

O rádio hipermediático e o gênero informativo no programa *Timeline Gaúcha*¹

Bruna Jacqueline Rohleder de LIMA²

Janine Marques Passini LUCHT³

Escola Superior de Propaganda e Marketing (ESPM-SUL)

Resumo

O presente artigo tem o objetivo de investigar de que forma o gênero informativo está presente nos programas do Timeline da Rádio Gaúcha, localizada em Porto Alegre (RS). Marques de Melo (2010) é o autor que dará a base para a análise. O trabalho visa, ainda, explorar as possibilidades existentes na internet que ampliam o alcance da informação. O uso de ferramentas digitais como vídeo, texto e imagem são elementos presentes no rádio do século XXI. A teoria do rádio expandido (KISCHINHEVSKY, 2012) e hipermediático (LOPEZ, 2010) também terão destaque no desenvolvimento do trabalho.

Palavras-chave

Radiojornalismo; Gênero informativo; Rádio expandido; Rádio hipermediático; Rádio Gaúcha.

1 Introdução

As emissoras de rádio no século XX contavam somente com um elemento: o som. O veículo foi o experimento de pequenos comerciantes nos anos 1920, o transmissor de propagandas políticas de Getúlio Vargas na década seguinte, e invadiu as ruas de Porto Alegre com canções através de aparelhos instalados nos postes da cidade em 1950 (JUNG, 2007). Quando a internet se popularizou, 50 anos depois, porém, o rádio precisou passar por reinvenções.

Em meados dos anos 2000, o espaço cibernético atraiu a atenção das pessoas e começou a receber a visita de internautas curiosos. A partir do crescimento da participação de usuários na internet, a presença do jornalismo foi inevitável. A primeira preocupação dos profissionais era publicar as notícias do jornal impresso nas páginas online, mas foi somente na terceira geração do webjornalismo (MIELNICZUK, 2003)

¹ Trabalho apresentado no Intercom Júnior – Jornalismo do XVIII Congresso de Ciências da Comunicação na Região Sul, realizado de 15 a 17 de junho de 2017

² Estudante de graduação do 7º semestre do Curso de Jornalismo da ESPM-Sul, e-mail: brunajrohleder@gmail.com

³ Orientadora do trabalho. Professora do Curso de Jornalismo da ESPM-Sul, e-mail: janine@espm.br

que se percebeu a necessidade de criar uma linguagem jornalística própria para a internet.

A partir disso, o radiojornalismo também precisou de uma renovação na maneira de noticiar, pois entendeu a oportunidade que estava à sua frente. Junto com a internet, as ferramentas multimídia se tornaram alternativas comunicacionais (KISCHINHEVSKY, 2011) que agregam o conteúdo do rádio. Imagem, texto e vídeo são exemplos dessas ferramentas que proporcionam uma experiência além da sonoridade.

Hoje, no início do século XXI, as rádios possuem um site oficial onde publicam o conteúdo que produzem para a emissora em forma de texto acompanhado de fotos, como notícias, notas e entrevistas. O internauta pode ouvir ao vivo a rádio online através do site da emissora. Além disso, as redes sociais, como Facebook e Instagram, e o *microblogging* Twitter, são exemplo de sites usados pelos jornalistas a fim de atualizar os internautas das recentes informações do dia. Os profissionais também publicam fotos que ilustram o fato noticiado.

Outra novidade criada com o espaço cibernético e inserida nas redes sociais é a transmissão da rádio ao vivo em vídeo. O que no século XX era difícil de imaginar, pois somente contava com o áudio como elemento do rádio, hoje, nos anos 2010, o ouvinte se torna telespectador. O internauta, ainda, se torna protagonista (JUNG, 2007) de um programa de rádio e interage com os apresentadores. Ele tem a possibilidade de os ver por meio da transmissão em vídeo, comentar via aplicativo Whatsapp e criticar o programa no espaço oferecido no site da emissora de rádio, nas redes de relacionamento e/ou nos *microbloggings*.

A internet, portanto, revolucionou a maneira do rádio funcionar. Apesar desse veículo ainda ter o áudio como elemento principal, existe a possibilidade de alcançar mais pessoas com o seu conteúdo. *Podcast* também é um outro formato de reinvenção do rádio que está sendo desenvolvido nessa década. As redes sociais e os *microbloggings* têm o papel de levar as emissoras de rádio mais perto de seus ouvintes-internautas.

Levando isso em consideração, o presente artigo baseia-se nos conceitos de rádio expandido (KISCHINHEVSKY, 2012) e rádio hipermidiático (LOPEZ, 2010). Além disso, serão explorados os gêneros jornalísticos sobretudo o informativo a partir de Marques de Melo (2010) e Lucht (2010). O trabalho, por fim, irá analisar quatro

programas do *Timeline* da Rádio Gaúcha a fim de explorar como a emissora tem aplicado as teorias apresentadas.

2 O rádio na era da convergência

O radiojornalismo sofre mudanças em sua maneira de trabalhar a partir do crescimento de novas mídias nos anos de 1990. Segundo Ferraretto (apud LOPEZ, 2010) o rádio se inseriu nesse processo com o uso do telefone celular como estratégia de apuração e incorporação da internet nas redações. Neste artigo, portanto, investigaremos de que forma a convergência tecnológica trouxe mudanças para o rádio.

Jenkins em seu livro “Cultura da Convergência” (2010) trouxe um conceito que é referência para pesquisadores em cibercultura. Ele destacou o processo de adaptação que as mídias tradicionais foram obrigadas a passar depois que a tecnologia digital adentrou o mundo contemporâneo. A popularização da internet, em meados dos anos 2000, como foi dito anteriormente, chamou a atenção da sociedade que passou a se tornar internauta. A consequência desse acontecimento foi que os veículos jornalísticos tradicionais, como o jornal impresso, a televisão e o rádio sofreram adaptações ao se inserir no contexto digital. Houve, então, uma convergência midiática.

A palavra “convergência”, no Dicionário Online de Português, tem o significado de dois pontos caminharem juntos para o mesmo fim ou mesmo objetivo. No contexto de Jenkins, as antigas mídias andam lado a lado com as novas mídias. Isso significa que as antigas não irão desaparecer, mas se adaptar ao contexto das novas: “os velhos meios de comunicação não estão sendo substituídos” (JENKINGS, 2009, p. 41). Por causa dessa imersão, Quadros (2013) afirma:

A convergência, na verdade, está forçando os meios antigos a coexistirem com as mídias emergentes e, conseqüentemente, modificando as funções e status dos meios tradicionais, conforme a introdução de tecnologias digitais provoca transformações nos processos de produção, emissão e consumo (p. 2-3).

A partir da convergência midiática, o rádio se renovou. As emissoras se apropriaram de recursos vindos da internet e passaram a explorar novas formas de comunicação. De acordo com Zuculoto (apud QUADROS, 2013), há dois novos tipos de rádio: o rádio na internet e as webemissoras. A diferença entre elas é que o primeiro é o rádio convencional, que transmite o seu conteúdo em AM e FM, mas, além disso, retransmite os programas em sites na internet. A webemissora, porém, como nomeia o autor, é outro

tipo de rádio e produzido exclusivamente “via rede mundial de computadores”. Para Prata (2009), esse formato se chama webrádio, e para Cebrián Herreros (2001), tem o nome de rádio plural.

Lopez (2010) aprofunda o estudo e apresenta o rádio hipermidiático. Esse formato radiofônico é o rádio convencional, que tem como principal elemento o som, mas conta com os recursos multimídia da internet. Vídeo, imagem, texto, infográficos, ilustrações são exemplos de multiplataformas usadas para complementar o conteúdo que o rádio tradicional está noticiando. A autora afirma que esses recursos não são fundamentais para a compreensão completa da mensagem, mas se trata de uma “produção complementar, de aprofundamento, detalhamento, memória ou utilidade pública” (LOPEZ, p. 140).

Sendo assim, os radiojornalistas podem se dispor dessas ferramentas multimídia a fim de atrair a atenção do leitor para o trabalho que está sendo feito nas rádios, e produzir interação com eles. Um dos aspectos que surgiram com a convergência midiática é a interatividade. A participação das emissoras nas mídias sociais e nos *microbloggings* é uma estratégia de comunicação e aproximação com os ouvintes-internautas. Kischinhevsky (2012) nomeia esse formato radiofônico, destacado também por Lopez (2010), de rádio expandido. O motivo do nome é pela possibilidade das emissoras irem além da sonoridade, e poder adentrar nas redes de relacionamento e *microblogs*. Dessa forma, as rádios “potencializam o alcance e a circulação de conteúdos” (p. 2).

Diante das transformações que a convergência midiática impôs ao jornalismo, as rádios tiveram que passar por uma reinvenção. As emissoras se apropriaram, além da transmissão ao vivo nos sites da internet, das plataformas multimídia que complementam as notícias. As mídias sociais e *microbloggings* contribuem para uma maior interatividade com os ouvintes-internautas.

Na próxima seção será investigado o gênero informativo que mais permeia as redações do rádio. A partir disso, serão destacados os formatos jornalísticos desse gênero que tem como característica principal a objetividade. Os radiojornalistas têm diversas maneiras de relatar para os ouvintes os acontecimentos do dia a dia.

3 O gênero informativo no rádio

Os gêneros jornalísticos servem para classificar as atividades realizadas no ambiente da profissão. A fim de facilitar a compreensão do leitor, o estudo se divide em cinco categorias, segundo Marques de Melo (2006): informativo, opinativo, interpretativo, utilitário e diversional. Neste capítulo irá ser explorado o gênero informativo no radiojornalismo que tem como centralidade a objetividade.

O autor Marques de Melo é referência quando o tema é gênero jornalístico. O livro “Gêneros Jornalísticos no Brasil” (2010) organizado por ele e por Francisco de Assis, tem o objetivo de discutir e refletir sobre os tipos de gêneros dentro da profissão. Nessa literatura é destacada a classificação informativo, opinativo, interpretativo, utilitário e diversional. Em outras palavras, pode-se dizer, ordenadamente, que a característica de cada categoria é ser objetivo e imparcial; dar opinião e versões de fatos; oferecer serviços; entreter e divertir.

Para Medina (2001), os gêneros jornalísticos servem:

Para identificar uma determinada intenção, seja de informar, de opinar, de interpretar ou de divertir. Podemos afirmar que os gêneros são determinados pelo estilo que o jornalista emprega para expressar para o seu público os acontecimentos diários (p. 50-51).

A divisão dos gêneros serve, para o autor, para identificar como os fatos jornalísticos são processados a fim de ser uma ferramenta para orientar o leitor quando se está consumindo o material. Quando este lê ou ouve uma notícia, então saberá se o relato tem o objetivo de informar ou de dar opinião, por exemplo.

Lucht (2010) procurou estudar os gêneros radiojornalísticos a fim de propor uma nova classificação, e dividiu em cinco gêneros e 33 formatos. Informativo, opinativo, interpretativo, diversional e utilitário são as categorias classificadas pela autora. Neste artigo, irá ser explorado somente o gênero informativo como estratégia para detalhar e descrever cada proposta pertencente a esse gênero.

O gênero informativo é, segundo a autora, “aquele que se limita a narrar os acontecimentos, sem emitir qualquer tipo de juízo de valor, opinião ou interpretação” (LUCHT, 2010, p. 274). O jornalista tem a função de simplesmente relatar um fato sem apelar para a subjetividade. Dentro desse gênero existe quatro formatos: nota, notícia, reportagem e entrevista. Estes se diferem entre si por meio da progressão de acontecimentos (MELO, 2003).

A nota é um relato que está em processo de apuração sobre um fato que já eclodiu (LUCHT, 2010). O formato é mais comum em rádio e na televisão por serem veículos de mais agilidade na transmissão de informações jornalísticas. A notícia busca, por outro lado, trazer dados e informações mais apuradas e, basicamente, segue a lógica do *lead*⁴.

A reportagem, contudo, se preocupa em aprofundar um acontecimento já relatado pela notícia. Pedrosa (2003) afirma que é “o relato da problemática da particularização e da contextualização dos acontecimentos”, ou seja, esse formato busca mais informações sobre um fato a fim de contextualizar o que aconteceu. Já a entrevista, por fim, é “uma técnica de obtenção de informações que recorre ao particular” (MEDINA, 1986) e é um “relato privilegiado” (MARQUES DE MELO, 2003). Esse formato tem o objetivo de destacar uma ou mais fontes para falar sobre algum fato ou acontecimento.

Os cinco formatos destacados por Marques de Melo (2003) são referentes ao estudo geral do gênero informativo. Mais especificamente, para Lucht (2010), no radiojornalismo há, além dos quatro formatos já apresentados (nota, notícia, reportagem e entrevista) a adição de mais três, como *flash*, manchete e boletim. Assim como existe no jornal impresso, o *flash* tem a função de lead no rádio. O tempo determinado para esse formato é de 15 a 30 segundos. É narrado pelo repórter, mas não é assinado pelo mesmo (Lucht, 2010). A manchete, porém, é a cabeça da matéria ou semelhante ao lead da notícia. É um resumo que geralmente é apresentado nos radiojornais de hora em hora. O formato é o *flash*, mas lido pelo locutor. O boletim, por fim, é uma matéria curta feita pelo repórter, e é composta por uma narração sem utilização de sonora.

Vale ressaltar a nota no contexto do radiojornalismo, que tem um caráter mais imediatista e breve, são “aquelas informações de ‘última hora’, recém-chegadas à redação, que mais tarde se confirmarão e serão ampliadas” (LUCHT, 2010). Além disso, a reportagem, no rádio é composta pela cabeça do *lead* da matéria lida pelo repórter, e seguido de uma sonora do entrevistado e mais a sonorização do local onde a notícia ocorreu. A entrevista, por fim, no radiojornalismo, pode ser entendida como um formato que é usado para coleta de informações que serão usados posteriormente para compor a matéria ou em *off*.

⁴ O lead, surgiu nos Estados Unidos no final do século XIX. Ele estabelece que o primeiro parágrafo do texto jornalístico deve relatar, de forma sintética, os fatos mais importantes da notícia. Por isso, nele são respondidos os seis elementos básicos da informação: o quê?, quem?, quando?, onde?, como? e por quê?. No Brasil, esse modelo foi introduzido em 1950 (CLEMENTE, 2005).

A tabela a seguir mostra o tempo de duração dos formatos informativos no rádio retirados do livro “Gêneros Jornalísticos no Brasil” (2010) no capítulo “Gêneros no radiojornalismo”.

Quadro 1 – Tempo de duração dos formatos informativos

Formato	Duração
Nota	15’’ a 30’’
Notícia	30’’ a 1’
<i>Flash</i>	15’’ a 30’’
Manchete	15’’ a 30’’
Boletim	1’30’’ a 3’
Reportagem	3’ a 5’
Entrevista	Varia (de 5’ a 30’)

Fonte: LUCHT, 2010, p. 276

Os gêneros jornalísticos, em suma, servem para compreender melhor a função dos agentes da profissão e a facilitar a leitura dos leitores, ouvintes ou telespectadores. O gênero informativo tem a função de relatar os acontecimentos sem destacar a opinião do repórter. No contexto do radiojornalismo, os formatos que compõem o gênero são nota, notícia, reportagem, entrevista, *flash*, manchete e boletim. Todos esses elementos são úteis para a propagação de informações.

4 Programa *Timeline* da Rádio Gaúcha

O objeto empírico escolhido neste artigo é o programa *Timeline* da Rádio Gaúcha de Porto Alegre (RS). Com o caráter informal, *Timeline* conta com três apresentadores: Luciano Potter, Kelly Matos e David Coimbra. O programa, além disso, segue a linha do rádio hipermediático (LOPEZ, 2010) e expandido (KISCHINHEVSKY, 2012).

Timeline foi transmitido ao vivo, pela primeira vez, na Rádio Gaúcha no dia 17 de novembro de 2014. Os apresentadores transmitem, como uma linha do tempo, as principais informações do dia. As pautas giram em torno dos temas de comportamento, cultura, humor, futebol, cotidiano, política e opinião. De segunda a sexta-feira *Timeline* é transmitido com uma hora de duração a partir das 10h. Dividido em quatro blocos, o programa traz, além da informação, também discussões, orientações, histórias, humor,

serviço de trânsito e tempo. A informalidade é uma característica que diferencia o *Timeline* de outros programas da Rádio Gaúcha. Os apresentadores noticiam de forma descontraída sem deixar de trazer muito conteúdo relevante para os ouvintes do local.

Ainda, Kelly Mattos, Luciano Potter e David Coimbra conversam com repórteres, comentaristas e ouvintes. A interação com estes é um destaque do programa. Através do aplicativo *Whatsapp* e da rede social *Facebook* e do *microblog Twitter*, os interessados mandam mensagens durante o programa e, através de uma filtragem feita pelos apresentadores, eles leem esses recados.

O jornalista David Coimbra apresenta o programa a partir de um estúdio caseiro em Boston, nos Estados Unidos. Ele traz informações do país americano aos ouvintes e comenta sobre as notícias diárias do Rio Grande do Sul junto com Luciano Potter e Kelly Matos. A sua participação só é possível por causa de uma transmissão ao vivo em vídeo via internet na rede de relacionamento *Facebook*. Dessa forma, os usuários desta rede social assistem ao programa ao vivo ou gravado.

Segundo a notícia do site *Coletiva.net*, em 17 de novembro de 2015, um ano após o lançamento do *Timeline*, o programa é líder no segmento *news* e cresceu 40% em audiência, segundo dados do Ibope. O programa teve maior participação de audiência da Rádio Gaúcha nos últimos 5 anos e cresceu 144% o público na faixa de 30 a 39 anos. Antes da inauguração do *Timeline*, o *Programa Polêmica*, apresentado pelo comunicador Lauro Quadros, ocupava a mesma faixa horária com 30 minutos a mais de duração. *Polêmica* foi ao ar durante 15 anos. Com a aposentadoria de Quadros, *Timeline Gaúcha* veio com uma nova proposta: informar os ouvintes de forma descontraída e humorada.

Diante dessas informações, o presente artigo irá analisar uma semana do programa *Timeline*, cinco programas, totalizando 5 horas. O critério de escolha da semana do corpus de análise foi aleatório, e compreende o período de 31 de agosto a 4 de novembro de 2016. Para isso, o trabalho adota a pesquisa quantitativa e qualitativa. A primeira usa dados numéricos enquanto que a segunda leva em consideração a subjetividade do pesquisador (LIMA, 2008). A escolha dos dois tipos de pesquisa está na busca por quantificar os formatos informativos presentes em cinco programas *Timeline*, e analisar a participação dos apresentadores e ouvintes nas redes sociais e *microblogging* no período determinado pela pesquisadora.

A pesquisa exploratória é, portanto, a metodologia do trabalho. O objetivo do método é aproximar o pesquisador do tema de pesquisa a fim de “desenvolver, esclarecer e modificar conceitos e ideias (GIL, 2010, p. 27). Há a possibilidade, então, do levantamento de hipóteses.

A pesquisa bibliográfica, a observação não-participante e a entrevista com a apresentadora do *Timeline* Kelly Mattos são as técnicas de coleta de dados para a pesquisa. A primeira consiste em auxiliar o pesquisador a desenvolver teoricamente a sua investigação e a interpretar os dados (ALMEIDA JR., apud LIMA, 2008, P. 48). A observação não-participante permite que o autor vivencie o ambiente e a realidade do objeto empírico sem, portanto, participar do fato ou do evento. A visita à Rádio Gaúcha e a observação ao vivo do programa *Timeline* no dia 08 de novembro de 2016 foi uma das ações adotadas pela autora.

Nesse mesmo dia foi realizada a entrevista com a apresentadora Kelly Mattos. O tipo de entrevista foi não-estruturada (LAKATOS; MARCONI, 2001). Isso significa que o entrevistador, portanto a pesquisadora, tem liberdade em desenvolver o andamento da entrevista de acordo com o que achar adequado. Há um roteiro pré-estabelecido, porém as perguntas são abertas e respondidas em uma conversa informal. A análise da coleta de dados, por fim, é de conteúdo. O objetivo da análise é “compreender criticamente o sentido das comunicações, seu conteúdo manifesto ou latente, as significações explícitas ou ocultas” (CHIZZOTTI, 2006 apud MOZZATO; GRZYBOVSKY, 2011, p. 734).

O primeiro passo da análise é, portanto, assistir aos cinco programas gravados na semana escolhida em formato em vídeo. Todos eles estão disponíveis na rede de relacionamento *Facebook* na página online do Programa *Timeline*. Nessa parte da investigação serão identificados os formatos informativos existentes no programa, e como são distribuídos, seja no primeiro, segundo ou terceiro bloco. A segunda etapa é, no entanto, explorar de que forma os apresentadores utilizaram as redes sociais *Facebook* e o *Twitter* através das postagens e as respostas aos internautas-ouvintes.

A seguir será apresentado o resultado da análise da pesquisa. O intuito do artigo é discutir o rádio na era da convergência e como é empregado no radiojornalismo o gênero informativo. Além disso, será investigado de que forma *Timeline* aplica as teorias apresentadas.

5 Análise do Programa *Timeline*: do estúdio às redes sociais

O capítulo conta com a análise de cinco programas assistidos via rede social *Facebook* na página de transmissão ao vivo da Rádio Gaúcha. A apresentadora Kelly Matos foi entrevistada pessoalmente pela pesquisadora no estúdio do programa. Os formatos do gênero informativo e a interação de internautas-ouvintes foram levados em consideração.

O gênero informativo está presente no programa bem como o opinativo. Neste artigo, porém, são considerados somente os formatos informativos. A seguir serão apresentados, em uma tabela, quem são estes e como são distribuídos em blocos ao longo do programa. Foi observado que, apesar de o programa *Timeline* ter 3 blocos, o tempo de cada um varia porque depende dos apresentadores para chamar o intervalo. Nessa semana, houve uma extensão maior de tempo em determinados blocos apesar de os apresentadores ouvirem a chamada sonora tradicional que indicam o momento do intervalo.

Formatos Informativos	Dia 31/10	Dia 01/11	Dia 02/11	Dia 03/11	Dia 04/11
Bloco 1	Entrevista	Nota Boletim	Boletim Nota	Boletim	Nota
Bloco 2	Boletim Notícia	Entrevista	Entrevista		<i>Flash</i> Entrevista
Bloco 3	<i>Flash</i>	<i>Flash</i>	<i>Flash</i>	Entrevista	

Os espaços em branco na tabela indicam que, durante o bloco 2, do dia 03/11, e no bloco 3, do dia 04/11, houve formatos do gênero opinativo. Como esse artigo não explora a opinião, os espaços na tabela ficam em branco. Como se pode observar, não há uma ordem definitiva dos formatos informativos no programa. A cada programação, de acordo com o tema e a decisão do produtor, a dinâmica do *Timeline* se modifica.

O boletim é narrado no programa pelo repórter Daniel Fraga que fala sobre o trânsito da cidade de Porto Alegre, como congestionamentos e acidentes. O jornalista Vitor Rosa geralmente traz notícias de acontecimentos da capital ou do Rio Grande do Sul, e apresenta informações e dados mais apurados, como foi explicado anteriormente. Ainda, os entrevistados do *Timeline* são distintos entre si, pois, nos cinco programas analisados, as pessoas escolhidas foram: o pastor Silas Malafaia; o prefeito de Curitiba Rafael

Valdomiro Greca de Macedo; os jornalistas esportivos Luis Henrique Benfica e Rodrigo Oliveira; a banda musical Nenhum de nós e o cantor de música gauchesca Fagundes Neto; e o ex-governador do Rio Grande do Sul Tarso Genro.

A justificativa da escolha de explorar somente os formatos entrevista, boletim, notícia e *flash* do gênero informativo foram esclarecidos com a apresentadora Kelly Mattos no estúdio da Rádio Gaúcha no dia 08 de novembro. Kelly declara: “*Timeline* é uma mesa redonda, um *talkshow*. A notícia é contada de forma diferente e não fechada como o programa Chamada Geral, por exemplo, que traz notícias seguido de outras. Inclusive, a gente se cobra muito para não fazer isso. Tem quadros fixos? Tem! Trânsito, a previsão do tempo, os que são patrocinados, mas o resto do tempo do programa é um *talkshow*”. Dessa forma, a identidade do *Timeline* é informar através de uma conversa entre os apresentadores e os convidados e, estar atentos aos comentários dos ouvintes via *whatsapp*, *Facebook* e *Twitter*.

A partir da análise dos cinco programas nos dias 31/10 (segunda-feira), 01/11 (terça-feira)⁵, 02/11 (quarta-feira), 03/11 (quinta-feira) e 04/11 (sexta-feira) de 2016 foi destacado quatro tópicos que esclarecem a participação dos internautas-ouvintes no programa *Timeline*, a interação deles através de comentários na rede social *Facebook*, além da intervenção de trechos de reportagens de outros veículos no programa, e fatos que acontecem a partir da transmissão em vídeo.

A primeira categoria é a participação do ouvinte no programa *Timeline*. Na entrevista do dia 31/10, com o pastor Silas Malafaia, o apresentador Luciano Potter lê um comentário no celular, mostra à Kelly Matos, e esta, baseado no que leu, elabora a próxima pergunta ao entrevistado. No dia 04/11, porém, houve três participações do ouvinte: a apresentadora Kelly lê um comentário no celular do usuário Rômildo Bolsan sobre futebol; Potter reproduz um comentário publicado no *microblogging Twitter* que o faz lembrar de um fato que tinha esquecido; e, durante uma nota do repórter Daniel Fraga, um ouvinte enviou uma mensagem via aplicativo *whatsapp* com uma informação que o jornalista não havia encontrado ainda. Foi lido ao vivo pela apresentadora Kelly no estúdio.

O segundo aspecto é a intervenção de outras reportagens durante o programa (TV e web). No dia 31/10, os apresentadores Luciano Potter e Kelly Matos pediram para aumentar o volume da televisão presente no estúdio a fim de que o apresentador do

⁵ A análise deste programa foi feita em áudio pelo site *SoundCloud* porque o veículo não disponibilizou neste dia em formato de vídeo.

programa Davi Coimbra pudesse ouvir a reportagem e, baseado nela, continuasse a discussão sobre as eleições municipais do Rio Grande do Sul. Já no dia 02/11, Kelly lê uma matéria publicada na internet sobre um voo de Porto Alegre à Santa Maria que causou medo nos viajantes. Em 04/11, por fim, Luciano Potter coloca ao vivo um áudio de uma matéria de televisão do *Jornal da Manhã* através do seu celular.

A terceira categoria é a interação dos usuários do *Facebook* na transmissão ao vivo em vídeo. Os internautas-telespectadores escrevem comentários antes de começar o *Timeline* na página online da Rádio Gaúcha. Ao longo do programa, eles continuam a interagir sobre o tema que está sendo debatido, durante as entrevistas com personalidades, e, além disso, sobre o que veem nos bastidores do programa no estúdio. Ainda, os usuários dão sugestões de pauta aos apresentadores, como assuntos que já foram noticiados pelo *Timeline* e eles querem informações atualizadas, e notícias de pessoas que já participaram do programa anteriormente. Há alguns internautas, também, que comentam mais de uma vez ao longo do programa, e interagem com outros usuários na forma de resposta e curtida a um comentário. A própria Rádio Gaúcha, no dia 04/11, curtiu um comentário do usuário Vitor Alcará.

O quarto aspecto, por fim, são os fatos que ocorreram por causa da transmissão ao vivo em vídeo no *Facebook*: No início do programa em 01/11, Kelly Matos mostra aos ouvintes o penteado de Luciano Potter. Em 02/11, em uma quarta-feira, o usuário da rede social, “Numa Boa”, comenta: “Picnic no estúdio” enquanto os apresentadores, Luciano Potter e Kelly Matos tomam um suco da marca patrocinadora do programa. No dia 03/11, no entanto, o apresentador Potter mostra a capa de um livro da banda *Nenhum de Nós* para a câmera do estúdio a fim de que os internautas-telespectadores pudessem ver como é visualmente a obra. No mesmo programa, o usuário Jorge Prates faz o comentário: “que coisa heim!!! Estou vendo a Rádio Gaúcha. Há pouco tempo atrás isso seria piada. Show”.

Diante dos quatro tópicos destacados, pode-se perceber a constante participação do usuário que, além de ouvinte é telespectador. Este se torna, em alguns momentos, um protagonista do programa porque esclarece e auxilia os telespectadores no andamento da programação. Há a interatividade dos internautas com os apresentadores e também com outros usuários. Por causa da transmissão ao vivo em vídeo do *Timeline*, os ouvintes se sentem parte da produção do programa e fazem comentários online do que estão vendo.

A partir da convergência midiática, com a tecnologia influenciando o trabalho dos veículos tradicionais, e o surgimento do rádio expandido ou hipermidiático, a rotina de trabalho do jornalista se modificou. Durante a entrevista com a apresentadora Kelly Mattos, no dia 08 de novembro, ela expressou o quanto essa realidade está impregnada na rotina da redação da Rádio Gaúcha. Sobre o *Timeline*, ela afirma: “o programa tem o cuidado de cercar as pessoas para que elas possam não só ouvir, mas ler a Rádio Gaúcha. Quando um repórter tem uma informação, ela automaticamente está no nosso site, no *Twitter* e no *Facebook* para ser lida e vista em imagem”.

De fato, durante a observação não participante da pesquisadora no programa *Timeline* do dia 08 de novembro, a apresentadora Kelly Mattos tira fotos da mesa do estúdio com os convidados da entrevista no segundo bloco, e posta na rede social *Instagram*. Além disso, ela escreve uma postagem no *microblogging Twitter* sobre o que está acontecendo naquele momento. Kelly complementa: “tudo é construído para que a Rádio Gaúcha cerque os ouvintes de todas as formas. Se este estiver em uma reunião, o ouvinte e usuário vai ler no *Twitter* o que está sendo falado na rádio. Nós estaremos em todas as plataformas. Isso é novo? Sim, mas nós estaremos onde o nosso ouvinte estiver”.

A interatividade presente no programa *Timeline* dá a oportunidade para que o ouvinte traga uma informação em tempo real aos apresentadores sobre o que está acontecendo na cidade, no estado e no Brasil. A apresentadora Kelly Mattos exemplifica: “Uma menina corrigiu o Luciano Potter porque ele tinha errado uma data. É instantâneo! Tem uma outra coisa que isso nos permite quando acontece alguma coisa, um incêndio, uma batida de carro, qualquer coisa, eles mandam para nós. Às vezes falta luz, eles não ligam para a CEEE, mas para Rádio Gaúcha. E isso ajuda para que a informação se espalhe mais rápido”.

O programa, por fim, se preocupa em estar por dentro de assuntos que circulam nas redes sociais. Os apresentadores costumam olhar juntos o que a maioria dos usuários estão falando para definir quais temas eles irão abordar na programação futura. O programa *Polêmica*, apresentado pelo jornalista Lauro Quadros, ocupava anteriormente o horário do *Timeline* na Rádio Gaúcha com mais 30 minutos de duração. A audiência, na época, tinha 40 mil e subiu, quando estreou o *Timeline*, para 100 mil. Isso aconteceu, de acordo com Kelly Mattos, porque “o programa *Polêmica* se propunha em discutir sobre um único tema durante uma hora e 30 minutos. Hoje o rádio não tem uma

dinâmica que te permite ignorar fatos nesse período de tempo”. O *Timeline*, portanto, é um programa que pode mudar a sua programação se uma informação relevante acontecer durante o período do programa, além de permitir essa interatividade online que está em alta no início do século XXI.

6 Considerações Finais

O jornalista que trabalha em uma rádio tradicional precisa se adaptar à cultura hipermidiática ou em expansão, baseado nas teorias desenvolvidas por Lopez (2010) e Kischinhevsky (2012). A interatividade e o uso de multiplataformas, como vídeo, áudio, fotos, por exemplo, fazem parte da linguagem desse profissional nos anos 2010.

A partir da análise do programa *Timeline* pode-se compreender que a atenção ao que o ouvinte fala e escreve nas redes sociais pode ser um elemento relevante para o aumento da interatividade e audiência de um programa. A transmissão ao vivo em vídeo proporciona, também, uma nova experiência em rádio assim como uma televisão, que mostra como é a aparência dos apresentadores, produtores e convidados. O comentário em tempo real, além disso, pode modificar o andamento da programação a partir de uma informação relevante que o ouvinte apresenta através do aplicativo *whatsapp*, *microblogging Twitter* e rede social *Facebook*.

A rotina de trabalho de um jornalista de rádio também muda, pois precisa estar presente nas redes sociais e microblogging que aproximam os profissionais dos usuários-ouvintes ou usuários-telespectadores. A apresentadora Kelly Mattos na entrevista com a pesquisadora afirma que a rádio precisa cercar o ouvinte onde ele estiver, e a informação não é só transmitida em áudio, mas também em texto, imagem e vídeo.

Os formatos informativos do programa *Timeline* se distribuem a partir da proposta do programa em ser mais dinâmico, conversado e informal, como um *talkshow*. Dessa forma, a notícia é informada ao ouvinte de uma maneira menos fechada e formal. A programação também se propõe a ter uma característica própria e se distinguir de outros programas da Rádio Gaúcha.

Em suma, o rádio hipermidiático ou em expansão é uma proposta nova que está em fase de experimentação. O jornalista precisa estar em adaptação conforme os avanços tecnológicos influenciados pela convergência midiática. Neste momento, o ouvinte se

torna usuário que, além de ouvir, pode ver. O profissional precisa, ainda, estar onde o ouvinte está.

7 Referências

- CEBRÍAN HERREROS, Mariano. **La radio en la convergência multimedia**. Barcelona: Gedisa, 2001.
- CLEMENTE, Tatiany Araújo. **A função do lead no jornalismo impresso atual**. 2005. Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação) – Comunicação Social, UniCEUB, Brasília, 2005.
- GIL, Antonio Carlos. **Métodos e técnicas de pesquisa social**. 6 ed. 3 reimpr. São Paulo: Atlas, 2010.
- JENKINGS, Henry. **Cultura da Convergência**. 2 ed. São Paulo: Aleph, 2009.
- JUNG, Milton. **Jornalismo de rádio**. São Paulo: Contexto, 2007.
- KISCHINHEVSKY, Marcelo. Radiojornalismo comunitário em mídias sociais e microblogs: circulação de conteúdos publicados no portal RadioTube. **Estudos em Jornalismo e Mídia**. V.9, n.1, jan-jun. 2012. P. 136-148.
- LAKATOS, Eva Maria; MARCONI, Marina de Andrade. **Fundamentos de metodologia científica**. 4 ed. e ampl. São Paulo: Atlas, 2001.
- LIMA, Manolita Correia. **Monografia: a engenharia da produção acadêmica**. 2 ed. ver. e atualizada. São Paulo: Saraiva, 2008.
- LOPEZ, Debora Cristina. **Radiojornalismo hipermidiático: tendências e perspectivas do jornalismo de rádio all news brasileiro em um contexto de convergência tecnológica**. Covilhã, Portugal: LabCom, 2010.
- LUCHT, Janine Marques Passini. Gêneros no radiojornalismo. In: MARQUES DE MELO, José; ASSIS, Francisco de (Org). **Gêneros jornalísticos no Brasil**. São Bernardo do Campo: Universidade Metodista de São Paulo (2010).
- MARQUES DE MELO, José. **Gêneros da comunicação massiva**. 2006. (Original do autor).
- _____. **Jornalismo opinativo: gêneros opinativos no jornalismo brasileiro**. 3 ed. Campos do Jordão: Mantiqueira, 2003.
- MOZZATO, Anelise Rebelato; GRZYBOVSKI, Denize. Análise de conteúdo como técnica de análise de dados qualitativos no campo da administração: portencial e desafios. **RAC – Revista de Administração Contemporânea**, Curitiba, v.15, n. 4, p. 731-747, jul.\ago. 2011. Disponível em: <http://www.scielo.br/pdf/rac/v15n4/a10v15n4.pdf>
- MEDINA, Cremilda. **Entrevista: o diálogo possível**. São Paulo: Ática, 1986.
- MEDINA, Jorge Lellis Bomfim. **Gêneros jornalísticos: repensando a questão**.
- MIELNICZUK, Luciana. **Jornalismo na Web: uma contribuição para o estudo do formato da notícia na escrita hipertextual**. Tese. (Doutorado). Faculdade de Comunicação da Universidade Federal da Bahia. Salvador. 2003.
- Matéria do site Coletiva.net: <http://coletiva.net/noticias/2015/11/programa-timeline-completa-um-ano/>
- PEDROSO, Rosa Nívea. **Elementos para compreender o jornalismo informativo**. 2003.
- PRATA, Nair. **Webradio: novos gêneros, novas formas de interação**. Florianópolis: Insular, 2009.
- QUADROS, Mirian Redin de; LOPEZ, Debora Cristina. **A interatividade no rádio hipermidiático e expandido: uma proposta de classificação**. In: CONGRESSO BRASILEIRO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO, 35., 2013, Manaus. GP Rádio e Mídia Sonora. Disponível em: <http://www.intercom.org.br/papers/nacionais/2013/resumos/R8-1065-1.pdf>
- SYMPOSIUM – Revista Symposium, São Paulo, ano 5, n.1, jan-jun. 2001. Disponível em: <http://www.thaisabueno.com.br/wp-content/uploads/2016/01/01-textonovogenero-1.pdf>