É um ambiente que modificou a relação dos veículos de comunicação com os receptores, uma vez que cada usuário pode trilhar diversas formas de leitura, ou seja, escolhe quais conteúdos quer receber.

Com a alta variedade de plataformas de consumo de conteúdo, os usuários passaram a ter mais poder sobre o que consomem. Assim, rádio e televisão comerciais precisaram e precisam se adaptar continuamente para manter a audiência. “O jornalismo televisivo precisou rever as rotinas de produção para tornar seu noticiário mais ágil e atrativo para um telespectador que já poderia ter visto a notícia, em tempo real, através dos sítios noticiosos.” (SILVA; ROCHA, 2010, p.198). O mesmo processo ocorreu com o rádio.

Este artigo utiliza como metodologia a pesquisa exploratória, com a técnica da revisão bibliográfica amparada em referenciais para investigações históricas. Para tanto se utiliza as orientações para pesquisas históricas feitas por Marinalva Barbosa (2005). A internet no Brasil completou 20 anos em 2015, pensando nisso o resgate histórico realizado é dividido em quatro partes, levando em consideração períodos de 5 em 5 anos. Em cada parte aponta-se e discutem-se as inovações que tiveram maior relevância para o jornalismo de rádio e a televisão.

Primeiras Conexões (1995-2000)

A internet surgiu no final da década de 1970 com a criação da Arpanet pela Agência de Pesquisas e Projetos Avançados do Departamento de Defesa norte-americano. Tratava-se de uma rede nacional de computadores concebida com objetivos militares. No Brasil, as primeiras conexões foram criadas na década de 1980 entre universidades e centros de pesquisa.

Em 1987 o governo dos Estados Unidos liberou o uso comercial da internet. Enquanto que na Suíça, em 1991, nascia a web – World Wide Web. Em território brasileiro, a primeira conexão à web foi feita ainda em 1991. Porém, somente em 1994 a Embratel começou a oferecer acesso à rede de conexões. Já a criação do Comitê Gestor da internet no Brasil, em 1995, é o marco histórico do surgimento da internet comercial no país.

A partir deste momento a internet cresceu rapidamente em diferentes âmbitos e influenciou vários setores da sociedade. O UOL (Universo Online) entrou no ar já em março de 1996 e em 2000 surgiu o domínio *globo.com*, importantes empresas de comunicação, que agregam conteúdos textuais, radiofônicos e visuais, tanto exclusivos para internet, quanto reproduções já veiculadas em canais e emissoras. Os buscadores de conteúdo surgiram ainda no início da década de 1990: Yahoo em 1994 e o Google em 1998. “Em junho (1998), o Universo Online (UOL), serviço dos grupos Abril e Folha na internet, atinge a marca recorde de mais de sete milhões de páginas vistas por dia, audiência esta que o insere entre os maiores sites do mundo” (MATTOS, 2010b, p.244).

Em 1995 surgiu a tecnologia do *streaming*, que permitia o fluxo contínuo de áudio e vídeo na rede de computadores. Com essa novidade a internet ganhou o potencial multimídia que conhecemos hoje, porém na época os usuários tinham uma experiência diferente da atual, uma vez que se utilizava internet discada, conexão que possuía pouca velocidade e baixa estabilidade o que causava várias quedas de transmissão. Apesar das limitações de conexão, com o streaming a rede de computadores tornou-se um ambiente propício à entrada do rádio e da televisão, mesmo que gradualmente. As primeiras rádios surgiam na internet ainda em 1996. A Rádio Itatiaia, de Minas Gerais, foi a primeira rádio comercial brasileira a existir no dial e na web (KUHN, 2000). No ano seguinte, quatro grandes rádios jornalísticas de São Paulo também passaram a conceder seus sinais na internet: Jovem Pan, Bandeirantes, CBN e Eldorado.

Na mesma época surgiram as rádios que produziam conteúdo exclusivamente para a internet. Como a rádio Manguetronic, que em abril de 1996 veiculou o primeiro programa transmitido exclusivamente pela web (KUHN, 2000). Em outubro de 1998 foi criada a rádio Totem, a primeira emissora brasileira com programação exclusiva na rede de computadores, ou seja, a primeira webradio do país (PRATA, 2008).

O crescimento foi rápido. No primeiro semestre de 1997 apenas nove estações radiofônicas brasileiras transmitiam online, já em setembro de 2000 cerca de 190 emissoras transmitiam em tempo real (KUHN, 2010, p.52). Isso devido ao desenvolvimento da ferramenta RealAudioPlayer, que permitia sintonizar dados sonoros em tempo real com maior facilidade. A chegada do rádio na internet possibilitou aos usuários o acesso a conteúdos radiofônicos de qualquer parte do mundo, o que permitiu ao ouvinte-internauta uma pluralidade de conteúdos jamais alcançada anteriormente.

Inicialmente, as rádios utilizavam a internet para marcar presença institucional na rede de computadores. Em geral ofereciam canais para participação do público e informações sobre a emissora. Logo em seguida os sites de rádios passaram a transmitir a programação ao vivo e posteriormente a produzir conteúdo para a internet com textos, áudios e vídeos que complementavam o dial.

Enquanto a internet dava seus primeiros passos, a TV já passava por modificações com o estabelecimento das bases para a estruturação da televisão por assinatura, via cabo ou satélite.

Também foi iniciada a busca de programas interativos, a exemplo de *Você Decide*, da Rede Globo. Esta programação estreou em 1992, tornando-se um sucesso imediato, pois o público participava, interferindo, através de votação por telefone ou em praça pública ao microfone da emissora, na escolha do desfecho das polêmicas histórias encenadas. (MATTOS, 2010a, p.42)

Se para o rádio a internet oferecia um mundo de opções, para a TV não era diferente. Em abril de 1996, a Rede Cultura colocou no ar o primeiro programa de televisão na internet (Kuhn 2000). No ano seguinte, o Universo OnLine lançou o TV UOL, composto por uma programação feita exclusivamente para a internet com imagens, áudio, textos e links. “Em maio de 1999, o site World Wide Internet TV permitia assistir a programação de mais de cem emissoras internacionais. E, por fim, em abril de 2000 os catálogos *Comfm* e *Rádios@Rádios* contavam respectivamente 277 (11 delas no Brasil) e 237 (22 brasileiras)” (KUHN, 2000, p.90).

O UOL foi um dos fomentadores da convergência entre televisão e internet. Por exemplo, em 1999 a empresa se uniu a recém-criada Rede TV! em parceria que envolvia a hospedagem e a divulgação do site do canal. O que, segundo Mattos (2010b) “permitiria também o aproveitamento de imagens da emissora pelo provedor e o uso de ferramentas do UOL na programação da Rede TV! Dando início a um processo de interação entre os dois serviços eletrônicos que servirá de base para a televisão no futuro do Brasil” (MATTOS, 2010b, p.250).

Com a chegada das rádios do dial na internet e a criação de emissoras exclusivamente online, estudiosos da área passaram a teorizar a respeito deste novo ambiente. Prata (2008) definiu que “na web existem dois modelos de radiofonia: emissoras de rádio hertzianas com presença na internet e emissoras de rádio com existência exclusiva na internet, que chamamos de webrádios” (PRATA, 2008, p.53).

Para Martínez-Costa (2006) as novas tecnologias estão modificando os modos de funcionamento das rádios em relação aos processos de produção, os processos de transmissão e os sistemas de recepção dos programas de rádio. Portanto, as novas tecnologias oferecem principalmente a transmissão de um som com maior qualidade e processos de produção e recepção mais qualificados. Já as webrádios ofertam a opção da segmentação, uma vez que os ouvintes podem escolher as músicas e conteúdos que gostariam de ouvir. Elas também dão a qualquer pessoa o direito de ter uma rádio, uma vez que não é necessária a concessão governamental para a sua existência.

Celulares Ganham o País (2000-2005)

Na década de 2000 a internet ganhou mais usuários e até mesmo quem não possuía computadores em casa tinha acesso por meio das populares *lan houses*, comércios que ofereciam acesso à rede mediante pagamento da hora, no trabalho ou em centros comunitários. Em 2000 haviam 9,8 milhões de usuários no Brasil, em 2010 o número subiu para 67,5 milhões, segundo dados da pesquisa Ibope Nielsen e Internet World Stats (IBOPE, 2012).

De 2000 a 2006 surgiram os sites que hoje estão entre os mais populares da rede. O Youtube surgiu em 2005 e transformou-se em uma valiosa ferramenta de compartilhamento de conteúdo por meio de vídeos. O Facebook, maior rede social do mundo, surgiu em 2004 e o Twitter, ferramenta muito utilizada por jornalistas, foi fundado em 2006. Os primeiros podcasting (mídia própria da internet em formato de áudio e vídeo transmitido via feed

RSS) surgiram em 2004 e vieram como opção de produção de conteúdo complementar ao que já era produzido para a rádio e televisão.

Ao lado da internet, o telefone celular também pode ser considerado um grande marco na produção de conteúdo de rádio e TV. Segundo dados do site Teleco³, de 1995 a 2000 o número de celulares no Brasil passou de 1.416.500 para 23.188.171. Já em 2005 o número era de 86.210.336.

Em 2002 surgiram os primeiros aparelhos com câmera digital, recurso que hoje foi também apropriado pela televisão que utiliza imagens feitas por telespectadores em seus programas. Também surgiam os equipamentos com Mp3 e os *Blackberrys*. Apesar desses aparelhos ainda não possuírem os recursos de conexão à internet existentes atualmente, eles davam ainda mais mobilidade ao rádio, além de serem instrumentos para jornalistas falarem com fontes, entre outras utilidades.

Neste período surgiram as primeiras webTVs, que é a TV na internet. “Trata-se de uma tecnologia que vem sendo desenvolvida há cerca de 10 anos e visa viabilizar a transmissão de conteúdo televisivo via internet” (BRASIL, 2011, p.4). Tanto nas WebRadios, quanto na WebTVs se destacam as iniciativas de cunho comunitário ou universitários, com conteúdos voltados para a educação ou de serviço público.

Tecnologia Digital (2005-2010)

De 2005 a 2010 sites como Youtube e Facebook ganharam mais adeptos, mudaram a experiência de navegação de milhares de usuários, tornaram-se importantes agregadores de conteúdo e fontes de informação. Neste período também foram colocados no ar os primeiros canais de TV digital, alguns modelos de celular passaram a receber o sinal da televisão e as discussões a respeito da implantação do rádio digital perduraram.

O celular deu ainda mais mobilidade ao rádio. Além de ser receptor do sinal das rádios, tanto FM, como pela internet. Nos anos 2000, os celulares já tinham acesso à internet, mas somente no final da década os smartphones se popularizaram com acesso a internet 3G e Wi-Fi. A capacidade de conexão móvel com qualidade permitiu o melhor consumo do conteúdo em mobilidade. Para os jornalistas o desenvolvimento da tecnologia móvel trouxe mais facilidade na produção de conteúdo.

Ele pode ser utilizado para transmissões ao vivo, muitas vezes com qualidade de áudio superior aos telefones fixos e com a vantagem de possibilitarem a

³ Teleco Consultoria – Inteligência em Telecomunicações. Disponível em <http://www.teleco.com.br/internet.asp>. Acesso em 14 de julho de 2015.

mobilidade. Ao jornalista multimídia, ou que procura utilizar os potenciais do site de uma emissora de rádio, por exemplo, o aparelho de telefone celular tem ainda a utilidade de captar vídeos, fotos, conectar a internet para envio imediato de textos e arquivos, entre outras funcionalidades. (LOPEZ, 2009b, p.7-8).

Em 2003 foi assinado o Decreto nº 4.901 que configurou as bases do Sistema Brasileiro de Televisão Digital (SBTVD). Depois de vários debates escolheu-se a tecnologia japonesa de TV Digital para ser implantada no país, pois, segundo o governo oferece “custos mais baixos e maior facilidade na transferência de tecnologia e mobilidade” (MATOS, 2010a, p.49). O desligamento do sistema analógico ocorrerá em 2016.

Com a implantação dos canais digitais a televisão ganhou mobilidade e passou a convergir em diferentes áreas digitais como computadores, telefones celulares, minitelevisores móveis de aviões, automóveis e ônibus. Silva e Rocha (2010) acreditam que ao telejornalismo coube o desafio da produção de um conteúdo inédito e aprofundado tendo como matéria-prima o acontecimento. Além disso, os telejornais que possuem sites devem, ou ao menos deveriam, pensar em produção de conteúdos tanto para a televisão quanto para a web “que sejam complementares entre si, respeitando-se as características próprias de cada mídia” (SILVA; ROCHA, 2010, p.198)

No rádio a implantação do sistema digital ainda é debatida e testes estão sendo realizados. Em março de 2007 o Conselho Consultivo do Rádio Digital foi criado para auxiliar o governo no planejamento, porém Governo e radiodifusores não decidiram qual sistema será utilizado.

As opções estão entre o padrão europeu e o norte-americano. São eles: o modelo out-of-band europeu, chamado DAB (Digital Audio Broadcasting) e os modelos in-band: o norte-americano IBOC (in-Band-On-Channel) e europeu DRM (Digital Radio Mondiale) (BIANCO, 2011). Enquanto isso a migração das rádios AM para o espectro das FMs começa a ser realizado em todo o país nos termos do Decreto nº 8.139, de novembro de 2013.

Com a transposição do conteúdo televisivo para a internet e existência dos sites de telejornais aumentaram-se as possibilidades de interação. O telespectador/internauta pode participar da produção por meio de fóruns, chats, enquetes e mais recentemente com comentários em redes sociais. O mesmo acontece com os ouvintes de rádios de dial e webrádios, que pode influenciar no conteúdo jornalístico radiofônico. Além disso, os sites deram a oportunidade para os telespectadores e ouvintes acessarem os conteúdos em qualquer momento do dia, desde que o material seja disponibilizado. Jornalistas também

utilizam essas ferramentas interativas para conseguir fontes, buscar assuntos, checar informações e conhecer o público.

Uma das mudanças nos telejornais apontadas por Silva e Rocha (2010) relacionada ao crescimento do ciberespaço foi a criação de novos cenários em grande parte dos telejornais em 2010. Os telejornais da Globo, SBT e TV Cultura criaram cenários nos quais as redações com profissionais trabalhando em computadores compunham o fundo da cena ou o próprio cenário. Além disso, várias telas distribuídas pelo espaço de apresentação foram inseridas. “É interessante perceber as várias telas, enfileiradas ao fundo do cenário, que trazem a referência dos computadores e da presença da sociedade em rede no cotidiano na produção dos telejornais” (SILVA; ROCHA, 2010, p.205).

Mais recentemente o real e o virtual passaram a dividir ainda mais o espaço dos jornais, com a presença de displays, painéis virtuais, nos quais os apresentadores indicam números, gráfico e imagens. Também os telões com *touchscreen* que permitem que os apresentadores toquem a tela e manipulem os conteúdos mostrados. Essa tecnologia foi utilizada a primeira vez em 2008 no programa Fantástico, da rede Globo. Hoje já é um instrumento comum, mas na época mostrou-se inovador e permitiu maior associação entre a linguagem da TV e da internet.

Na época, a utilização do recurso trouxe o conceito de interatividade experimentado somente por alguns usuários de tecnologias de informática para o telejornal, representando uma noção para a apresentação das notícias, muito embora não interferisse diretamente no conteúdo informativo (SILVA; ROCHA, 2010, p.208).

Percebe-se que com a internet, os monitores, que eram comuns nas redações para uso operacional, como no *teleprompter*, agora são visíveis ao público e auxiliam na construção de notícias como recurso técnico que pode aumentar a qualidade do produto.

A marcante presença de grandes telas (monitores) integrando os cenários dos telejornais são fortes indicadores da influência do ciberespaço na linguagem televisiva. As telas, interativas ou não, funcionam como “portais” que dão acesso a informações em espaços e tempos diferenciados, além de trazer ao telejornal um atributo de inovação tecnológica e contemporaneidade. (SILVA; ROCHA, 2010, p.209).

Silva e Rocha (2010) apontam a multimídia e a interatividade como características do meio digital que estão disponíveis para a televisão. A multimídia no sentido da convergência dos formatos das mídias tradicionais no conteúdo jornalístico. A interatividade é vista como a possibilidade que as pessoas tem, como internautas, de

organizarem sua navegação de acordo com suas necessidades e não o contrário como ocorria antes.

É importante lembrarmos que na década de 1950 a TV absorveu a tecnologia radiofônica, complementando-a com o advento da imagem; nos anos 2000 a internet vem absorvendo a TV no que diz respeito à reprodução de tecnologia (som e imagem) e programação. Entretanto, diferentemente da TV, a internet, por meio de suas ferramentas, possibilita inúmeras formas de comunicação interativa, tornando possível, inclusive, deslocamentos na produção, circulação e recepção de conteúdos. (BEZZERRA; SILVA, 2013, p.131)

Segunda tela e redes sociais (2010-2015)

O período de 2010 aos dias atuais é marcado pela popularização dos *smartphones*, *notebooks* e *tablets*, que possibilitaram o fenômeno chamado de segunda tela, no qual os telespectadores assistem TV e ao mesmo tempo estão conectados a outros dispositivos, comentando o que veem na TV ou procurando mais informações sobre o que está sendo transmitido, ou seja, a navegação é influenciada pelo conteúdo da TV. Este hábito é cada vez mais comum. Um a cada seis brasileiros utiliza a internet enquanto assiste TV, segundo a pesquisa Social TV (IBOPE, 2012).

A pesquisa ainda apontou que 29% das pessoas que assistem TV e navegam na internet simultaneamente fazem comentários sobre os programas, principalmente nas redes sociais. Mais de 70% procuram informações na rede sobre o que está sendo mostrado e 80% já ligaram a TV ou trocaram de canal porque viram comentários a respeito ou receberam alguma mensagem pela internet. Neste cenário, os canais de televisão e alguns programas jornalísticos cada vez mais desenvolvem aplicativos para a segunda tela, neles os usuários podem acompanhar o conteúdo transmitido pela TV e interagir com os programas, comentar, realizar, dar sugestões, receber informações complementares tudo pelo aplicativo. Porém, ainda são poucas as iniciativas do jornalismo neste sentido.

De acordo com Bezerra e Silva (2013) as segundas telas não disputam a atenção do telespectador e sim complementam as informações vinculadas na televisão. “Não se trata de assistir televisão pelo computador ou por qualquer dispositivo conectado a Internet: é assistir a programação no aparelho de televisão, e comentar seu conteúdo na Internet (segunda tela), é a legitimação da audiência da TV na internet” (BEZZERRA; SILVA, 2013, p.132).

Neste período as redes sociais, como Facebook e Twitter tornaram-se as principais fontes de acesso a internet. Segundo a Pesquisa Brasileira de Mídia 2015, 92% dos internautas estão conectados por meio de redes sociais (BRASIL, 2015, p.7). A mais utilizada é o Facebook, seguido por Whatsapp e Youtube. Elas são usadas como fontes de entretenimento e informação, além de hoje serem importantes ferramentas de interação entre audiência e meios de comunicação.

Nos últimos anos, as primeiras *Smart TVs*, televisores com acesso a internet, entram de vez no mercado e oferecem ao consumidor ainda mais interatividade com o conteúdo tanto da internet, como da programação da TV normal.

Considerações finais

Compreende-se que as inovações apontadas anteriormente fortaleceram as possibilidades de interação do público com o conteúdo jornalístico e também com os produtores de conteúdo. Considera-se, portanto, as novas possibilidades de interação a característica principal que o jornalismo de rádio e TV partilham no ambiente convergente. Tem-se consciência que outras características existem, como a mobilidade, segmentação e imediatismo, mas dentro deste sintético resgate histórico exposto percebe-se este ponto a ser destacado.

Concordando com Lopez (2009a, p.202) acredita-se que ouvinte internauta hoje pode questionar, buscar mais informações, participar de maneira mais direta da produção de conteúdo. Isso porque a internet permitiu a criação de diferentes canais de comunicação, entre eles as redes sociais, os aplicativos de celulares, mensagens de texto e áudio, vídeos, entre outros. Silva e Rocha (2010) possuem a mesma visão em relação ao telejornalismo:

O diferencial da presença dos telejornais na Internet é a possibilidade de oferecer ao telespectador a oportunidade de ter uma parcela de participação no telejornal. Por meio de chats, fóruns, enquetes e salas de bate-papo, os telespectadores convertidos em usuários e internautas podem enviar perguntas, sugestões, emitir opiniões e estabelecer uma relação mais próxima com os produtores e convidados dos telejornais. Por sua vez, a equipe responsável pelo telejornal pode conhecer mais de perto o seu público e perceber quais são suas preferências, o que pode favorecer a busca pela qualidade e audiência do programa televisivo (SILVA; ROCHA, 2010, p.211).

Após 20 anos da chegada da internet comercial no Brasil, a televisão ainda é o veículo de comunicação predominante no Brasil, uma vez que 95% dos brasileiros afirmaram ver TV, dados da Pesquisa Brasileira de Mídia 2015. O rádio é o segundo meio

de comunicação mais utilizado pelos brasileiros atingindo 55% dos entrevistados. Enquanto que 48% da população usa a internet (BRASIL, 2015, p.7). Apesar dos esforços de empresas e do governo a banda larga ainda não é acessível a toda população, inclusive só ultrapassou o acesso discado em 2011. Durante esse período milhares de webrádios surgiram, grande parte das emissoras do dial passaram a transmitir online, a TV aberta está se digitalizando e o sinal é recebido por celulares e aplicativos, sites interagem com a programação televisiva e o público cada vez mais utiliza de todos os meios para receber conteúdo.

É inegável as alterações causadas no rádio e na televisão devido a ascensão da internet, tanto na produção jornalística, quanto como suporte para a informação. Esta ferramenta trouxe maior praticidade e qualidade na produção de conteúdo informativo. Por exemplo, o jornalista hoje pode apurar notícias sentado em frente a um computador.

O comunicador, além das informações utilizadas para compor notas, notícias e comentários encontra na web material sonoro para compor sua reportagem através de agências de notícias, assessorias de comunicação, sites de outros veículos e bancos de dados. (LOPEZ, 2009b, p.13).

Teóricos do Rádio e da Televisão como Ferraretto (2000) Lopez (2009) e Mattos (2010) já apontaram e conceituaram várias ferramentas facilitadoras do trabalho jornalístico advindos da internet. A chegada de tais instrumentos de interação mostra-se importante contribuição da internet para os dois veículos, além de ser uma característica significativa para se entender o processo de convergência entre meios de comunicação e internet.

As redes sociais são um dos instrumentos de interação cada vez mais utilizados pela mídia, até porque grande parte do conteúdo destas redes é oriunda da grande mídia. “As redes sociais estão remodelando a audiência e a forma como as pessoas assistem e se comportam diante da televisão” (BEZZERRA; SILVA, 2013, p.135).

A rádio na internet une diferentes elementos sonoros (podcasts, entrevistas, áudios ambientes, transmissões em tempo real), textuais, imagens e vídeos. Os ganhos se dão principalmente pela ampliação do conteúdo e interação com o público. Smartphones e tablets recebem o sinal digital das TVs, possuem aplicativos para audição de rádios, além de oferecer o sinal do FM, no caso dos celulares, o que permite receber o sinal digital e assim formar uma audiência móvel.

“Com a criação de sítios eletrônicos ligados aos telejornais tornou-se necessária a produção de conteúdos para a TV e para a web que sejam complementares entre si, respeitando-se as características próprias de cada mídia” (SILVA; ROCHA, 2010, p.198). A

mesma premissa serve para o radiojornalismo, portanto, os jornalistas passaram a ter que pensar conteúdos multimídia, que consigam adequar-se a linguagem e especificidades de cada veículo. Vê-se que o rádio e televisão caminham cada vez mais para uma realidade multiplataforma e convergente. Para sobreviver a esse meio será preciso se adaptar. O artigo “Registros históricos para pensar um rádio esportivo pós-industrial” da presente autora em conjunto com Valci Zuculoto (2015) aponta a necessidade do rádio pensar novas estruturas narrativas adequadas aos diferentes meios, o que também é válido para a televisão.

Pensar novas estruturas narrativas é primordial para a conquista do público, principalmente o jovem, acostumado com a internet e todos os novos dispositivos midiáticos desenvolvidos nos últimos anos. O rádio na internet precisa adaptar-se às especificidades deste ambiente da web, uma vez que nele o veículo deixa de ser apenas som e pode ser multiplataforma. (GONÇALVES; ZUCULOTO, 2015, pg.12)

Cada veículo deve manter suas especificidades, mas a união com plataformas e o uso de todas as ferramentas disponíveis parece ser o caminho a ser percorrido nesse novo cenário. Espera-se que esse percurso histórico e as reflexões aqui realizadas contribuam para as discussões a respeito das inúmeras mudanças pelas quais passam o jornalismo e fomentem novos estudos.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

BEZERRA, Ed Porto; SILVA, Elane Gomes. **Dispositivos móveis como potencializadores da Televisão Digital Interativa: desafios e usos da segunda tela no telejornalismo.** Revista Gemins. Ano 4, nº 1. P.127-144. 2013

BIANCO, Nelia R Del. **O Futuro do Rádio no Cenário da Convergência Frente às Incertezas Quanto aos Modelos de Transmissão Digital.** In: Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, 32., 200, Curitiba. Anais...São Paulo: INTERCOM, 2009.

BRASIL, Antonio C. **Convergência Midiática: A TV e os telejornais se encontram na internet.** In: Congresso Mundial de Comunicação ibero-americana, 1, 2011. São Paulo. Anais...São Paulo: CONFIBERCOM, 2011.

BRASIL, Presidência da República. Secretaria de Comunicação Social. **Pesquisa Brasileira de Mídia 2015: hábitos de consumo de mídia pela população brasileira.** Brasília, DF: SECOM, 2015.

BARBOSA, Marialva. **Jornalismo e a construção de uma memória para a sua história.** In.: BRAGANÇA, Anibal; MOREIRA, Sonia Virgínia. (orgs). Comunicação, acontecimento e memória. São Paulo: Intercom, 2005. p. 102- 111.

COSTA, L.M; COSTA, C. A. **Rádio Web: o mundo é logo ali.** 7º Encontro Nacional de História da Mídia. Fortaleza, 2009.

FERRARETTO, Luiz Artur. **Rádio: o veículo, a história e a técnica**. Porto Alegre: Editora Sagra Luzzatto, 2000.

IBOPE, Instituto Brasileiro de Opinião Pública e Estatística. **Ibope Nielsen Online**. Brasil, 2012.

GARCÍA AVILÉS, José Alberto et al. **Métodos De Investigación Sobre Convergencia Periodística**. In: Seminário do Acordo de Cooperação Brasil-Espanha. FACOM/UFBA - 3 a 7 de dezembro de 2007. (livro-pasta)

GONÇALVES, Jéssica; ZUCULOTO, Valci. **Registros históricos para pensar um rádio esportivo pós-industrial**. In: Encontro Nacional de História da Mídia, 10, 2015. Porto Alegre. Anais...Porto Alegre: ALCAR, 2015.

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

KUNH, Fernando. **O Rádio na Internet: rumo à quarta mídia**. 2000. Dissertação (Mestrado) – Mestrado em Mídias, Universidade Estadual de Campinas, Campinas, 2000.

LOPEZ, Débora Cristina. **Radiojornalismo hipermidiático: tendências e perspectivas do jornalismo de rádio all news brasileiro em um contexto de convergência tecnológica**. 2009. Tese (Doutorado) – Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Culturas Contemporâneas, Universidade Federal da Bahia, Bahia, 2009.

_____. **Marcos tecnológicos do radiojornalismo no Brasil: uma revisão histórica**. In: Encontro Nacional de História da Mídia, 1, 2009. Fortaleza. Anais...Fortaleza: INTERCOM, 2009.

MARTÍNEZ-COSTA, Maria Del Pilar. **Un nuevo paradigma para la rádio**. <<<http://www.saladeprensa.org/art199.htm>>> Data de acesso: 06/07/2015.

MATTOS, Sergio. **A evolução histórica da TV brasileira**. In: COUTINHO, I.; PORCELLO, F.; VIZEU, A. (Orgs.). 60 anos de telejornalismo no Brasil: história, análise e crítica. Florianópolis: Insular, 2010.

MATTOS, Sergio. **História da Televisão brasileira: Uma Visão Econômica, Social e Política**. 5ª Ed. São Paulo: Vorazes, 2010.

PRATA, Nair. **Webrádio: novos gêneros, novas formas de interação**. 2008. Tese (Doutorado)-Programa de Pós-Graduação em Estudos Linguísticos da Faculdade de Letras, Universidade Federal de Minas Gerais, Minas Gerais, 2008.

SILVA, E.; ROCHA, L. **Telejornalismo e Ciberespaço: convergência de tecnologia e informação**. In: COUTINHO, I.; PORCELLO, F.; VIZEU, A. (Orgs.). 60 anos de telejornalismo no Brasil: história, análise e crítica. Florianópolis: Insular, 2010.