

UNIVERSDADE FEDERAL DE OURO PRETO- UFOP
INSTITUTO DE CIÊNCIAS SOCIAIS APLICADAS
DEPARTAMENTO DE CIÊNCIAS SOCIAIS, JORNALISMO E SERVIÇO SOCIAL
CURSO DE JORNALISMO

GEOVANI BARBOSA FERNANDES

**RÁDIO PLURAL: estruturas e práticas laboratoriais de uma
webradio**

Mariana

2016

GEOVANI BARBOSA FERNANDES

**RÁDIO PLURAL: estruturas e práticas laboratoriais de uma
webradio**

Monografia apresentada à Universidade Federal de Ouro Preto (UFOP), como requisito parcial para obtenção do título de Bacharel em Jornalismo.

Orientadora: Prof.^a Debora Cristina Lopez

Mariana

2016

Catálogo na fonte: Bibliotecário: Essevalter de Sousa - CRB6a. - 1407 - essevalter@sisbin.ufop.br

Fernandes, Geovani Barbosa Rádio plural estruturas
e práticas laboratoriais de uma webradio [CD-ROM]/
Geovani Barbosa Fernandes.-Mariana, MG, 2016.
1 CD-ROM ou DVD (54 min.): tabs., quadros; 4 3/4 pol.+ 1 monografia

Trabalho de Conclusão de Curso (graduação) - Universidade
Federal de Ouro Preto, Instituto de Ciências Sociais
Aplicadas, Departamento de Ciências Sociais, Jornalismo
e Serviço Social, DECSO/ICSA/UFOF

1. Rádio - Teses. 2. MEM. 3. Convergência tecnológica
- Teses. 4. Monografia. 5. Multimídia - Teses. 6.
Redes sociais - Teses. I.Lopez, Débora Cristina. II.Universidade
Federal de Ouro Preto - Instituto de Ciências Sociais
Aplicadas - Departamento de Ciências Sociais, Jornalismo
e Serviço Social. III. Título.

CDU: Ed. 2007 -- 659.3
: 15
: 1415611

Geovani Barbosa Fernandes

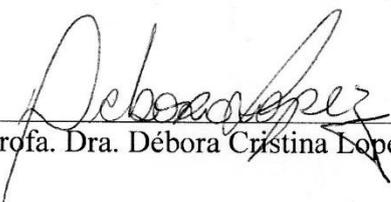
Curso de Jornalismo – UFOP

RÁDIO PLURAL:

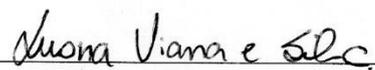
estruturas e práticas laboratoriais de uma webradio

Trabalho apresentado ao Curso de Jornalismo do Instituto de Ciências Sociais e Aplicadas (ICSA) da Universidade Federal de Ouro Preto como requisito parcial para a obtenção do grau de Bacharel em Jornalismo, sob orientação da Profa. Dra. Débora Cristina Lopes.

Banca Examinadora:



Profa. Dra. Débora Cristina Lopes



Luana Viana e Silva (Mestranda PPGCOM)



Prof. Dr. Marcelo Freire.

Mariana, 12 de agosto de 2016.

AGRADECIMENTOS

Dedico essa pesquisa às mulheres que tornaram essa jornada possível, minhas mães Vanda Maria e Hilária dos Santos. Ao apoio incondicional da minha irmã Bianca Barbosa. Ao companheirismo dos amigos Gil Amorim, Emmerson Barcellos, Humberto Lauro e Fabiane Galiza, pois durante todo o processo acadêmico estiveram do meu lado. A família Sua Mãe, que sempre esteve presente nas horas boas e nas ruins. À lembrança do meu pai, José Fernandes, que infelizmente não pode presenciar meu ingresso na Universidade. E por fim aqueles que não me acompanharam até o fim desta caminhada, seja fisicamente ou espiritualmente, mas que de alguma forma fizeram parte deste processo. Este trabalho é dedicado à vocês.

RESUMO

A partir da disciplina eletiva *Webradio*, do curso de jornalismo da Universidade Federal de Ouro Preto, surgiu a Rádio Plural. Com existência exclusiva na web, a Rádio busca audiência através de um conteúdo diversificado na programação e uso das redes sociais, para um público amplo. O objetivo do trabalho a seguir é registrar as práticas laboratoriais da Rádio Plural, através da análise de conteúdo da sua programação e conteúdo das redes, baseado nos estudos de linguagem radiofônica através das mídias digitais, modelos de programação radiofônica, e diretrizes criadas para os cursos de Jornalismo. A conclusão desta pesquisa objetiva o uso do potencial e articulação desses elementos na Rádio.

Palavras-chave: WEBRADIO, REDES SOCIAIS, PRÁTICAS LABORATORIAIS.

ABSTRACT

From Webradio elective of the Federal University of Ouro Preto journalism course, came the Radio Plural. With exclusive presence on the web, the Radio pursuit audience through a diverse content in programs and use of social networks to a broad audience. The objective then is to register laboratory practices of the Radio Plural through content analysis of their programming and content networks, based on studies of radio language through digital media, radio programs models and guidelines created for the courses of Journalism. The conclusion of this research aims to use the potential and articulation of these elements in the Radio.

Keywords: WEBRADIO, SOCIAL NETWORKS, LABORATORY PRACTICES.

LISTA DE FIGURAS

Figura 01 – Sistema semiótico radiofônico de Balsebre	14
Figura 02 – Primeira logo da Rádio Plural	35
Figura 03 – Segunda logo da Rádio Plural	35
Figura 04 – Primeiro site da Rádio Plural (inutilizado)	35
Figura 05 – Segundo site da Rádio Plural (inutilizado)	36
Figura 06 – Publicações com <i>streaming</i>	37
Figura 07 – Terceiro site da Rádio Plural (atual)	37
Figura 08 – Página inicial do Facebook da Rádio Plural	40

LISTA DE QUADROS

Quadro 01 – Elementos multimídias presentes e futuros de Salaverria	17
Quadro 02 – Classificações das redes sociais da Rádio Plural	42
Quadro 03 – Primeira proposta de programação de segunda a sexta da Rádio Plural	45
Quadro 04 – Primeira proposta de programação de sábado e domingo da Rádio Plural	47

SUMÁRIO

INTRODUÇÃO	09
1. ELEMENTOS RADIOFÔNICOS E EDUCAÇÃO	11
1.1 Linguagem radiofônica	11
1.2 Programação radiofônica	18
1.3 Rádio e internet: suportes e elementos proporcionados com o advento da web	23
1.4 Diretrizes Curriculares Nacionais e a webradio no contexto acadêmico	27
2. RÁDIO PLURAL E AS PRÁTICAS LABORATORIAIS	33
2.1 Criação do projeto	33
2.2 Rádio Plural na rede	34
2.3 Modelo de programação	45
3. CONSIDERAÇÕES FINAIS	55
4. REFERÊNCIAS	58

INTRODUÇÃO

O rádio como veículo de comunicação, é um transformador histórico e social. Mesmo com o surgimento de novos meios de comunicação, continua ativo no cotidiano da sociedade. Mas o rádio de hoje ainda é o mesmo que surgiu há mais de 90 anos atrás? A resposta é não. Mas o que é o rádio hoje então? Essa é uma das perguntas que a pesquisa a seguir procura responder.

Com o surgimento da internet, o rádio sofre um novo processo de transformação, assim como foi com a chegada da televisão, por exemplo. Essa plataforma contribuiu para uma maior disseminação da radiofonia. O acesso à internet tem aumentado a cada dia que passa, o que acaba proporcionando uma interação maior entre as pessoas. Meios como o Rádio e a TV já estão presentes na internet, e proporcionam uma alternativa de acesso à comunicação.

Dentro desse contexto convergente, e a partir da disciplina eletiva *Webradio*, do curso de jornalismo da Universidade Federal de Ouro Preto¹ surgiu a Rádio Plural, a partir da necessidade da exclusividade de um laboratório de excelência acadêmica gerida pelos próprios alunos do curso de jornalismo da Universidade Federal de Ouro Preto, para a execução de práticas laboratoriais (PRATA, 2013, p. 32). A presença da internet faz com que os campos dos estudos em comunicação expandam seus horizontes, permitindo novas pesquisas em comunicação. A utilização da web nos meios tradicionais causou não apenas uma mudança na forma de se fazer comunicação, mas também a forma de interação entre emissor e ouvinte.

O rádio não vai deixar de existir por causa da internet, mas traçar rotas alternativas para sua difusão. Traçando um pequeno caminho histórico sobre radiofonia, a partir das atividades da Rádio Plural, e dos estudos de Nair Prata sobre webradio, a pesquisa pretende relatar o funcionamento da Plural como laboratório acadêmico e compreender também as mudanças que a internet traz para o contexto educacional dos laboratórios de comunicação.

Baseado nos elementos de Balsebre, pretende-se compreender a linguagem radiofônica e a exploração do seu potencial expressivo. A combinação entre a palavra, os efeitos sonoros, a música e o silêncio, possibilitam a transformação dessas unidades em conteúdo radiofônico.

¹ <http://www.prograd.ufop.br/arqdown/matriz/JOR.pdf> Acesso: 19/07/2016

Para definir o modelo de programação, são utilizados nesta pesquisa os estudos de Castelli, baseados em autores como Cebrian Herreros, Ferraretto e Prietro. Os autores utilizados por Castelli fazem definições próprias de modelos radiofônicos, baseadas nos conteúdos e segmentação das emissoras ou programas. Com a internet e os dispositivos tecnológicos, surgem novas formas de consumo do rádio.

O processo de convergência tecnológica e midiática também permeiam o caminho da pesquisa. As Tecnologias da Informação e Comunicação (TIC's), citadas por Lopez, são importantes ferramentas no processo das convergências. A difusão dos meios de comunicação que agora é multimídia, permitiu um consumo hipermidiático, visto através dos estudos de Salaverria. De qualquer forma a utilização de novos elementos precisa reforçar o elemento principal de cada um dos meios, como o som no rádio. A centralização dos meios de comunicação e das tecnologias, como Klöckner ressalta, permite uma maior participação do público e aumenta a interação entre emissor e usuário. No caso do rádio, o ouvinte que antes interagiu através de cartas e telefone, agora também é ativo na programação da emissora, através de e-mails, redes sociais, bate papo, entre outros.

A análise de conteúdo da programação da Plural, e das redes sociais utilizadas na web pela emissora e seus programas, procura objetivar como é desenvolvida a difusão em busca da audiência. A Rádio Plural além de laboratório radiofônico e de comunicação, é considerada uma webradio, uma vez que ela é transmitida apenas pela internet, sem ondas hertzianas. O fundamento desse conceito foi baseado nos estudos de Nair Prata (2009).

A análise de conteúdo da Rádio começa com um breve histórico sobre a sua história, desde a ideia à inauguração. A partir daí, através da análise das redes sociais e depoimentos coletados com a equipe e a coordenação atual da Rádio Plural, analisa-se o período de transição até o funcionamento da plataforma atual do site, no sistema da Universidade Federal de Ouro Preto. A partir do funcionamento do site atual integrado com as redes sociais até a conclusão da pesquisa, procura-se compreender o funcionamento da Plural como uma webradio.

Já como laboratório de comunicação, a Rádio foi analisada através das Diretrizes Curriculares Nacionais (DCN's), afim de compreender se o laboratório atende as exigências nacionais definidas pelo Ministério da Educação (MEC). O projeto da Rádio Plural desde a sua criação, até os dias atuais também está inserido nesta pesquisa.

CAPÍTULO 01

ELEMENTOS RADIOFÔNICOS E EDUCAÇÃO

1.1 Linguagem Radiofônica

Segundo o Dicionário Aurélio, linguagem é a expressão do pensamento transmitida através da palavra, da escrita ou por meio de sinais.² Pode ser dividida em verbal, executada através de palavras, e não-verbal, feita através de sinais ou imagens. Os meios de comunicação, como o rádio, a TV e o impresso, possuem características próprias de linguagem, e através dos processos de comunicação, realizados entre emissor e usuário, com signos combinados entre si, a linguagem é compreendida. Com o desenvolvimento da web na década de 90 e as tecnologias que fazem seu uso, esses meios ganharam mais uma plataforma no processo comunicativo. O viés deste trabalho foca em apenas um desses meios: o rádio, mas especificamente a webrádio. Antes de compreendermos o rádio na web, começaremos a definição da linguagem radiofônica pelas rádios hertzianas.

O rádio é um meio de comunicação, difusão e expressão com duas metas: a recriação e reconstituição do mundo real; e, a criação de um mundo imaginário e fantástico. Possui um duplo aspecto comunicativo, na produção de enunciados significantes através de seus códigos, e gerador de variações particulares sobre a base do código, dentro de uma interação entre emissor e ouvinte (BALSEBRE, 1994, p. 327). Nas rádios hertzianas³, o som é o único meio de contato entre emissor e ouvinte e a sentido auditivo se faz necessário para a compreensão da mensagem (MENDES REIS, 2012, p. 03).

Em 1975, na obra *La comunicacion y Ios mass media*, o estudioso Abraham Moles, definiu três aspectos da linguagem radiofônica: a palavra, a música e o efeito sonoro. Baseado nesses estudos, Armand Balsebre incluiu o silêncio como quarto elemento expressivo na composição da linguagem radiofônica (BALSEBRE, 1994, p. 328). O silêncio como elemento expressivo, é criador de núcleos narrativos, e às vezes significa mais do que a própria palavra, podendo representar ódio, raiva, tristeza, etc. (BALSEBRE, 1994, p. 334).

² <http://dicionariodoaurelio.com> Acesso: 28/09/2015

³ <http://www.sarmiento.eng.br/Hertz.htm> Acesso: 03/04/2016

Baumworcel (2005, p. 03) diz que o silêncio é o mediador da interpretação, e contribui para a construção do imaginário do ouvinte, sendo esse receptor ativo, construindo seu próprio cenário em um espaço múltiplo de interpretações. Segundo Orlandi (*apud* BAUMWORCEL, 2005, p. 03), a incompletude da linguagem que produz essa possibilidade. “O silêncio dá ao dizer a possibilidade de ter vários significados. O emissor constrói a dramaturgia da realidade, mas é o ouvinte, em silêncio, quem produz suas próprias ilusões. É o caráter de incompletude da linguagem” (BAUMWORCEL, 2005, p. 03).

Em sua obra, Balsebre comenta também sobre a atuação negativa do silêncio, pois ela cessa depois de alguns segundos (BALSEBRE, 1994, p. 334). Mas o silêncio para significar precisa estar inserido dentro de um contexto. Cebrian Herreros (*apud* BAUMWORCEL, 2005, p. 03) destaca que por si só, no rádio o silêncio é apenas a ausência dos outros elementos, mas compreende que combinado com outros pode criar várias interpretações e dizer mais do que elementos orais.

Juntamente com a palavra, o silêncio define a linguagem verbal, pois a palavra não tem significado se não for expressada em sequências de silêncio/som/silêncio (BALSEBRE, 1994, p. 334). Já a linguagem radiofônica não pode ser definida apenas como linguagem verbal, pois isso exclui seu caráter como meio de expressão (BALSEBRE, 1994, p. 328).

A linguagem radiofônica é artificial, interpretada pelo locutor e transmitida com naturalidade, reproduz uma realidade acústica, cria proximidade com o ouvinte. A palavra transmitida através do rádio não é apenas verbal, também produz expressão. Tem cor, forma, e significado, produzidas pelas vogais e consoantes (BALSEBRE, 1994, p. 331).

As vogais têm o poder de colorir a voz. As consoantes projetam as vogais e dão conteúdo. Se as vogais são os sons musicais da palavra, dando forma e cor a nossa voz, as consoantes são seu significado. E na construção da mensagem, clareza e sonoridade são essenciais (BALSEBRE, 1994, p. 331).

O ritmo das pausas, da melodia e da harmonia da palavra, contribui para o prazer estético, dando ordem e proporção nas sequências do som, despertando atenção e interesse do ouvinte. Ainda segundo Balsebre (1994, p. 331), a expressão musical da palavra é definida pela melodia e entonação da voz. Sobre a cor da palavra radiofônica, ela é definida pelo timbre, tom e intensidade. Por exemplo, “uma voz mais aguda cria uma mensagem mais clara e a grave mais obscura”.

As vozes mais graves dão a sensação de presença ou proximidade, enquanto as mais agudas e mais claras, provocam a sensação psicológica de distância. As vozes mais graves são mais indicadas para programas noturnos por trazerem um contato

psicológico mais estreito num horário em que o ouvinte está mais tranquilo. Já uma voz aguda que denota mais clareza e inteligibilidade, embora menos presença, será mais adequada para programas diurnos, mais alegres e excitantes num momento em que a audiência está mais dispersa e em movimento (BALSEBRE, 1994, p. 331).

Juntamente com a palavra e o silêncio no rádio, música e efeitos sonoros fazem parte do sistema expressivo radiofônico. A música possui duas funções: expressiva, na criação da atmosfera ou clima musical; ou descritiva, de algo, alguém ou lugar. Seu sentido conotativo gera relação afetiva com o ouvinte, na criação de imagens auditivas podendo conduzir o ouvinte por diversas sensações (BALSEBRE, 1994, p. 333).

Balsebre define quatro funções para os efeitos sonoros no rádio: ambiental, criadora da noção espacial; expressiva, criadora da relação sentimental com o ouvinte; narrativa, cria a conexão através de uma passagem sonora e outra; e ornamental, cria uma atmosfera sonora mais atraente, fortalecendo o afeto do ouvinte. A justaposição ou superposição dos efeitos sonoros com a palavra e/ou a música definem a conotação significativa no rádio. Pode ter função narrativa através de uma passagem sonora e outra (BALSEBRE, 1994, p. 334). Para elaboração de um conteúdo multimídia de qualidade, música e efeitos sonoros são essenciais. Acentuam e acrescentam veracidade Àquilo que se mostra através das imagens (SALAVERRIA, 2014, p. 37).

Além da combinação dos elementos, Medistch (*apud* BAUMWORCEL, 2005, p. 04) aponta que a transmissão radiofônica deve acontecer em tempo real (seja ao vivo ou gravado), dentro de um contexto social compartilhado entre emissor e ouvinte, e sua identidade se dá pela “especificidade do discurso”, não importando a plataforma de transmissão.

Reproduzidos através de recursos técnicos, os quatro elementos expressivos criam a significação caracterizada pelo processo de percepção visual e imaginativo dos ouvintes, compondo a estrutura do sistema semiótico radiofônico de Balsebre. Esses quatro elementos combinados no rádio entre si, perdem sua unidade conceitual e criam várias possibilidades expressivas e comunicativas no rádio, criando melhores condições para a percepção da mensagem e criação de imagens visuais (BAUMWORCEL, 2005, p. 04).

Tudo depende da maneira, da arte de escolher e combinar a posição dos diversos elementos da linguagem radiofônica. Tudo depende da integração da forma com o conteúdo, da integração entre o estético e o semântico para que a comunicação seja

eficaz e o meio traduza toda a sua potencialidade expressiva a partir de seus próprios recursos narrativos, como defende Balsebre (BAUMWORCEL, 2005, p. 04)

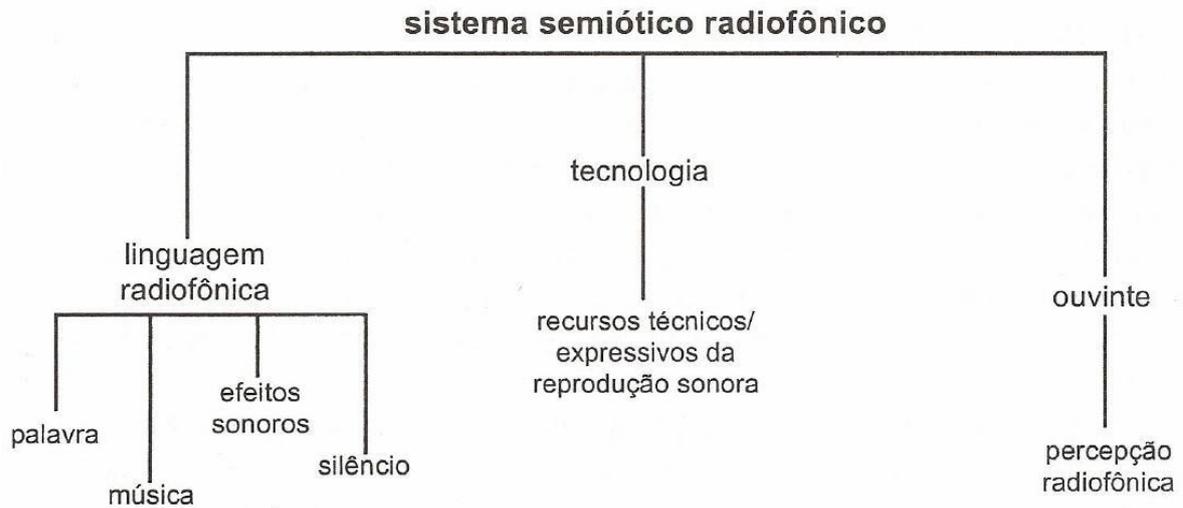


Figura 01 - Sistema semiótico radiofônico de Balsebre

Além dos quatro elementos, o sistema semiótico radiofônico de Balsebre ainda engloba os avanços da tecnologia, responsável pelo desenvolvimento da reprodução sonora. O desenvolvimento tecnológico e a profissionalização dos realizadores do rádio possibilitam também a elaboração de “novos códigos, novos repertórios de possibilidades para produzir enunciados significantes” (BALSEBRE, 1994, p. 328). Um exemplo que pode ser citado foi a chegada do transistor na década de 50, que livrou o aparelho de fios e tomadas. O ouvinte que antes parava em volta do rádio para ouvi-lo, agora tornou-se um ouvinte móvel. Essa tecnologia influenciou inclusive a linguagem do jornalismo radiofônico (PRATA, 2009, p. 11).

Essa nova linguagem deu origem ao jornalismo radiofônico moderno, com foco na agilidade da informação. Isso significa que hoje a notícia no rádio envelhece rapidamente, já que é grande a ânsia pela informação cada vez mais nova (PRATA, 2009, p. 20)

O rádio transforma tecnologia em comunicação, conteúdo, e linguagem sonora. Destaca a tecnologia como difusora de outras variáveis comunicativas, promovendo outros conteúdos e empregando outras linguagens de acordo com seus usuários (CEBRIAN HERREROS, 2011, p. 72).

É possível que a mídia impressa desapareça, mas o jornalismo escrito sobreviverá; é possível que as ondas hertzianas percam tanta audiência que se tornem irreconhecíveis como emissoras de rádio, mas o consumo de documentos sonoros, música e informação oral sobreviverá; é possível que a televisão generalista seja deslocada pelo público entusiasmado por conteúdos muito específicos, mas serão mantidas as transmissões ao vivo de grandes eventos, a informação audiovisual, a ficção e o entretenimento (CEBRIAN HERREROS, 2011, pg. 72).

Além disso o autor ainda destaca que o surgimento de uma tecnologia não significa o desaparecimento de outras, mas a acumulação de modelos e ofertas. Para ele o rádio entrou em uma fase de transição permanente devido a aceleração da tecnologia (CEBRIAN HERREROS, 2011, p. 73).

As plataformas tradicionais perdem valor à medida que o acúmulo de outras ofertas fragmenta os mercados. Frente à limitação do espaço radioelétrico, a necessidade de licença e o elevado custo de manutenção da rede na plataforma, a internet não tem mais limites do que a capacidade do cabo que se queira empregar e da largura de banda com que se queira transmitir. Os usuários acessam os conteúdos sem restrições, nem intermediação alguma (CEBRIAN HERREROS, 2011, p. 82).

Os processos tecnológicos da montagem radiofônica, que permitem cortar, colar, repetir, mudar sequências do elemento sonoro original, viabilizam ao meio a reconstrução da realidade, com o objetivo de recriar o real “mais real” que o próprio “real”, provocando sensações emotivas no ouvinte, verbalizando seu pensamento (BALSEBRE, 1994, p. 334). Para Cebrian Herreros (*apud* BAUMWORCEL, 2005, p. 04) o som radiofônico não é uma cópia da realidade, mas sim resultado de uma “organização, combinação, filtragem e montagem” dos componentes sonoros informativos. Meditsch (*apud* BAUMWORCEL, 2005, p. 04) vai além e fala da enunciação em tempo real, inserida em um contexto partilhado entre emissor e ouvinte, diferenciado a linguagem da fonografia.⁴ Define a linguagem como “uma composição sonora invisível da palavra, música, ruído e silêncio, enunciada em tempo real”.

Salaverria define as rádios hertzianas como meios monomídias, pois utilizam apenas o som para a emissão da mensagem radiofônica, mas com a difusão radiofônica através da web, o rádio se tornou um meio multimídia, “*uma plataforma que oferece a possibilidade de combinar simultaneamente múltiplos formatos comunicativos.*” (SALAVERRIA, 2014, p. 32). Em uma definição bruta, multimídia é uma “combinação de som, texto e imagem (SALAVERRIA, 2014, p. 26)”, porém, o som ainda é o principal elemento da linguagem radiofônica.

O rádio não evoluiu pra ser um meio multimídia, pois sua coluna vertebral é o som, composto pelos elementos expressivos. A combinação dos recursos sonoros resulta em multisonoridade, não em multimídia (SALAVERRIA, 2014, p. 31).

Se no rádio o som é o principal elemento, no meio multimídia é a palavra: “*Frequentemente, o tronco que sustenta a árvore multimídia está repleto de palavras*” (SALAVERRIA, 2014, p. 33). Meditsch compreende, além das transmissões das rádios

⁴ Fonografia: Representação gráfica dos sons das palavras.

hertzianas (AM, FM), as transmissões via satélite e web, não inclusas na obra *El Lenguaje Radiofónico*. Como dito anteriormente, os meios de comunicação possuem linguagem própria, e Balsebre (*apud* BAUMWORCEL, 2005, p. 05) critica o uso indistinto do termo audiovisual para rádio e televisão, sendo o áudio-imaginativo do rádio subordinado, erroneamente, ao visual-sonoro da TV. Diz que o meio surgido na década de 50, limitou as possibilidades expressivas e criativas do rádio.

Ele faz coro com os apaixonados pela mídia sonora ao afirmar que a televisão prejudicou uma evolução maior das possibilidades expressivas e criativas do rádio e reordenou o trabalho teórico de especialistas para a imagem (BAUMWORCEL, 2005, pg. 05).

Contudo, podemos perceber que a chegada da televisão não excluiu o meio. Desde o seu surgimento, o rádio passou por algumas transformações. A primeira grande transformação, se deu devido a contribuição transistores, gravadores magnéticos, frequência modulada e estereofonia, entre as décadas de 40 e 50, possibilitando maior agilidade no jornalismo radiofônico. A segunda se deu com a digitalização e convergência dos meios, entre 80 e 90. A presença das plataformas de internet e telefonia, e convergência das plataformas anteriores com as novas, são consideradas a terceira transformação do rádio, gerando o entorno da multiplataforma atual (CEBRIAN HERREROS, 2011, p. 74). Com o desenvolvimento da internet, o rádio tem mais uma plataforma de transmissão e novas possibilidades de comunicação. Segundo Mendes Reis (2012, p. 06), na internet, o som ainda é o principal elemento do rádio, mas agora convertido em uma “media expressiva e informativamente multimídia”.

O rádio integra as plataformas e multiplica seus modelos de programação generalista e multitemática ou especializada à convergência com internet e telefonia móvel até dar origem ao pleno ciber-rádio e rádio móvel. Criam-se novos canais, incorporam-se outros conteúdos e se experimenta com uma linguagem inovadora procedente de tecnologia (CEBRIAN HERREROS, 2001, p. 75).

O processo de convergência tecnológica busca “somar para enriquecer os tratamentos digitais”. Os meios utilizam uma linguagem digital comum, mas oferecem uma linguagem reconhecível pelos usuários, pois para o usuário o que importa é a recepção da mensagem, independente do meio tecnológico utilizado (CEBRIAN HERREROS, 2011, p. 76). Esse processo, ao mesmo tempo que integra os meios de comunicação, realça também as características principais da linguagem da cada um (CEBRIAN HERREROS *apud* MENDES REIS, 2012, p. 08). Cebrian Herreros (*apud* MENDES REIS, 2012, p. 09) ainda define a webradio como meio sonoro, interativo e multimídia, com capacidade de produzir novas

sonoridades em co-criação com o web ouvinte, e ampliando a capacidade imaginativa dos ouvintes com os novos elementos inseridos.

O consumo dos conteúdos multimídias só é possível através dos nossos sentidos (visão, audição, tato). Pensando nisso, Salaverria apresenta um quadro incluindo, além dos 8 elementos definidos por ele, alguns outros que possivelmente poderão ser utilizados na narrativa multimídia futuramente (SALAVERRIA, 2014, p. 39).

Elementos Multimédia Presentes e Futuros						
	Presente			Futuro		
	Visão	Audição	Tacto		Olfacto	Paladar
Texto	•					
Fotografia	•					
Gráficos, iconografia e ilustração	•					
Vídeo	•					
Animação digital	•					
Discurso oral		•				
Música e efeitos sonoros		•				
Vibração			•			
Temperatura				•		
Forma				•		
Aroma					•	
Sabor						•

Quadro 01 - Elementos multimídia presentes e futuros de Salaverria

Para que o consumo da informação multimídia seja claro e atrativo, os elementos devem estar devidamente coordenados e interligados, não podem competir entre si (SALAVERRIA, 2014, p. 40).

O conceito de Balsebre (1994), baseado nas rádios hertzianas, também pode ser aplicado ao produto que escutamos na web: formas sonoras e não sonoras, mediação técnica, emissão e recepção são fatores potencializados na web. A diferença reside está na articulação dos elementos expressivos com outros recursos ou linguagens, já que com a web todos os meios podem colocar áudio nos seus conteúdos (MENDES REIS, 2012, p. 07-08). Ribes e Guardia (*apud* MENDES REIS, 2012, p. 08) destacam que na web a linguagem radiofônica divide espaço com a linguagem hipermídia (texto, imagens, animações, entre outros conteúdos). Além da combinação dos elementos citados por Balsebre – a palavra, a música, os efeitos sonoros e o silêncio -, na web, a linguagem radiofônica precisa articular com outros elementos para atrair

o ouvinte. Apesar da interatividade ser conduzida pelo organizador do processo, além da escuta da programação, o ouvinte decide sobre a navegação e escolha dos conteúdos e interações (CEBRIAN HERREROS, 2011, p. 96-97).

O rádio agora integra conteúdos oferecidos de maneiras diversas e produzido para várias plataformas, oferecido por múltiplas versões. Essa estratégia multiplataforma pode ser uma falta de oportunidade para produções específicas em cada uma (CEBRIAN HERREROS, 2011, p. 84-85). Mesmo a web sendo uma plataforma com múltiplas possibilidades e potencialidades de linguagem, a linguagem radiofônica não será necessariamente uma referência para produtos sonoros na web (MENDES REIS, 2012, p. 21).

Num meio multimídia, interativo e hipertextual, o som é apenas um entre vários recursos. O áudio, tal como os restantes elementos multimídia, não surge integrado na narrativa, mas em separado, o que contribui para a dificuldade em definir e caracterizar uma nova narrativa e uma nova linguagem (MENDES REIS, 2012, p. 22).

Além da influência na linguagem característica do rádio, as plataformas de transmissão atuais também influenciam no modo organizacional da programação do rádio, como veremos adiante.

1.2 Programação radiofônica

Depois da primeira transmissão pública radiofônica oficial realizada no Brasil, em 1922, durante o discurso do atual Presidente daquela época, Epitácio Pessoa, em 1923, Roquette Pinto e Henrique Morize inauguraram a Rádio Sociedade do Rio de Janeiro, considerada a pioneira na radiodifusão brasileira. Alguns pesquisadores atribuem o feito para a Rádio Clube de Pernambuco, de Oscar Moreira Pinto, no dia 06 de abril de 1919. O surgimento da Rádio Sociedade surgiu com o objetivo de “lutar pela cultura e educação do povo brasileiro” e exerceria forte influência no surgimento de outras rádios (PRATA, 2009, p. 17).

Uma das dificuldades no início da radiofonia brasileira foi falta de verba e de ouvintes, já que os altos custos delimitavam o público, o que fez com que as emissoras restringissem a programação nos horários da manhã e da noite (CALABRE, 2002, p. 45). No princípio se organizavam como clubes, com associados e pagamentos de mensalidades (PRATA, 2009, p. 17). Roquette Pinto encontrou três critérios para classificar as rádios daquela época: Sociedades, Clubes e Educadoras (CHAVES, 2007, p. 26).

Nos anos seguintes a programação radiofônica das emissoras teve diversos fatores que influenciaram na sua definição. Em 27 de maio de 1931 Getúlio Vargas assinou um decreto que regulamentava os serviços de radiocomunicação no Brasil, e no ano seguinte outro decreto que permitia a publicidade nas rádios brasileiras. Os decretos influenciaram a programação radiofônica de dois modos: com mais recursos financeiros através da publicidade, as emissoras puderam diversificar seus programas, popularizando a radiodifusão; mas as concessões só eram autorizadas pelo Governo. Vargas utilizava-se do rádio para fazer propaganda política durante seu Governo (CARLOS SILVA, 2002, p. 04-05).

O governo federal dava o direito de concessão para quem ele quisesse. Mas o uso do canal, como hoje, tinha caráter provisório, podendo ser renovado ou não. Dependia do comportamento do dono da emissora perante as exigências e fiscalização do governo. A mesma legislação permitia a publicidade comercial durante a programação radiofônica. Assim, havia um sentimento de “liberdade” de ação para os donos das rádios. Consequentemente, o conteúdo dos programas oscilou ao sabor das novidades e apelos da concorrência, da preferência cultural da audiência popular, dos interesses dos patrocinadores, inclusive estrangeiros, e das orientações governamentais (CARLOS SILVA, 2002, p. 11)

O potencial da publicidade no rádio era enorme, fato esse que modificou constantemente a programação das rádios em busca de audiência (CALABRE, 2002, p. 155). Os patrocinadores anunciavam seus produtos de acordo com o público ouvinte de determinados programas, o que influenciou hábitos, costumes e valores nacionais. (CALABRE, 2002, p. 174).

Foi entre as décadas de 40 e 50 no Brasil que, a Rádio Nacional do Rio de Janeiro, fundada em 12 de setembro de 1936, transformou-se em referência nacional na elaboração da programação de outras emissoras radiofônicas, explorando música, dramaturgia, jornalismo, e programas de variedades.

A música sempre foi o carro chefe da programação, entretendo o público enquanto em outros setores a rádio mantinha atualizadas as informações sobre o final da guerra, sobre esportes, serviços, femininas, e emocionava com as crônicas, radionovelas e radioteatros, as comédias e crônicas humorísticas (CALABRE, *apud* CASTELLI, 2011, p. 02).

Destacou-se também com os programas *Em Busca da Felicidade*, primeira radionovela brasileira, que estreou em 05 de junho de 1941 (CALABRE, 2002, p. 137), e também foi destaque na consolidação dos conceitos do jornalismo radiofônico com o noticiário *Repórter Esso*, também de 1941 (MARTINI, 2010, p. 513).

A informação radiofônica transformada em notícia passou por várias fases antes do Repórter Esso que aí sim, construiu um conceito mais adequado de radiojornalismo com base no já era feito pelos Estados Unidos e pelas experiências anteriores de outras

emissoras como a Rádio Record, a Rádio Tupi, a Mayrink Veiga e outras. A Nacional exigiu do Repórter Esso um diferencial que seria alcançado por meio da rapidez e precisão, tanto é que ficou conhecido como o primeiro a dar as últimas e testemunha ocular da história (p. 513).

Com a chegada da TV, em 1950, o rádio novamente modificou sua programação para manter-se no mercado, pois público e patrocinadores migravam para o novo meio. Com a internet não é diferente, assim, os meios de comunicação devem buscar novas formas de programação para manter e atrair o público (CALABRE, 2004, p. 49). Com o desenvolvimento do setor radiofônico e a crescente popularização do rádio na década de 50, e a influência dos anunciantes comerciais, a programação de uma emissora de rádio tornou-se “um somatório de manifestações culturais que, em geral, sofriam um processo de adequação ao meio” (CALABRE, 2002, p. 154).

Como podemos observar, vários fatores influenciam na estruturação da programação radiofônica. Ferraretto (2010, p. 542), destaca três fatores que transformaram a indústria da radiodifusão entre as décadas de 50 e 80: a consolidação da TV como principal veículo de comunicação de massa; a transistorização dos equipamentos que possibilitou a mobilidade tanto da produção como da recepção radiofônica; e a migração das rádios AM para FM, com o objetivo de oferecer melhor qualidade no áudio das emissoras.⁵ A partir disso a estratégia do rádio, que era de *difusão*, passa a ser de *segmentação*, já que o público ouvinte não é homogêneo, mas sim heterogêneo (RICHERS *apud* FERRARETTO, 2010, p. 543).

Em 1985, Gisela Ortriwano (1985, p. 28) destacou a segmentação das emissoras em duas correntes:

1. Emissoras que se especializam, como um todo, em oferecer programação para uma faixa determinada de público, dando opção aos anunciantes cujos produtos possam interessar aquele público;
2. Emissoras especializando diferentes horários de sua programação para diferentes faixas, visando a atingir o maior público possível, ou seja, oferecendo opções para todo tipo de anunciante.

Richers (*apud* FERRARETTO, 2010, p. 543) destaca para as empresas, 4 exemplos de segmentação no rádio comercial:

- a) os padrões de consumo, o que o ouvinte compra e com que frequência;

⁵ <http://www.abert.org.br/web/index.php/tudo-sobre-a-migracao-do-radio-am> Acesso: 07/06/2016

b) os benefícios procurados, o que de gratificações ou de utilidades determinado conteúdo oferece à sua audiência;

c) os estilos de vida, os padrões comportamentais identificados no modo como as pessoas ocupam o seu tempo, encaram o seu meio ou gastam o seu dinheiro;

d) o tipo de personalidade, a suscetibilidade, por exemplo, à influência de líderes de opinião.

O rádio, como modelo empresarial, funciona como uma empresa que precisa gerar lucros. E para geração de lucros é necessário sempre uma boa audiência. Fator esse que sempre influenciou o conteúdo da programação (CALABRE, 2002, p. 152).

O negócio radiofônico segue vendo a comunicação como uma relação entre a emissora, que produz conteúdo; o público, atraído pela programação; e os anunciantes, de certo modo, compradores da audiência associada a este ou àquele programa (FERRARETTO, 2010, p. 541).

Cebrian Herreros (2001, *apud* CASTELLI, 2011, p. 03) divide a programação radiofônica em três grandes blocos de conteúdo:

1. Macrounidades: conteúdos diversos em vários programas com repetições cíclicas (semanal com mudança de assunto), seriadas (semanal com assunto contínuo) e intermitentes (durante toda a programação, com pequenas modificações);
2. Unidades: Programas fechados com “duração, conteúdo e ritmo próprio;”
3. Microunidades: Inclusos dentro de outros programas.

Já Prietro (*apud* CASTELLI, 2011, p. 03) divide a programação de acordo com a definição da rádio:

1. Especializada: explorando um tema em toda a programação ou voltada para um público específico;
2. Convencional: oferece conteúdos “variados, informativos, musicais e de entretenimento”, abrangendo um público maior.

Assim como Cebrian, Ferraretto (*apud* AVRELLA, ZUCOLOTO, 2013, p. 56) também define em a programação radiofônica em três modelos:

1. Linear: Os programas são semelhantes;
2. Mosaico: Variedades e programas diferenciados;

3. Programação em fluxo: Programação estruturada na emissão constante de conteúdos, como se fosse um grande programa, mas com suas faixas bem definidas, baseadas na constante mudança do público durante o dia.

O autor também divide os programas em dois tipos de formatos, sendo informativos ou de entretenimento. Mesmo com essas definições, as programações das rádios sempre costumam sofrer alterações, seja por motivos de audiência ou por questões financeiras (AVRELLA, ZUCOLOTO, 2013, p. 56). De acordo com Faus Belau (*apud* AVRELLA, ZUCOLOTO, 2013, p. 57), a programação se estabelece de acordo com atualidade, que está relacionada com o formato informativo.

As definições dos autores apresentam semelhanças entre elas, podendo ser definidas em mosaico, através da justaposição de programas sem continuidade entre um e outro; ou blocos, programação de longa duração com “continuidade, unidade e coerência na difusão dos conteúdos.” (CASTELLI, 2011, p. 04). Cebrian Herreros acrescenta a “programação em continuidade”, modelo em que a programação é interrompida para a transmissão de novas informações. Já Ortiz e Volpini destacam a programação em formato relógio que “a cada hora há repetição do conteúdo, durante as 24 horas do dia” (*apud* CASTELLI, 2011, p. 04).

Em seus estudos, Prietro (*apud* CASTELLI, 2011, p. 04) ainda acrescenta três modelos de programação sequencial, em vertical, com programas transmitidos várias vezes ao dia; horizontal, com programas exibidos no mesmo horário e em dias diferentes; e cíclica, com programas exibidos semanalmente.

Como podemos observar, as novas tecnologias alteram a maneira de se fazer rádio, e com a internet a programação radiofônica novamente sofre mudanças, surgindo novas propostas na transmissão de conteúdos (CASTELLI, 2011, p. 05-06). Com o debate dos novos conceitos dos meios de comunicação perante a internet, propagam-se definições sobre meios convergentes de mídias e tecnologias (PRATA, 2009, p. 15). Os processos de convergências proporcionam aos meios, novos suportes, novos públicos e novos conteúdos de programação. Com as tecnologias multimídias a produção de informação é realizada para “indivíduos cada vez mais concentrados em si mesmos, mas que não deixam de tornar públicas e em escala exacerbada as suas experiências cotidianas” (CUNHA, 2010, p. 181).

1.3 Rádio e internet: suportes e elementos proporcionados com o advento da web

Muito além do avanço tecnológico, as transformações do rádio com a chegada da internet são também culturais, e modificam não apenas os novos aparelhos de transmissão, mas também o público consumidor e sua audiência. A internet proporcionou também novas formas de consumo de informação, e modificou a linguagem de meios de comunicação tradicionais, como o rádio e a TV. Segundo Castells, “a internet passou a ser a base tecnológica para a forma organizacional da Era da Informação: a rede” (2001, p. 7).

A internet surgiu durante a Guerra Fria, nos Estados Unidos, entre as décadas de 60 e 70, não do modo que conhecemos hoje, mas sim com objetivos militares. Era um estratégico sistema de transmissão de informações. Ficou popular na década de 90, chegando comercialmente no Brasil no ano de 1995 (NEUBERGER, 2012, p. 122). A Rádio Klif, também nos Estados Unidos, foi a primeira emissora a transmitir na internet, em 1995. Já no Brasil foi a Rádio Itatiaia, em 1997, e em 1998, a Rádio Totem, de Eduardo Oliva, foi a primeira rádio brasileira transmitida exclusivamente na web. (PRATA, 2009, p. 59-62).

Como foi também com a chegada da TV, a internet proporcionou mudanças no meio radiofônico. Ela não surge como uma concorrência para o rádio, mas como novo suporte de transmissão, facilitando a integração digital e oferecendo novos serviços (GARCIA GONZALEZ *apud* LOPEZ, 2010, p. 413). Prata (2009, p. 47) define dois modelos de radiofonia na web, que são, as emissoras hertzianas com presença na internet; e as rádios exclusivas na rede, as chamadas webradio. Que é o caso da Rádio Plural, objeto desta pesquisa. Para Lopez, o desenvolvimento das Tecnologias da Informação e Comunicação (TIC's) é que determinou o modo de se fazer rádio a partir da web, afetando os modos de transmissão, produção e conteúdo radiofônico. As mudanças proporcionadas pelas TIC's exigem dos profissionais de comunicação um olhar “crítico e atualizado”, acompanhando novas tendências e compreendendo seu público sem descaracterizar o veículo (2010, p. 404-409). No radiojornalismo, o desenvolvimento através das TIC's é “normal e esperado”, e a produção multiplataforma já se apresenta nas redações das emissoras de rádio, mas deve ser trabalhada com cautela, para não desviar o real dever do jornalista de informar (TAVARES *apud* LOPEZ, 2010, p. 406).

Agora, para trabalhar em rádio, o comunicador precisa trabalhar com ferramentas que vão além do áudio, além de, atualmente, já ser responsável por mais de uma etapa do processo de apuração, produção e veiculação da notícia. Esta mudança, embora seja facilmente observada na realidade atual, não é nova. Os jornalistas radiofônicos

adaptam suas funções e atividades à evolução das tecnologias desde o surgimento do veículo, na década de 20 (LOPEZ, 2010, p. 407).

Entretanto, Almeida e Magnoni destacam duas correntes de desenvolvimento do rádio na internet: uma complementar, sendo a web uma plataforma comum de comunicação multilateral, mundial e multimídia, na difusão de vários meios de comunicação, podendo assim diversificar o público radiofônico; e outra concorrente, já que a digitalização da radiodifusão ainda enfrenta dificuldades no Brasil, criando assim um paralelo ao padrão analógico em vigor (2010, p. 434-435). A digitalização dos meios permite a utilização dos mesmos suportes para reprodução dos meios, mas ainda distinguem sua linguagem, público e trabalho (MARTÍNEZ-COSTA *apud* LOPEZ, 2010, p. 405). Mesmo sendo um meio multimídia na web, o “rádio não deixou de ser rádio.” O áudio ainda é o principal elemento do meio e independente em relação aos outros (BARBEIRO *apud* LOPEZ, 2010, p. 405).

O áudio precisa ser independente e, ao mesmo tempo, complementar. Nem todo ouvinte pode – ou quer – buscar um aprofundamento, uma multiplicidade de linguagens – seja através do rádio digital ou do suporte web da emissora. Este áudio é a ferramenta narrativa essencial do rádio digital e deve ser independente das demais estratégias e plataformas nas quais ele se apresenta. Isso porque a característica multiplataforma e hipermidiática, como dito, deve agir como complementar – embora importante – mas não como imprescindível (LOPEZ, 2010, p. 414).

Na web, o que torna o rádio multimídia é a possibilidade de utilização de imagens, vídeos, textos e sons na transmissão de uma mensagem, e a combinação desses elementos produz uma hipermidialidade. Sendo assim, a estrutura das mensagens deixa de ser linear e passa a ser rizomática, com o usuário personalizando o próprio conteúdo a ser “consumido”. Com isso o rádio pode perder a característica de sintonia em tempo real, já que o conteúdo pode ser simultâneo ou por demanda, através do acesso ao conteúdo disponibilizado pela emissora, mesmo já exibido ao vivo (ALMEIDA, MAGNONI, 2010, p. 433-435). Salaverria (*apud* QUADROS, 2013, p. 40) destaca também a comunicação multiplataforma, a combinação dos suportes de difusão.

O desenvolvimento tecnológico foi responsável pela miniaturização e a polivalência dos equipamentos. Assim, hoje, em um único dispositivo, têm-se distintas funções: máquina fotográfica, câmera, gravador de áudio, entre outras; e jornalistas que antes eram especializados em uma determinada mídia, agora têm em mãos ferramentas que os habilitam a captar e produzir conteúdos em diferentes linguagens e para diferentes plataformas. Da mesma forma, no âmbito da recepção, os consumidores de mídia também acompanham um processo de convergência tecnológica que cada vez mais lhes permitem consumir diferentes meios de comunicação em um único equipamento (SALAVERRIA *apud* QUADROS, 2013, p. 40).

O conceito de webradio desenvolve-se como meio interativo e multimidiático, mantém as ferramentas interativas tradicionais do rádio hertziano, e possibilita novas formas de interação, tornando o ouvinte mais participativo e em alguns casos produtor de conteúdo (PRATA, 2009, p. 131). “O receptor, em séculos de imprensa, rádio e TV, acostumou-se a apenas receber. Com a internet, aquele sujeito apenas receptor dos produtos midiáticos passa, também ele, a produzir informação” (PRATA, 2009, p. 133).

Agora expandido para outras plataformas como sites, redes sociais, aplicativos para celulares, TV a cabo, oferece informação, além da sonora, também através de textos, imagens e vídeos, sendo consumido em diferentes mídias, diferentes linguagens e diferentes momentos (QUADROS, 2013, p. 62).

Para Ferraretto, com a internet a interatividade do rádio aumenta. Antes realizada através de carta e telefone, agora é proporcionada também por outros meios (*apud* ALMEIDA, MAGNONI, 2010, p. 435). A conceito de interação no rádio não surgiu com o advento da internet, foi ampliado com ela, possibilitando novos meios de interação com o ouvinte (KOCHHANN, FREIRE, LOPEZ, 2011, p. 269). Para Jung o rádio é interativo de nascença e essa ampliação fortalece a relação com o público (2004, p. 55). Alguns exemplos das recentes ferramentas de interação que podem ser citadas são os e-mails, torpedos SMS, fóruns e chats (ALMEIDA, MAGNONI, 2010, p. 433). Para Quadros (2013, p. 81), a maior parte dessas ferramentas são atualizações de modalidades já exploradas, como as próprias cartas e os telefonemas.

Belloni (*apud* PRATA, 2009, p. 110) define interação como a “ação recíproca entre dois ou mais atores, onde ocorre intersubjetividade, isto é, encontro de dois sujeitos – que pode ser direta ou indireta - mediada por algum meio técnico”, e interatividade a relação entre homem e máquina.

No rádio a interatividade, portanto, ocorre quando emissora e ouvinte intercambiam papéis e conteúdos em um diálogo. Essa interação, todavia, não precisa acontecer no mesmo espaço e tempo de ambos. No contexto da convergência midiática, em que o rádio se expande para outras plataformas além da sonora, a interatividade pode se dar tanto na programação ao vivo, presencialmente ou via telefone, como também nas mídias digitais, quando o ouvinte-internauta tem a possibilidade de realizar trocas comunicacionais com o veículo por meio de uma série de ferramentas: sites de redes sociais, chats, fóruns, e-mail, programas de mensagens instantâneas, aplicativos para smartphone e tantos outros (QUADROS, 2013, p. 84).

Klößner (*apud* QUADROS, 2013, p. 83) destaca a diferença entre interatividade e participação. Interatividade para o autor está relacionada à vontade do ouvinte em interagir; e participação não demanda a intenção de interagir. Por exemplo, citar o nome do ouvinte em um programa. Para ele a interatividade é mais efetiva do que a participação.

O autor define três tipos de interatividade no rádio (*apud* QUADROS, 2013, p. 83):

a) Completa: é o que oportuniza o diálogo direto e ao vivo, em circunstância equivalente de espaço e de tempo, com réplicas e trélicas;

b) Parcial: estabelecida quando, igualmente no mesmo tempo e espaço, o ouvinte opina, pergunta, mas não conquista um lugar ou não se interessa pela réplica ou trélica;

c) Reacional: ocorreria quando o ouvinte apenas reage a uma situação proposta no programa, sem que ele próprio exija ou obtenha uma resposta, como no caso de envio de e-mails e de torpedos à rádio que são apenas lidos no ar.

A convergência é responsável por uma maior interatividade entre ouvinte e emissora. Cebrian Herreros destaca três impactos da rede no modelo radiofônico: “a aplicação de propriedades da internet no rádio, a interatividade agora vinculada também à programação assíncrona e a introdução de inovações da internet para o diálogo e intercâmbio entre usuários” (*apud* QUADROS, 2013, p. 85).

Quadros (2013, p. 26) define convergência como “o conceito que busca explicar as modificações decorridas do desenvolvimento de novas tecnologias, responsáveis, entre outras implicações, pela integração de redações, produção de conteúdos multiplataforma e mudanças no perfil do profissional de comunicação”.

Para compreender a comunicação é necessário considerar a existência da convergência, pois ela afeta as práticas e rotinas de produção dos meios de comunicação (GARCÍA AVILÉS *apud* KOCHHANN, FREIRE, LOPEZ, 2011, p. 267). A transmissão de conteúdos, através de diferentes mídias, e a migração dos públicos atrás de experiências de entretenimento definem a convergência (JENKINS *apud* KOCHHANN, FREIRE, LOPEZ, 2011, p. 267).

A convergência midiática pode ser definida em três níveis (KOCHHANN, FREIRE, LOPEZ, 2011, p. 267):

- **Empresarial:** quando uma mesma empresa trabalha com diferentes tipos de comunicação;
- **De conteúdo:** difusão do mesmo conteúdo entre diferentes meios;
- **Profissional e tecnológica:** considerada uma consequência das anteriores, é baseada na produção de vários veículos por uma empresa, convergências de conteúdos e intensa participação rotineira nas tecnologias dentro das redações. Isso exige um profissional multimídia dentro das redações.

A cenário da convergência provoca muitas mudanças no modo de acesso à informação e também nas ferramentas de transmissão e intercâmbio de dados (KOCHHANN, FREIRE, LOPEZ, 2011, p. 269). Prata (2009, p. 79) define o termo *radiomorfose* para as mudanças no rádio e destaca que o meio não morrerá por causa do desenvolvimento da web, mas vai inserir novos formatos e reconfigurar elementos antigos. O conceito da autora, é baseado no conceito da *mediamorphosis*, de Roger Fidler (1997), sobre as mudanças nos meios de comunicação, através da tecnologia e fatores externos, como política e economia. Esses fatores também são determinantes na realização dos laboratórios de comunicação nacionais, como veremos no capítulo a seguir.

1.4 Diretrizes Curriculares Nacionais e a webradio no contexto acadêmico

Desde os primórdios da radiodifusão no Brasil, a relação com a educação já vem sendo mencionada. Em 20 de abril de 1923, Roquette-Pinto e Henrique Morize, fundaram a Rádio Sociedade do Rio de Janeiro, com o objetivo de lutar pela cultura e educação do povo brasileiro (PRATA, 2009, P. 17).

Criado em 27 de agosto de 1962, o Código Brasileiro de Telecomunicações (Lei nº 4.117)⁶, regulamentou a área de radiodifusão e telecomunicações no Brasil, inclusive a chamada radiodifusão educativa. Contudo, segundo Neuberger, ela é limitada, e pode ser executada de acordo com as exigências mínimas do Ministério das Comunicações, pelo poder público, universidades e fundações de cunho educacional (NEUBERGER, 2012, p. 23).

A radiodifusão educativa pode ser outorgada a pessoas jurídicas de direito público interno, inclusive universidades e fundações de cunho educacional. É destinada à transmissão de programas educativo-culturais que, além de atuar em conjunto com os sistemas de ensino de qualquer nível ou modalidade, vise à educação básica e superior,

⁶ http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/L4117.htm Acesso: 21/05/2015

à educação permanente e à formação para o trabalho, além de abranger as atividades de divulgação educacional, cultural, pedagógica e de orientação profissional (NEUBERGER, 2012, p. 23).

Para a autora, o rádio já nasceu educativo e tem potencial para seguir neste caminho, mesmo em emissoras comerciais. A contribuição do veículo na educação pode ser formal e informal

Em termos de educação formal, o ensino a distância pelo rádio pode atuar em diversas frentes: no ensino fundamental e médio, para atingir crianças e jovens de áreas isoladas, nos cursos supletivos, na formação profissional e na educação superior (NEUBERGER, 2012, p. 87).

Em educação informal, o rádio pode contribuir até mesmo com pessoas não alfabetizadas e sem custos, uma vez que chega em quase todos os lares brasileiros (NEUBERGER, 2012, p. 87).

São muitas as possibilidades, entre elas: cultural (cursos de música, artes, literatura); saúde (higiene, prevenção, tratamentos); política (gestão pública, compromisso social, responsabilidades); rural (técnicas agrícolas, criação de animais, pequenos negócios); capacitação profissional com as mais diversas opções (NEUBERGER, 2012, p. 87).

Porém, com a internet, o rádio vem modificando suas formas de produção e linguagem. Desde o seu surgimento, vem ganhando espaço como importante ferramenta de acesso a informação. Escobar (2006) defende que a internet é o meio mais democrático na busca dessas informações.

A Internet representa uma tendência oposta à da centralização dos meios de produção de informação nas mãos de grandes grupos de comunicação. Contribui para a pluralização da produção de informações dando, potencialmente, a grupos menores e a indivíduos isolados as mesmas condições técnicas de produzir mensagens e atingir o mesmo público potencial (ESCOBAR, 2005, p. 07).

E afirma que o meio possui um potencial educacional democrático.

Abrindo espaço para que o indivíduo participe do processo de produção de informações, a Internet contribui para sua educação para a democracia. O único modo de fazer com que o indivíduo se torne cidadão é fornecer-lhe meios para que ele exerça seus direitos de cidadania ativa. (ESCOBAR, 2005, p. 08).

Contudo, o meio potencialmente mais democrático, ainda não é o mais acessível a toda a população.

Pode-se considerar então que um meio de comunicação é mais democrático quanto mais for acessível a um número maior de pessoas. Com isto, pode-se afirmar que, do ponto de vista da recepção a Internet ainda é menos democrática do que o rádio e a TV, por exemplo, que por seus custos e exigências de manipulação, são mais acessíveis a uma parcela maior da população (ESCOBAR, 2006, p. 08).

As Tecnologias da Informação e Comunicação (TIC's) fazem parte desse processo de acesso à informação e expansão da internet. Portanto, no âmbito educacional, elas devem se fazer presente, sobretudo nas práticas laboratoriais das universidades brasileiras. Por exemplo na internet, no caso das webrádios não é necessária a autorização do governo através de concessões como nas rádios hertzianas (como é o caso das rádios educativas). E nem a compra de equipamentos caros, democratizando o acesso ao meio de comunicação, impulsionando o jornalismo e barateando seus custos (BARBEIRO, LIMA, 2003, p. 46-47). Para Lopez, as TIC's, determinará “mudanças em suas concepções e rotinas”, envolvendo âmbitos tecnológicos, sociais e econômicos (2010, p. 404). O processo de convergência acaba por modificar inclusive os meios de comunicação na produção de informação. O desenvolvimento do radiojornalismo através das TIC's é “normal e esperado”, e a produção multiplataforma já se apresenta nas redações das emissoras de rádio, mas deve ser trabalhada com cautela, para não desviar o real dever do jornalista de informar (MARIZA TAVARES *apud* LOPEZ, 2010, p. 406).

Agora, para trabalhar em rádio, o comunicador precisa trabalhar com ferramentas que vão além do áudio, além de, atualmente, já ser responsável por mais de uma etapa do processo de apuração, produção e veiculação da notícia. Esta mudança, embora seja facilmente observada na realidade atual, não é nova. Os jornalistas radiofônicos adaptam suas funções e atividades à evolução das tecnologias desde o surgimento do veículo, na década de 20 (P. 407).

A convergência no jornalismo acaba por modificar diversos setores da comunicação, inclusive das áreas acadêmicas.

A convergência jornalística é um processo multidimensional que, facilitado pela implantação generalizada das tecnologias digitais de telecomunicação, afeta os âmbitos tecnológico, empresarial, profissional e editorial dos meios de comunicação, propiciando uma integração de ferramentas, espaços, métodos de trabalho e linguagens anteriormente separados, de maneira que os jornalistas elaboram conteúdos para múltiplas plataformas, através da linguagem própria de cada uma delas (SALAVERRÍA, NEGREDO *apud* LOPEZ, 2010, p. 410).

A convergência é percebida também através da fusão dos meios, como a internet, sendo um espaço de distribuição de conteúdo radiojornalístico, telejornalístico, de empresas de mídia impressa e de jornalismo online (LOPEZ, 2010, p. 405).

Esse processo convergente dentro do contexto jornalístico reflete também em medidas criadas para orientar os laboratórios universitários de comunicação. Baseado na letra C, do parágrafo 2º, do Art. 9º, da Lei 9.131, de 1995, que criou o Conselho Nacional de Educação, cujo a finalidade é *de colaborar na formulação da Política Nacional de Educação e exercer*

*atribuições normativas, deliberativas e de assessoramento ao Ministro da Educação*⁷, foram criadas as Diretrizes Curriculares Nacionais (DCN's) para os cursos de graduação do país. Porém em 2009, a Portaria N° 203⁸, propôs a criação das DCN's próprias para o curso de Jornalismo, até então incluídas no Parecer n° CNE/CES 1363/2001, do Ministério da Educação. O Parecer estabelecia um padrão para cursos com habilitação em Jornalismo, Relações Públicas, Publicidade e Propaganda, Cinema, Radialismo, Editoração, e outras habilitações que possam ser criadas (BRASIL, 2001, p. 16). O objetivo da portaria foi desvincular as práticas jornalísticas da Comunicação Social, uma vez que o Jornalismo é reconhecido mundialmente como uma profissão e a Comunicação Social uma área (BRASIL, 2009, p. 09). No dia 27 de setembro de 2013, a Resolução CNE/CES 1/2013⁹ instituiu as DCN's para o curso de graduação em Jornalismo foram oficializadas (BRASIL, 2013, p. 01).

Na parte de *Competências Gerais* da Resolução, é definido que o graduando deve saber utilizar das Tecnologias da Informação e Comunicação (BRASIL, 2013, p. 03). Na parte de *Conteúdos Curriculares*, os eixos de formação contemplam as TIC's e as práticas laboratoriais.

III – Eixo de fundamentação contextual , que tem por objetivo embasar o conhecimento das teorias da comunicação, informação e cibercultura, suas dimensões filosóficas, políticas, psicológicas e socioculturais, inclusive as rotinas de produção e os processos de recepção, bem como a regulamentação dos sistemas midiáticos, em função do mercado potencial, além dos princípios que regem as áreas conexas; V - Eixo de aplicação processual, que tem por objetivo proporcionar ao jornalista ferramentas técnicas e metodológicas, garantindo coberturas em diferentes suportes: jornalismo impresso radiojornalismo, telejornalismo, webjornalismo, assessorias de imprensa e outras demandas do mercado de trabalho; VI – Eixo de prática laboratorial, que tem por objetivo desenvolver conhecimento e habilidades inerentes à profissão a partir da aplicação de informações e valores, integrando os demais eixos, alicerçados em projetos editoriais definidos e orientados a públicos reais, com publicação efetiva e periodicidade regular, tais como: jornal, revista e livro, jornal mural, radiojornal telejornal, webjornal, agência de notícias, assessoria de imprensa, entre outros (BRASIL, 2013, p. 05).

Porém Gambaro afirma que as funções da tecnologia ocorrem com o tempo, e as previsões iniciais sobre as TIC's nem sempre se concretizam (GAMBARO, 2010, p. 597). O auto define uma dupla mediação das TIC's: descoberta e adaptação.

Uma descoberta é a base para uma tecnologia que adquirirá um uso pela sociedade, e tal uso é concebido a partir de uma prática preexistente – que será melhorada – ou da

⁷ <http://portal.mec.gov.br/conselho-nacional-de-educacao/apresentacao/323-secretarias-112877938/orgaos-vinculados-82187207/14306-cne-historico> Acesso: 06/07/2016

⁸ http://portal.mec.gov.br/dmdocuments/documento_final_cursos_jornalismo.pdf Acesso: 03/07/2016

⁹ http://portal.mec.gov.br/index.php?option=com_docman&view=download&alias=14242-rces001-13&Itemid=30192 Acesso: 03/07/2016.

satisfação de uma necessidade criada por um novo mercado. É preciso analisar os desenvolvimentos técnicos a partir de suas determinações sociais: a pesquisa em laboratório que descobre uma tecnologia é definida a partir das reações dos usuários, a partir das necessidades relatadas; da mesma forma, uma tecnologia é adaptada – bem como seus usos – a partir de parâmetros sociais, a partir das funções atribuídas pelos usuários com o uso de uma tecnologia (GAMBARO, 2010, p. 597).

A produção de informação pelos meios de comunicação é influenciada pela internet através do processo da convergência. Para publicar na web, Escobar diz que ele precisa do acesso às “tecnologias de inteligência necessárias (software, um computador e conexão à rede mundial)”. Por outro lado, do usuário, pouco se contribuiu para essa democratização.

Para obter informações através da TV e do rádio sequer é necessário ser alfabetizado. A Internet, por sua vez, além da capacidade de ler, exige do receptor conhecimentos que vão além de ligar e desligar o aparelho e apertar ou girar botões para mudar de canal ou de estação. Devemos considerar que sempre haverá uma faixa de população pobre e até miserável à qual dificilmente será possível o acesso a este suporte – que pode ser considerado relativamente caro - e aos conhecimentos necessários para manuseá-lo (ESCOBAR, 2006, p.10).

A internet, assim como os outros meios de comunicação, ao surgir trouxe novas possibilidades para o campo jornalístico, e na relação entre emissor e usuário. Até o momento é o meio que apresentou maior quantidade de possibilidades de participação do público no processo comunicacional, e pode ser considerado o mais democrático, mesmo não sendo o mais tradicional (ESCOBAR, 2005, p. 03-05). Sendo assim a internet é um meio que cada vez mais deve reforçar as práticas laboratoriais. Elas ainda são reforçadas pela *Organização Curricular*, observando três requisitos (BRASIL, 2013, p. 06).

- 1) Carga horária suficiente para distribuição estratégica dos eixos curriculares e demais atividades previstas;
- 2) Distribuição das atividades laboratoriais a partir do primeiro semestre, numa sequência progressiva, até a conclusão do curso, de acordo com os níveis de complexidade e de aprendizagem;
- 3) Garantia de oportunidade de conhecimento da realidade, nos contextos local e regional.

O artigo 9º do documento ainda diz que a *distribuição das atividades laboratoriais, a partir do primeiro semestre, numa sequência progressiva, até a conclusão do curso, de acordo com os níveis de complexidade e de aprendizagem;* (BRASIL, 2013, p. 06).

Segundo Almeida e Magnoni (2010, p. 442) a recepção individualizada cada vez mais será concorrente do consumo de informação através do rádio e da TV aberta, algo que pode reinventar as práticas de ensino dentro dos laboratórios de comunicação na era da comunicação digital.

As práticas laboratoriais, além de proporcionar conhecimento ao profissional de jornalismo, devem aperfeiçoar constantemente os meios de ensino, como o uso das tecnologias, para estimular e valorizar a qualificação do jornalista e o domínio da prática jornalística.

CAPÍTULO 02

RÁDIO PLURAL

2.1 Criação do projeto

O projeto da Rádio Plural¹⁰ surgiu na cidade de Mariana, Minas Gerais, na Universidade Federal de Ouro Preto (UFOP), no segundo semestre de 2013. Criado pelos alunos Adrean Larisse Nunes, Adriel Campos, Bruna Sudário, Gustavo Kirchner, Nathália Nunes Viegas e Thainá Cunha, da disciplina eletiva Webradio do curso de Jornalismo, e com a orientação da docente Nair Prata, o objetivo do projeto era “construir um espaço de experimentação que aproxime os estudos teóricos da prática laboratorial” (PRATA, 2013, p. 03). Através de uma breve análise de sete webrádios universitárias brasileiras – Webradio Unifor (Universidade de Fortaleza), Unifra (Centro Universitário Franciscano), UFPA (Universidade Federal do Pará), Radio Ponto UFSC (Universidade Federal de Santa Catarina), RÁDIOFAM (Universidade Federal do Rio Grande do Sul), Frispit (Universidade de Caxias do Sul), Rádio Comunicação Paralela (Instituto Metodista Isabela Hendrix) – encontradas no Portal do Rádio¹¹, objetivou-se conhecer as programações, os sites e as formas de interação com o público, para a criação dos elementos constitutivos da emissora (PRATA, 2013, p. 24).

A escolha do nome Rádio Plural aconteceu através de uma enquete divulgada na página criada no Facebook¹². Depois de algumas sugestões dos usuários, foram selecionados alguns nomes: Adrenalina, Atual, Avalanche, Atual, Bateia, Boa, Boa Ideia, Brasil, Universitário, Certa, Cidadania, Conectividade, Diadorim, Diálogo, Eficaz, Especial, Eureka, Fonte, Gerais, Ideal, Império, Inédita, Intelecto, Jardim de Ideias, Liga, Mais On-line, Mega, Mina de Ideias, Mosaico, Navegadora, Nova Mídia, Onda, Pepita, Planeta On-line, Play, Plural, Polifonia, Primaz, Providência, Radar, República, República dos Saberes, Retórica, Saberes, Seio de Minas, Starte, Tudo, Verdade, Voz, Voz de Ouro. Após a seleção desses nomes, ocorreu uma nova enquete também com a votação do público, e chegou-se ao resultado. Entretanto, mesmo com a votação do público, opinião do grupo formado pelos alunos da disciplina, e da professora o nome não seria definitivo, sendo apenas uma sugestão (PRATA, 2013, p. 35). A decisão de

¹⁰ PRATA, 2013. *Projeto webradio do curso de jornalismo da UFOP*.

¹¹ www.portaldoradio-intercom.ufba.br Acesso: 20/07/2016

¹² <https://www.facebook.com/webradioufop> A página atualmente está desativada.

manter o nome foi votada pela segunda turma da disciplina de Webradio, no primeiro semestre de 2014

2.2 Rádio Plural na rede

Antes da estreia da Rádio Plural a divulgação foi realizada através de redes sociais como Facebook, Twitter¹³, Instagram¹⁴ e Youtube.¹⁵ Primeiramente com a criação da página no Facebook¹⁶ (segundo perfil criado e utilizado atualmente, já que o primeiro foi desativado), e posteriormente com a produção de dois vídeos¹⁷ (publicados no Youtube e divulgado através das redes sociais). A estreia foi marcada para o dia 09 de junho de 2014, o que não aconteceu devido à falta de uma mesa de som nos equipamentos disponíveis para a implantação do laboratório de webradio. Além dos dois vídeos, foram produzidos outros¹⁸ com a descrição dos programas que seriam exibidos na Rádio, entre eles: Bombando na Plural, Esporte Plural, Love's in The Air, Na Estrada, Papo Saudável, Radiola, Rock na Veia e Universo Bizarro. A ideia era postar um por dia, durante dez dias anteriores ao início das transmissões, chamando os usuários do Facebook para ouvirem a rádio. A Rádio Plural começou a transmitir sua programação oficialmente no dia 03 de novembro de 2014, às 8h.

Paralelo à criação do Facebook houve a criação da logo (Figura 02), utilizada durante os primeiros anos da página na rede social, e também do slogan *Diversamente Única*, por Neto Medeiros, aluno da disciplina. Em maio de 2015 a logo foi reformulada (Figura 03), e é utilizada atualmente.

¹³ <https://twitter.com/pluralufop> Acesso: 19/07/2016

¹⁴ <https://www.instagram.com/pluralufop/> Acesso: 19/07/2016

¹⁵ https://www.youtube.com/channel/UCREXv_n85T8muT82yZx9law Acesso: 19/07/2016

¹⁶ <https://www.facebook.com/radioplural> Acesso: 19/07/2016

¹⁷ https://www.youtube.com/channel/UCREXv_n85T8muT82yZx9law/videos?shelf_id=0&view=0&sort=dd
Acesso: 19/07/2016

¹⁸ https://www.youtube.com/channel/UCREXv_n85T8muT82yZx9law/videos?shelf_id=0&view=0&sort=dd
Acesso: 19/07/2016



Figura 02 - Primeira logo da Rádio Plural



Figura 03 - Segunda logo da Rádio Plural

A Plural teve seu primeiro domínio no endereço www.radioplural.com.br¹⁹, na plataforma Wordpress²⁰, serviço para a criação de sites e blogs. Vale lembrar que a plataforma oferece um suporte para a criação gratuita de sites, mas com recursos limitados. A primeira versão do site contava com um menu superior contendo os *links* Início, Ouça a Rádio Plural, Programação, Relacionados, Sobre, Produção Jornalística, Repórteres. O *link*²¹ do site ainda está ativo, mas não é mais utilizado.



Figura 04 - Primeiro site da Rádio Plural (inutilizado)

¹⁹ Atualmente o domínio pertence a outra webradio, utilizado pela Rádio Plural a partir de 11 de maio de 2014.

²⁰ <https://wordpress.com> Acesso: 19/07/2016

²¹ <https://radioplural1.wordpress.com/inicio/> Acesso: 19/07/2016

O menu mostrava os seguintes conteúdos:

- Início: Página Inicial do site;
- Ouça a Rádio Plural: Conectava ao primeiro sistema de *streaming*²² da Rádio, atualmente desativado;²³
- Programação: descrição dos programas previstos para serem exibidos na Rádio, como Corujão, Radiola, Love's In The Air, Giro Cultural, Bombando na Plural, Brega Noite, Na Pista, No Fundo do Baú, Na Estrada, Esporte Plural, Tarde Total (presentes no *link* do site, mas desatualizados);
- Relacionado: *Links* de outros sites, como o da UFOP e dos Instituto de Ciências Sociais e Aplicadas (ICSA);
- Sobre: Descrição da Rádio e membros da equipe;
- Produção Jornalística: Descrição dos membros da equipe jornalística;
- Repórteres: Descrição dos membros da equipe de reportagem;

Por se tratar de um laboratório de radiojornalismo, era de interesse da Rádio transferir a plataforma de seu site para o domínio radioplural.ufop.br. Mas antes que isso ocorresse houve o vencimento da prestação do domínio radioplural.com.br, no dia 11 de maio de 2015, o que acarretou na criação de um site provisório²⁴.

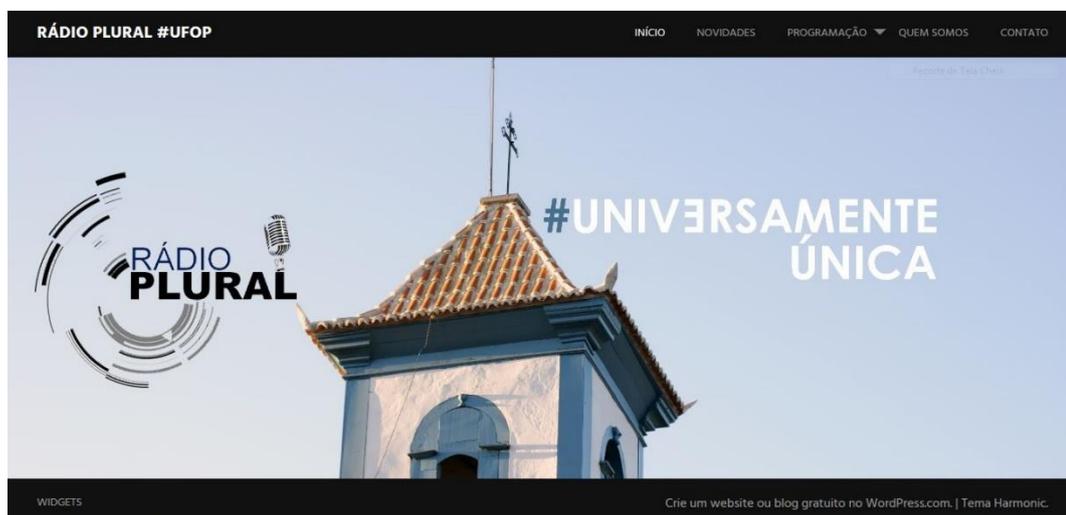


Figura 05 - Segundo site da Rádio Plural (inutilizado)

²² <http://www.techtudo.com.br/artigos/noticia/2013/05/conheca-o-streaming-tecnologia-que-se-popularizou-na-web.html> Acesso: 19/07/2016

²³ <http://masterix2.com.br/radioplural/index.php> Acesso: 20/07/2016

²⁴ <https://radiopluraltest.wordpress.com/> Acesso: 19/07/2016

O site nunca chegou a ser utilizado efetivamente na difusão da Rádio, tendo as atenções voltadas pra página no Facebook. As postagens eram realizadas juntamente com o *link* direto do *streaming* (Figura 06).



Figura 06 – Publicações com *streaming*

A partir do dia 14 de outubro de 2015 a plataforma da Rádio Plural passou a funcionar no domínio da Universidade Federal de Ouro Preto e utilizado atualmente²⁵.



Figura 07 - Terceiro site da Rádio Plural (atual)

²⁵ <http://radioplural.ufop.br/> Acesso: 19/07/2016

Na *homepage* podemos observar a logo no canto superior esquerdo, que ao ser clicada leva o usuário para a página inicial, os títulos em movimento das notícias publicadas na parte superior do site, e abaixo desses títulos, 6 *links* que levam a outras áreas do site que são eles:

- *Home* (simbolizado pelo desenho da casa): Leva a página inicial do site;
- Ouça ao vivo: Ao clicar sobre ele uma nova janela é aberta e a rádio passa a ser ouvida;
- A Rádio: Pequena descrição sobre a história da rádio;
- Programação: Sem conteúdo ao ser analisada nesta pesquisa;
- Contato: Contatos de e-mail e telefone da Coordenação Geral;
- +Seguir: Mostra as redes sociais Facebook, Twitter, Google+, Pinterest, RSS Feed, LinkedIn, Youtube. Até a conclusão desta pesquisa ao clicar em cada botão apenas o do Facebook redirecionava para a página da Plural;
- *Search* (representado pelo símbolo da lupa): Área para busca no site através de palavras.

No lado direito do site há também um *link* que leva diretamente para a página da Rádio Plural no Facebook. Na *homepage* observa-se também os *links* das notícias publicadas produzidas pelos alunos participantes da rádio, alinhadas verticalmente em ordem cronológica. O botão *read more* (leia mais), incluso em cada *link* abre as notícias por completo. Até o fechamento desta pesquisa haviam 15 matérias publicadas, sendo uma delas apenas a publicação do desenho da logo da Plural.

Todas as notícias publicadas no site da Rádio Plural utilizam-se de fotos ou imagens para a ilustração das matérias, porém a utilização do som – no site – ocorre apenas na transmissão da programação em tempo real. O site oferece a oportunidade de publicar comentários nas notícias (não no corpo delas), além de possibilitar o compartilhamento diretamente do site no Facebook, Twitter e Google+²⁶ do usuário. Além disso, o site divulga telefone e e-mail da coordenação geral, oferecendo outros espaços para interação da audiência. Observa-se também opções em que o ouvinte pode receber por e-mail avisos de novas publicações ou comentários do site.

²⁶ Rede social da empresa Google

A Rádio Plural também está presente nas redes sociais²⁷, como o Facebook. Ao analisar 152 publicações compreendidas entre as datas de 14 de outubro de 2015 (data que o site atual passou a ser acessado na plataforma²⁸ da Universidade Federal de Ouro Preto) e 22 de julho pode-se compreender as publicações em dez classificações:

- Chamadas para escuta (68 no total): Publicações feitas pelos apresentadores dos programas para ouvir a rádio. Geralmente feita minutos antes ou durante os programas. Há também chamadas para coberturas ao vivo;
- *Links* de coberturas (10 no total): Publicações de *links* das coberturas feitas pela equipe da Rádio e publicadas no site;
- Notas da equipe (39 no total): Notas feitas pela equipe da rádio em coberturas e publicadas somente na página da rede social;
- Compartilhamento de outros *links* (9 no total): *Links* de outros órgãos compartilhados na página;
- Divulgações de eventos (12 no total): Publicações de artes gráficas ou fotos com eventos de da Região dos Inconfidentes;
- Vídeos ao vivo (1 no total): Através do recurso Live Video²⁹ os usuários do Facebook podem fazer vídeos em tempo real. O recurso é utilizado pelo programa Esporte Plural;
- Aniversários da equipe (8 no total): Fotos de membros da equipe sendo parabenizados pela Rádio Plural;
- Chamadas para outras redes da Plural (1 no total): Publicações com *links* de outras redes;
- Problemas de transmissão (2 no total): Publicações sobre problemas de transmissão do *streaming*;
- Fotos da equipe (2 no total): Divulgação da equipe da rádio através da publicação de fotos.

Ao observar o menu disposto pelo página no lado esquerdo encontra-se o menu: Página Inicial; Sobre, com data da estreia, descrição curta da rádio e site oficial; Fotos (até a conclusão

²⁷ O critério para a análise das publicações das redes sociais seria feito baseado nas publicações realizadas a partir da data de utilização do site atual na plataforma da Universidade Federal de Ouro Preto, até o dia 22 de julho de 2016 (fechamento da análise), porém ao analisar todas as redes, exceto o Facebook, foi possível analisar todas as publicações, devido à baixa quantidade delas.

²⁸ <http://radioplural.ufop.br/> Acesso: 22/07/2015

²⁹ <https://tecnoblog.net/188857/facebook-live-video-collage/> Acesso: 22/07/2015

dessa pesquisa um total de 187 fotos, distribuídas em 5 álbuns); Curtidas (até a conclusão da pesquisa com um total de 1.432 curtidas); Instagram, exibição das fotos publicadas na rede social Instagram; Vídeos (até a conclusão da pesquisa com um total de 6 vídeos publicados); e Publicações, com as postagens na página realizadas pela equipe. Além disso o botão Fale Conosco, localizado do lado direito-central, lava diretamente para o site da Plural.



Figura 08 – Página Inicial do Facebook da Rádio Plural

Outras redes sociais como o Twitter e Instagram também são utilizadas pela rádio. Criado em abril de 2014, o perfil do Twitter, até o fechamento desta pesquisa, possuía 17 *tweets*³⁰ publicados, compreendidos entre os dias 27 de maio de 2014 e 29 de maio de 2015; seguindo 136 outros perfis; 90 seguidores e 1 curtida³¹. Já o Instagram possuía 31 fotos publicadas, entre os dias 05 de junho de 2014 e 17 de junho de 2016; 308 seguidores; e seguindo 752 outros perfis.

Ao observar o Twitter, os *tweets* podem ser classificados de 8 maneiras:

- Coberturas dos eventos da Universidade (4 no total): *Tweets* relacionados a eventos realizados nos *campi* da UFOP;
- Chamada para escuta (8 no total): Aviso da exibição dos programas na Rádio.
- Avisos de manutenção (2 no total): Sobre problemas ou manutenção dos equipamentos da rádio, o que interfere na exibição da programação;

³⁰ Mensagens de até 140 caracteres enviadas ou recebidas pelo Twitter.

³¹ <http://www.techtudo.com.br/noticias/noticia/2015/11/twitter-substitui-tuites-favoritos-por-curtidas-e-estrelas-viram-coracoes.html> Acesso: 24/07/2016

- Compartilhamento de *links* musicais (1 no total): Publicação de *links* de clipes musicais advindos de outros sites, como o Youtube;
- Compartilhamento de trailer de filme (1 no total): Publicação de *links* de trailers de filmes, também advindos de outros sites;
- Divulgação da Rádio (1 no total): Primeiro *tweet* da rede com o *link* do vídeo de divulgação da Rádio, publicado no Youtube;
- Retweetados (1 no total): Publicados em outros perfis e compartilhados através da opção *retweetar*. O único publicado na rede foi do perfil de João Vitor Nunes, um dos apresentadores do programa Esporte Plural;
- *Tweets* indiretos (3 no total): Publicados em outras redes como o Instagram e simultaneamente no perfil da Rádio.

Alguns dos *tweets* se encaixam em mais de uma classificação. A palestra do político Eduardo Suplicy, por exemplo, pode ser encaixada nas classificações de “Cobertura dos eventos da Universidade” (2) e “Chamada para escuta” (1). A rede também oferece a opção de publicar fotos ou anexar *links* junto ao *tweet*, o que reduz alguns números nos caracteres.

Já as publicações do Instagram podem ser classificadas da seguinte maneira:

- Participação em eventos (5 no total): Publicações de participações em eventos como o Intercom³² e a Mostra de Profissões;³³
- Aleatório (1 no total): Publicação de teor humorístico;
- Estúdio (7 no total): Acontecimentos dentro do estúdio;
- Coberturas realizadas (14 no total): Publicações de coberturas realizadas pela equipe da Rádio;
- Oficinas (1 no total): Publicação de oficinas realizadas pelos colaboradores da Rádio;
- Reuniões (1 no total);
- Divulgação da Rádio (1 no total): Feita com a logo para divulgar a Rádio.

Observando que além de fotos, o Instagram permite a publicação de vídeos de no máximo até 60 segundos. Até o fechamento da pesquisa haviam quatro vídeos publicados no perfil.

³² <http://intercomsudeste2016.com.br/site/> Acesso: 22/07/2016

³³ <http://www.ufop.br/noticias/ensino/9a-mostra-de-profissoes-acontece-em-maio-e-traz-novidades> Acesso: 22/07/2016

CLASSIFICAÇÕES/REDES SOCIAIS	FACEBOOK	TWITTER	INSTAGRAM
Aleatório			X
Aniversários da equipe	X		
Avisos de manutenção		X	
Chamadas para escuta	X	X	
Chamadas para outras redes da Plural	X		
Coberturas dos eventos da Universidade		X	
Coberturas realizadas			X
Compartilhamento de links musicais		X	
Compartilhamento de outros links	X		
Compartilhamento de trailer de filme		X	
Divulgações de eventos	X		
Divulgação da Rádio		X	X
Estúdio			X
Fotos da equipe	X		
Links de coberturas	X		
Notas da equipe	X		
Oficinas			X
Participação em eventos			X
Problemas de transmissão	X		
Retweetados		X	
Reuniões			X
Tweets indiretos		X	
Vídeos ao vivo	X		

Quadro 02 - Classificações das redes sociais da Rádio Plural

As coberturas jornalísticas realizadas pela equipe estão presentes nas redes sociais, nas classificações *coberturas dos eventos da Universidade*, *coberturas realizadas*, *links de coberturas*, *notas da equipe*, *participação em eventos*. As *participações em eventos*, além de coberturas, podem ser compreendidas também como uma *divulgação da rádio*³⁴ (classificações encontradas no Twitter e no Instagram), pois além da cobertura há o objetivo de difundir o

³⁴ O Facebook não consta com divulgação devido ao período compreendido da análise de conteúdo. Em observação anterior ao período compreendido constata-se que há publicações de divulgação da Rádio, porém não incluídas na pesquisa.

nome da Rádio. As *chamadas para escuta*, encontradas no Facebook e Twitter, convidam os usuários das redes para ouvir o conteúdo oferecido pela Plural na transmissão em tempo real, realizando uma conexão com o site oficial. Além disso, as *chamadas para outras redes da Plural*, presentes no Facebook, convidam os usuários para utilizar outras redes sociais.

Classificações como *compartilhamento de outros links*, *compartilhamento de links musicais*, *compartilhamento de trailer de filme*, *retweetados* e *aleatório*, possuem conteúdos que possam interessar ao público – variado - da Plural, assim como as *fotos da equipe*, *vídeos ao vivo*, *aniversários da equipe*, *estúdio* e *reuniões*, que apresentam como funciona e quem é a equipe que produz e apresenta o conteúdo da programação.

As classificações *problemas de transmissão* e *avisos de manutenção*, demonstram compromisso com o público ouvinte, pois ao sair do ar, o público fica sabendo os motivos que causaram a falha ou corte na transmissão em tempo real. E o compromisso social da Rádio pode ser observado através das classificações *divulgações de eventos* e *oficinas*. As *divulgações de eventos* servem de espaço para divulgação de eventos com relevância na região de Mariana e Ouro Preto - não necessariamente tendo cobertura da equipe. E as *oficinas* – abertas ao público – que foram oferecidas para interessados em participar da equipe da Rádio.

Todas essas publicações das redes sociais são realizadas com o uso dos elementos multimídias –som, texto, imagem – porém o áudio transmitido em tempo real ainda é independente em relação as redes.

Além das redes sociais, a Rádio Plural também possui um canal no Youtube, contendo até a conclusão da pesquisa, um total de 19 vídeos, publicados entre os dias 21 de maio de 2014 e 18 de novembro de 2015, entre eles sendo: 2 de divulgação da estreia da Rádio e 8 dos programas que seriam exibidos, já citados anteriormente; 7 Boletins Semanais do programa Esporte Plural, com as notícias dos esportes; 1 vídeo promocional do programa Esporte Plural, produzido para o Intercom Sudeste 2016, realizado em Salto-SP³⁵; e 1 matéria sobre as doações para as vítimas da tragédia de Bento Rodrigues.

Outros materiais também foram encontrados em outros perfis e contas. Vale lembrar que além das redes oficiais, há expansão de conteúdo específica de alguns programas em outras redes e sites, gerenciados pelos próprios produtores e apresentadores de cada um:

³⁵ <http://intercomsudeste2016.com.br/site/> Acesso: 22/07/2016

- No Facebook: Claquete,³⁶ Do Fundo do Baú,³⁷ Esporte Plural,³⁸ Expresso,³⁹ Fim de Tarde,⁴⁰ Gloss F.C.,⁴¹ Papo Aberto,⁴² Plural Retrô,⁴³
- Canais no Youtube: Do Fundo do Baú;⁴⁴
- Instagram: Esporte Plural;⁴⁵
- Soundcloud: Do Fundo do Baú,⁴⁶ Esporte Plural,⁴⁷ Plural Retrô;⁴⁸
- Wordpress: Esporte Plural.⁴⁹

Além disso foram encontrados materiais em duas contas pessoais⁵⁰ no Soundcloud, não-relacionadas com a Rádio Plural. Essa expansão não deixa de ser uma difusão da Rádio Plural na web, porém os conteúdos específicos não serão analisados nesta pesquisa, somente os conteúdos gerais presentes na rede.

Segundo Orihuela (apud DEL BIANCO, 2012, p. 170), as redes sociais na web funcionam como uma construção de identidade online e o canal em que se deseja partilhar nossa atividade na rede. A Rádio Plural vem construindo sua identidade, através das redes sociais, com o objetivo de explorar ao máximo seus recursos multimídias, mas sem descaracterizar o som como principal elemento. As redes sociais, dentro das suas possibilidades oferecem variadas formas de interação com os usuários. Del Bianco (2012, p. 170) diz que as redes sociais agregaram o envio de mensagens públicas ou privadas, comentários, recados, compartilhamento de vídeos, fotografias, *links* e informações. Essa exploração demonstra a busca de audiência, construída através das redes sociais (MARCHEZAN, 2014).

³⁶ <https://www.facebook.com/claqueteradioplural> Acesso: 25/07/2016

³⁷ <https://www.facebook.com/Do-Fundo-do-Ba%C3%BA-R%C3%A1dio-Plural-101567333561687/?fref=ts>
Acesso: 25/07/2016

³⁸ <https://www.facebook.com/EsportePlural> Acesso: 25/07/2016

³⁹ <https://www.facebook.com/expressoplural> Acesso: 25/07/2016

⁴⁰ <https://www.facebook.com/Fim-de-Tarde-882033205197307/> Acesso: 25/07/2016

⁴¹ <https://www.facebook.com/glossfc/?fref=ts> Acesso: 25/07/2016

⁴² <https://www.facebook.com/PapoAbertoRadioPlural/?fref=ts> Acesso: 25/07/2016

⁴³ <https://soundcloud.com/user-470091143-932559048> Acesso: 25/07/2016

⁴⁴ <https://www.youtube.com/channel/UC9duxLOjxOKXdOjOjYWympQ> Acesso: 25/07/2016

⁴⁵ <https://www.instagram.com/esporteplural/> Acesso: 25/07/2016

⁴⁶ <https://soundcloud.com/user-5761254> Acesso: 25/07/2016

⁴⁷ <https://soundcloud.com/esporte-plural> Acesso: 25/07/2016

⁴⁸ <https://soundcloud.com/user-470091143-932559048> Acesso: 25/07/2016

⁴⁹ www.esporteplural.wordpress.com Acesso: 25/07/2016

⁵⁰ <https://soundcloud.com/all-n-passos>; <https://soundcloud.com/jo-o-lucas-teixeira-2> Acesso: 25/07/2016

2.3 Modelo de programação

Segundo a justificativa do Projeto da Rádio Plural, a opção da criação dos laboratórios de webradio nas universidades vem acontecendo devido a obrigatoriedade das concessões nas rádios hertzianas, que implicam em deveres e alguns investimentos financeiros. A criação das plataformas na web não compromete o aprendizado e tem o funcionamento técnico bastante simples (PRATA, 2013, p. 04).

Baseado na análise realizada pelo Projeto, pensou-se em um modo generalista de programação, afim de possibilitar a prática laboratorial de forma dinâmica e abrangente, visando atingir um público eclético, com música, informação, prestação de serviços, etc. A primeira grade de programação da Rádio Plural foi pensada para ser exibida diariamente, com 24 horas de duração, entre programas ao vivo e gravados e com espaço para dez propostas, que seriam fornecidas voluntariamente por pessoas interessadas em participar da equipe. Para quem não fosse do curso de jornalismo, ou ainda não tivesse cursado a disciplina de Radiojornalismo, a forma de participação na Rádio seria feita através de processo seletivo, aplicado pela equipe da rádio, e através de oficinas temáticas.⁵¹ Assim, integrantes de outras áreas da Universidade teriam espaço para divulgação das áreas de seu interesse e moradores da Região dos Inconfidentes poderiam propor projetos relevantes para a comunidade. De segunda a sexta os programas seriam diários, aos finais de semana alguns deles seriam reprisados, como mostram os quadros a seguir:

	SEGUNDA-FEIRA	TERÇA-FEIRA	QUARTA-FEIRA	QUINTA-FEIRA	SEXTA-FEIRA
07:00:00	PAPO SAUDÁVEL				
07:05:00	DO FUNDO DO BAÚ				
08:00:00	PAINEL PLURAL				
08:05:00	MANHÃ MIX				
09:00:00	PAINEL PLURAL				
09:05:00	MANHÃ MIX				
10:00:00	PAINEL PLURAL				
10:05:00	MANHÃ MIX				
11:00:00	PAINEL PLURAL				
11:05:00	PROPOSTA 01	PROPOSTA 02	PROPOSTA 03	PROPOSTA 04	PROPOSTA 05

⁵¹ As oficinas seriam ministradas pela docente Nair Prata.

12:00:00	ESPORTE SHOW	ESPORTE SHOW	ESPORTE SHOW	ESPORTE SHOW	ESPORTE SHOW
12:30:00	UNIVERSO BIZARRO 01	UNIVERSO BIZARRO 02	UNIVERSO BIZARRO 03	UNIVERSO BIZARRO 04	UNIVERSO BIZARRO 05
13:00:00	PAINEL PLURAL				
13:05:00	TOCA TUDO				
14:00:00	PAINEL PLURAL				
14:05:00	TARDE TOTAL				
14:30:00	TUDO TECH 01	TUDO TECH 02	TUDO TECH 03	TUDO TECH 04	TUDO TECH 05
15:00:00	PAINEL PLURAL				
15:05:00	TARDE TOTAL				
16:00:00	PAINEL PLURAL				
16:05:00	TARDE TOTAL				
17:00:00	PAINEL PLURAL				
17:05:00	SINTONIA FINA				
18:00:00	PAINEL PLURAL				
18:05:00	GLOSS F.C.				
19:00:00	BOMBANDO NA PLURAL				
20:00:00	GIRO CULTURAL	GIRO CULTURAL	GIRO CULTURAL	GIRO CULTURAL	GIRO CULTURAL
20:30:00	ROCK NA VEIA				
21:00:00					
22:00:00	PROPOSTA 06	PROPOSTA 07	PROPOSTA 08	PROPOSTA 09	PROPOSTA 10
23:00:00	LOVE'S IN THE AIR				
00:00:00	CORUJÃO	CORUJÃO	CORUJÃO	CORUJÃO	CORUJÃO
01:00:00					
02:00:00					
03:00:00					
04:00:00					
05:00:00	CORUJÃO	CORUJÃO	CORUJÃO	CORUJÃO	CORUJÃO
06:00:00	SERTANEJO	SERTANEJO	SERTANEJO	SERTANEJO	SERTANEJO

Quadro 03 - Primeira proposta de programação de segunda a sexta da Rádio Plural⁵²

⁵² PRATA, 2013. Projeto webradio do curso de jornalismo da UFOP, p. 36.

	SÁBADO	DOMINGO
07:00:00	PAPO SAUDÁVEL	PAPO SAUDÁVEL
07:05:00	PROPOSTA 01	PROPOSTA 02
08:00:00	UNIVERSO BIZARRO 03	LOVE'S IN THE AIR
08:05:00		
08:30:00	TUDO TECH 03	
09:00:00	PERFIL MUSICAL	
09:05:00		
10:00:00		PROPOSTA 06
10:05:00		
11:00:00	NA ESTRADA	TOCA TUDO
11:05:00		
11:30:00	UNIVERSO BIZZARRO 03	
12:00:00	PROPOSTA 03	PROPOSTA 07
12:30:00		
13:00:00	TOCA TUDO	TOCA TUDO
13:05:00		
14:00:00	PROPOSTA 04	PROPOSTA 08
14:05:00		
14:30:00		
15:00:00	PROPOSTA 05	PERFIL MUSICAL
15:05:00		
16:00:00	UNIVERSO BIZARRO 04	PROPOSTA 09
16:05:00		
16:30:00	TUDO TECH 02	
17:00:00		TOCA TUDO
17:05:00	UNIVERSO BIZARRO 05	
17:30:00	TUDO TECH 05	
18:00:00		PROPOSTA 10
18:05:00		
19:00:00	TOP HITS	TOP HITS
20:00:00	RADIOLA	RADIOLA
20:30:00	ROCK NA VEIA	ROCK NA VEIA
21:00:00		
22:00:00	NA PISTA	BREGA NIGHT
23:00:00		
00:00:00		TOCA TUDO

01:00:00		
02:00:00		
03:00:00		
04:00:00		
05:00:00	CORUJÃO SERTANEJO	CORUJÃO SERTANEJO
06:00:00		

Quadro 04 - Primeira proposta de programação de sábado e domingo da Rádio Plural⁵³

A princípio a programação ficaria 24 horas no ar, mas por falta da demanda de alunos para a participação dos programas, e visando a preservação dos equipamentos, ficou decidido que o funcionamento da rádio seria de segunda à sexta feira das 8h às 22h00. Abaixo a descrição individual de cada programa da primeira proposta de programação (PRATA, 2013, p. 38-42)

I. Bombando na Plural

Seleção das músicas mais tocadas na rádio, numa mistura de gêneros que agrada a todos os gostos.

II. Brega Night

Programa que resgata a verdadeira música romântica brasileira, com uma seleção musical bem variada, podendo ir de pagode a sertanejo. Histórias de amor também fazem parte do programa. Trazemos vozes inconfundíveis e músicas que fizeram parte da nossa vida, de volta em um programa bem variado.

III. Corujão

Programa musical para embalar a madrugada. Músicas selecionadas especialmente para quem curte uma seleção da melhor qualidade.

IV. Corujão Sertanejo

O melhor da música sertaneja para começar bem o seu dia.

V. Do Fundo do Baú

O programa apresenta diariamente músicas antigas para o ouvinte começar bem o dia. Resgatando músicas brasileiras e internacionais de diversos estilos, a playlist Do Fundo do Baú

⁵³ PRATA, 2013. *Projeto webradio do curso de jornalismo da UFOP*, p. 37.

conta com quase uma hora de nostalgia musical. Afinal de contas, quem não gosta de relembrar sucessos antigos, bom sujeito não é.

VI. Esporte Show

Informativo sobre os principais acontecimentos do esporte. Análises e comentários de tudo o que acontece no cenário esportivo nacional e internacional.

VII. Giro Cultural

Programa de informação cultural, entrevistas com artistas e pessoas de destaque da área, além de notícias sobre o cenário cultural brasileiro e a programação cultural da Região dos Inconfidentes.

VIII. Gloss Futebol Clube

Programa sobre futebol apresentado exclusivamente por mulheres. São discutidas notícias sobre campeonatos e a movimentação na área futebolística. Todas as notícias são debatidas a partir da visão feminina sobre o futebol.

IX. Love's in the Air

Programa para quem está apaixonado, à procura do amor ou simplesmente curte uma boa música romântica. Clássicos musicais, poemas, mensagens e, muito mais, o ouvinte pode conferir neste programa que vai encher a noite de amor.

X. Manhã Mix

Programa de variedades, ao vivo, de segunda a sexta-feira. Ancorado por um aluno do curso de Jornalismo da UFOP, o programa apresenta informação, música, entrevista, prestação de serviço, humor e tudo para deixar a manhã do público mais animada.

XI. Na Estrada

O programa leva ao público opções de lugares para viagens, dicas de pousadas/hotéis, passeios, onde comer, que tipo de roupas levar, clima dos locais. Leva também informações de eventos esportivos ou culturais.

XII. Na Pista

Na Pista é o seu programa musical dos finais de semana. Das 22h de sábado às 4 da madrugada do domingo, muita música e muita descontração, com um repertório que faz sucesso nas festas e baladas do país.

XIII. Paine! Plural

Informativo ao vivo com notícias da Região dos Inconfidentes, de Minas Gerais, do Brasil e do mundo, com a participação dos repórteres da emissora.

XIV. Papo Saudável

O programa trata de saúde e qualidade de vida e de temas afins, como cuidados com o corpo, melhoria dos hábitos alimentares e transformação no ambiente de casa e do trabalho.

XV. Perfil Musical

Trazer as principais músicas e um pouco da história dos seus artistas preferidos para o rádio é a proposta do Perfil Musical. Todo sábado e domingo, o programa traz um artista diferente, numa hora de especial só dele.

XVI. Radiola

Programa musical comandado pelo público. As músicas que vão ao ar são da playlist que o ouvinte envia para a rádio. Assim, cada programa é único e novo, atraindo a curiosidade – e a participação - dos ouvintes.

XVII. Rock na Veia

Programa voltado para o público que gosta de rock em seus mais variados estilos, traz notícias da vida dos artistas de rock e, logo em seguida, uma música do astro em questão. A seleção musical é muito variada, desde o rock clássico, até o novo indie rock, passando por vários países e épocas.

XVIII. Sintonia fina

Programa que coloca o assunto música como pauta. Novidades do mundo da música são transmitidas a cada novo programa. É uma mistura de notícia e música. O apresentador lê uma

notícia sobre um cantor/compositor/banda e, em seguida, tocamos uma música para ilustrar o conteúdo informativo.

XIX. Tarde Total

Programa de variedades, ao vivo, de segunda a sexta-feira. Ancorado por um aluno do curso de Jornalismo da UFOP, o programa apresenta informação, música, entrevista, prestação de serviço, humor e tudo para deixar a tarde do público mais animada.

XX. Toca Tudo

Programa musical que toca todos os estilos sem nenhum preconceito. Espaço musical democrático onde o web ouvinte encontra todos os ritmos reunidos.

XXI. Tudo Tech

O programa tem como foco a tecnologia, com notícias relacionadas ao mundo das inovações, notícias relacionadas ao computador, celulares, grandes empresas de tecnologia, aplicativos, jogos e muitos outros que fazem parte desse universo. O programa também apresenta comparações entre aparelhos, mostrando pontos fortes e pontos fracos. São cinco edições inéditas por semana.

XXII. Universo Bizarro

Imagine um noticiário com novidades estranhas, diferentes e até engraçadas... esse é o Universo Bizarro, que traz as esquisitices do mundo todos os dias para o rádio. Só no Universo Bizarro você fica por dentro das notícias mais excêntricas que você nunca imaginou. São cinco edições inéditas por semana.

As Propostas seriam inseridas na programação nos seguintes dias e horários:

Proposta 1: segundas-feiras, de 11h05 às 12h, com repetição aos sábados, de 7h05 às 8h

Proposta 2: terças-feiras, de 11h05 às 12h, com repetição aos domingos, de 7h05 às 8h

Proposta 3: quartas-feiras, de 11h05 às 12h, com repetição aos sábados, de 12h às 12h55

Proposta 4: quintas-feiras, de 11h05 às 12h, com repetição aos sábados, de 14h às 14h55

Proposta 5: sextas-feiras, de 11h05 às 12h, com repetição aos sábados, de 15h às 15h55

Proposta 6: segundas-feiras, de 22h às 23h, com repetição aos domingos, de 10h às 11h

Proposta 7: terças-feiras, de 22h às 23h, com repetição aos domingos, de 12h às 13h

Proposta 8: quartas-feiras, de 22h às 23h, com repetição aos domingos, de 14h às 15h

Proposta 9: quintas-feiras, de 22h às 23h, com repetição aos domingos, de 16h às 17h

Proposta 10: sextas-feiras, de 22h às 23h, com repetição aos domingos, de 18h às 19h

A rádio já passou por diversas mudanças na programação devido a demanda de alunos que entram ou saem, seja na disciplina Webradio, ou na equipe da Plural, o que gera buracos na programação. Para não ficar fora do ar, os buracos são preenchidos com músicas e vinhetas da rádio inseridas a cada três músicas tocadas. Atualmente a programação é exibida das 09h às 21h, e conta com 13 programas⁵⁴ em sua grade, sendo eles:

I. Claquete (Toda segunda de 13h30 às 14h)

Programa sobre cinema e seriados. Novidades, o que será lançado, curiosidades e muito mais.

II. Do Fundo do Baú (De segunda a sexta de 19h às 20h)

Programa com músicas do século XX comentadas.

III. Esporte Plural (De segunda a sexta de 12h50 às 13h30)

Notícias de esportes do Brasil e do mundo comentadas.

IV. Expresso (De segunda a sexta de 09h às 10h)

A sua dose diária de música boa e diversão nas manhãs da Radio Plural.

V. Fim de Tarde (De segunda a sexta de 17h às 18h)

Músicas baseadas em temas variados.

VI. Gloss F.C. (De segunda a sexta de 18h20 às 19h)

Debate sobre futebol conduzido por mulheres.

⁵⁴ As descrições dos programas foram fornecidas pela produção dos programas

VII. Jornal Plural (De segunda a sexta de 18h às 18h20)

Notícias regionais, nacionais e internacionais divulgadas diariamente.

VIII. Manhã Mix (De segunda a sexta de 10h às 12h)

Programa matinal de variedades e músicas

IX. Painel Plural (De segunda a sexta às 11h e às 12h)

Destaque de notícia matinal

X. Papo Aberto (Toda quinta de 20h às 21h)

O Papo Aberto é um programa sobre relacionamento que pretende discutir os mais variados assuntos sem tabu, sem preconceito e com muito humor.

XI. Plural Retrô (Toda sexta de 13h30 às 14h)

Programa dedicado à cultura nostálgica dos anos 80, 90 e 2000.

XII. Som Brasil (De Segunda a sexta de 12h às 12h50)

Programa com o melhor da MPB.

XII. Tarde Total (De segunda a sexta de 14h às 16h)

Programa vespertino de variedades e músicas

Desde a ideia da sua criação até o seu funcionamento atual, a programação da Rádio Plural pode ser definida como um modelo em mosaico (FERRARETTO *apud* AVRELLA, ZUCOLOTO, 2013, p. 56), com diferentes programas e conteúdos variados. Alguns dos programas podem ser considerados como Macrounidades (CEBRIAN HERREROS *apud* CASTELLI, 2011, p. 03), sendo repetições cíclicas, como os programas Claquete, Papo Aberto e Plural Retrô. Nas definições de Ortriwano (1985, p. 28) sobre segmentação, a Plural pode ser considerada uma emissora especializada em diferentes horários, visando atingir diferentes tipos de público. Essa definição é parecida com a de Prietro (*apud* CASTELLI, 2011, p. 03) sobre programação, sendo a Plural uma rádio “convencional, oferecendo conteúdos ‘variados, informativos, musicais e de entretenimento’, abrangendo um público maior.” Como visto no primeiro capítulo, mesmo com essas definições, as programações das rádios sofrem alterações por motivos de audiência e também por questões financeiras (AVRELLA, ZUCOLOTO, 2013,

p. 56). Segundo Alessandra Alves⁵⁵, os recursos da Rádio Plural são oriundos apenas da Universidade.

⁵⁵ Entrevista realizada com Alessandra Alves, coordenadora geral da Rádio, em 14 de julho de 2016

CONSIDERAÇÕES FINAIS

A programação da Rádio Plural pode ser considerada convencional, no oferecimento de conteúdos variados para atrair a audiência (PRIETRO apud CASTELLI, 2011, p. 03). Com um modelo em formato mosaico, entre programas informativos e de entretenimento, sua programação muda constantemente (FERRARETTO apud AVRELLA, ZUCOLOTO, 2013, p. 56) devido a questões financeiras e participação de colaboradores. E seu consumo pode ser feito através de vários suportes de difusão, como tablets e celulares. Segundo Salaverria (2014, p.32), a difusão através da web torna o rádio “uma plataforma que oferece a possibilidade de combinar simultaneamente múltiplos formatos comunicativos”.

Através de um processo de convergência tecnológica, os suportes de difusão também modificam a interação entre emissor e ouvinte. Em um único dispositivo e possível, além de ouvir a Rádio, produzir conteúdos como fotos e gravação de sons (SALAVERRIA apud QUADROS, 2013, p. 40), enviados para a Rádio através do chat do Facebook e do e-mail da Plural (pluralradio.ufop@gmail.com). Isso possibilita o ouvinte a tornar-se um produtor de conteúdo (PRATA, 2009, 131-133). Antes feitas por carta e telefone agora a participação pode ser feita através de e-mail e bate papos (ALMEIDA, MAGNONI, 2010, p. 433). No contexto da convergência tecnológica, Quadros (2013, p. 84) destaca que a interação não precisa ser realizada em tempo real, já que as mídias digitais permitem a realização de trocas comunicacionais. O site da Plural oferece a interação entre emissor e ouvinte através dos comentários nas notícias, assim também como o Facebook, Instagram e Twitter oferecem a possibilidade para os ouvintes deixarem comentários. Porém, as transmissões realizadas ao vivo possibilitam a interação do ouvinte, em tempo real, através do bate papo do Facebook. Entretanto a rádio não possui aparelho telefônico (até a conclusão da pesquisa), o que limita a participação de alguns ouvintes. Klöckner (apud QUADROS, 2013, p. 83) destaca a diferença entre interação e participação, partindo da premissa que para existir interação é necessário a vontade do ouvinte de interagir.

Na linguagem radiofônica da Plural observa-se quase todos os elementos de Balsebre são utilizados, porém não com todo seu potencial expressivo. Além da utilização segmentada em alguns programas, a música é utilizada como criadora de som ambiente, paralela a voz (palavra) do emissor. É utilizada através das funções descritivas e expressivas na programação. Já os efeitos sonoros são utilizados apenas como ambientais e narrativos. E o silêncio define apenas a linguagem verbal. (BALSEBRE, 1994, p. 333-334). Uma vez que a palavra deve-se

ser interpretada pelo locutor e transmitida com naturalidade (BALSEBRE, 1994, p. 331), a linguagem utilizada pela rádio procura ser dinâmica, em busca da fixação do público ouvinte. O horário de exibição da rádio (9h às 21h) pressupõe que o ouvinte além de estar com a atenção no rádio, exerce outras atividades paralelas a escuta.

Na web a linguagem radiofônica divide espaço com o hipermídia. Mendes Reis (2012, p. 22) ressalta que o som é apenas mais um dos elementos utilizados na webrádio, já que o meio é multimídia, interativo e hipertextual. Mesmo multimídia, o principal elemento do rádio na web, ainda é o som (SALAVERRIA, 2014, p. 31), e os elementos multimídias precisam estar coordenados e interligados, para não competir entre si (SALAVERRIA, 2014, p. 40).

Baseado nos elementos expressivos de Balsebre, observa-se que a linguagem radiofônica da Plural, o silêncio só aparece como linguagem verbal, na definição de diálogos expressadas em sequências de silêncio/som/silêncio (BALSEBRE, 1994, p. 334), sendo uma linguagem artificial, mas representada com naturalidade, criando uma realidade sonora e proximidade com o ouvinte (BALSEBRE, 1994, p. 331). As músicas utilizadas como plano de fundo dos programas representam um dinamismo na emissão dos conteúdos. Os efeitos sonoros são utilizados na emissão de spots e vinhetas da Rádio e, juntamente com o uso da palavra. Pode-se concluir então, que em todos os programas em algum momento os elementos expressivos poderão ser encontrados, permitindo uma melhor condição para a percepção da mensagem radiofônica (BAUMWORCEL, 2005, p. 04).

A Rádio Plural procura utilizar todo potencial multimídia disponível, como o uso som, através da emissão em tempo real no *link* “Ouça Ao Vivo”, localizado no site; nas notícias veiculadas no site com o uso de texto e fotos; nas publicações realizadas no Facebook, com o uso de textos, imagens e *links* e também com a publicação de vídeos; nas publicações de fotos no Instagram com o uso de legendas; e também na publicação de vídeos no Youtube. Porém, na articulação desses conteúdos não é muito explorada.

O Facebook é a rede mais utilizada atualmente pela Rádio, já o site foca nas matérias produzidas pela equipe e é o caminho para acesso em tempo real de exibição. Porém percebe-se que as outras redes não têm seu potencial completamente explorados, sendo utilizadas esporadicamente. O Twitter oficial da rádio está desatualizado desde maio de 2015. E o Instagram é utilizado esporadicamente, a última publicação é de junho de 2016. Além desses,

conteúdos da Rádio foram encontrados no Soundcloud, porém de programas específicos e não de perfis oficiais.

Entende-se que a Rádio Plural é um rádio laboratório especializado em programas de diferentes conteúdos (ORTRIWANO, 1985, p. 28), que visa abranger o maior público possível. Como não adota um modelo empresarial (CALABRE, 2002, p. 152), a preocupação é voltada para a prática laboratorial, mas também sempre buscando ampliar a audiências através das redes sociais, apesar das redes Twitter e o Instagram, não estarem sendo completamente exploradas. E mesmo não precisando de uma concessão pública, a Rádio pode ser considerada universitária, exibindo uma programação cultural variada, e não visando o lucro, além de contribuir socialmente com um meio de comunicação que presta informações relevantes da região de Mariana e Ouro Preto, podendo ser acessada fisicamente, e também no meio online. A Plural como laboratório radiofônico de jornalismo “desenvolve conhecimentos e habilidades inerentes à profissão a partir de aplicações e valores (BRASIL, 2013, p. 05).

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ALMEIDA, Ana Carolina, MAGNONI, Antônio Francisco. *Rádio e internet: recursos proporcionados pela web ao radiojornalismo*. In: FERRARETTO, Luiz Artur; KLÖCKNER, Luciano. *E o rádio? Novos horizontes midiáticos*, Porto Alegre: Edipucrs, 2010

AVRELLA, Bárbara; ZUCOLOTO, Valci, *A programação jornalística local: o caso da Rádio Luz e Alegria AM*. Rádio Leituras, Universidade Federal de Ouro Preto: Ano IV, nº 01, p. 53-71, jan-jun, 2013. Disponível em: <https://radioleituras.files.wordpress.com/2014/03/anoivnumiart03.pdf> Acesso em: 30/06/2016

ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DAS EMISSORAS DE RADIO E TELEVISÃO-ABERT. *Tudo sobre a migração do rádio AM-FM, 2016*. Disponível em: <http://www.abert.org.br/web/index.php/tudo-sobre-a-migracao-do-radio-am> Acesso em: 07/06/2016

BALSEBRE, Armand. *El Lenguaje Radiofónico*. Madrid, Cátedra, 1994. Traduzida por MEDITSCH, Eduardo. In: MEDITSCH, Eduardo. *Teorias do Rádio: Textos e Contextos*. Florianópolis: Insular, 2005.

BARBEIRO, Heródoto; LIMA, Paulo Rodolfo de. *Manual de Radiojornalismo: Produção, Ética e Internet*. Rio de Janeiro: Campus, 2003.

_____. *Entrevista concedida à Lopez em 6 de julho de 2009*. São Paulo, 2009. In: LOPEZ, Debora Cristina, *Aproximações aos níveis convergência tecnológica em comunicação: um estudo sobre o rádio hipermidiático*. 2010.

BAUMWORCEL, Ana. *Armand Balsebre e a teoria expressiva do rádio*, Rio de Janeiro: V Encontro dos Núcleos de Pesquisa Intercom: NP-06 – Rádio e Mídia Sonora, 2005. Disponível em: <http://www.portcom.intercom.org.br/pdfs/165217223309357345135320299947141635414.pdf> Acesso: 17/04/2016

BRASIL, Lei Nº 4.117, de 27 de agosto de 1962. *Institui o Código Brasileiro de Telecomunicações*. Disponível em: http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/L4117.htm. Acesso: 21/05/2015.

BRASIL, Parecer CNE/CES 1363/2001, de 12 de dezembro de 2001, *Retificação do Parecer CNE/CES 492/2001, que trata da aprovação das Diretrizes Curriculares Nacionais dos Cursos de Filosofia, História, Geografia, Serviço Social, Comunicação Social, Ciências Sociais, Letras, Biblioteconomia, Arquivologia e Museologia*. Disponível em: http://portal.mec.gov.br/cne/arquivos/pdf/2001/pces1363_01.pdf Acesso: 03/07/2016.

BRASIL. Portaria Nº 203/2009, de 12 de fevereiro de 2009. *Relatório da Comissão de Especialistas instituída pelo Ministério da Educação*. Disponível em: http://portal.mec.gov.br/dmdocuments/documento_final_cursos_jornalismo.pdf Acesso: 03/07/2016.

BRASIL, Resolução CNE/CES 1/2013. *Institui as Diretrizes Curriculares Nacionais para o curso de graduação em Jornalismo, bacharelado, e dá outras providências*. Diário Oficial da União, Brasília, 1º de outubro de 2013, Seção 1, p. 26. Disponível em: http://portal.mec.gov.br/index.php?option=com_docman&view=download&alias=14242-rces001-13&Itemid=30192 Acesso: 03/07/2016.

CALABRE, Lia. *No Tempo do Rádio: Radiodifusão e Cotidiano no Brasil-1923-1960*, Tese de Doutorado, Universidade Federal Fluminense, Rio de Janeiro, 2002.

_____. *A Era do Rádio*. 2 ed. Rio de Janeiro, Jorge Zahar Ed. 2004.

CARLOS SILVA, Antônio. *Os Nacionalismos nas Ondas do Rádio*, Em Tempo de Histórias, nº 06, UNB, Brasília, 2002. Disponível em: <http://periodicos.unb.br/index.php/emtempo/article/viewFile/2723/2279> Acesso: 23/11/2015

CASTELLI, Giovana, *Programação e estratégias na rádio via internet do ministério da saúde*. Artigo para conclusão de curso: Universidade Federal de Santa Maria, 2011.

CASTELLS, Manuel. *A galáxia da internet. Reflexões sobre a internet, os negócios e a sociedade*, Oxford: Oxford University Press, 2001.

CEBRIAN HERREROS, Mariano. *O rádio no contexto da comunicação multiplataforma*, 2011. In: Rádio Leituras, Universidade Federal de Ouro Preto: Ano II, nº 02, p. 69-105, jul-dez, 2011. Disponível em: <https://radioleituras.files.wordpress.com/2012/04/3-cebrian-herrerros-pt.pdf>. Acesso em: 10/05/2015

CUNHA, Magda. *Os jovens e o consumo de mídias: Surge um novo ouvinte*. In: FERRARETTO, Luiz Artur; KLÖCKNER, Luciano, *E o Rádio? Novos Horizontes Midiáticos*. Porto Alegre: Edipucrs, 2010.

DEL BIANCO, Nélia R. *O Rádio brasileiro na era da convergência*, São Paulo: Intercom-Grupo de pesquisa rádio e mídia sonora, 2012.

ESCOBAR, Juliana Lúcia. *A Internet e a Democratização da Informação – proposta para um estudo de caso*. Rio de Janeiro: V Encontro dos Núcleos de Pesquisa Intercom: NP-08 - Tecnologias da Informação e da Comunicação, 2005. Disponível em: <http://www.portcom.intercom.org.br/pdfs/58958191132346222803642980758708141123.pdf> Acesso: 17/04/2016

FERRARETTO, Luiz Artur. *Alterações no modelo comunicacional radiofônico: perspectivas de conteúdo em um cenário de convergência tecnológica e multiplicidade da oferta*. In: FERRARETTO, Luiz Artur; KLÖCKNER, Luciano, *E o Rádio? Novos Horizontes Midiáticos*. Porto Alegre: Edipucrs, 2010.

_____. *O Rádio no Contexto da Comunicação Multiplataforma*. Palestra realizada no Intercom 2011. Traduzida e publicada em: Rádio Leituras, Universidade Federal de Ouro Preto: Ano II, nº 02, p. 69-105, jul-dez, 2011. Disponível em:

<https://radioleituras.files.wordpress.com/2012/04/3-cebrian-herrerros-pt.pdf>. Acesso em: 10/05/2015.

GAMBARO, Daniel. *O uso das novas TIC's pelas emissoras de rádio: uma análise dos casos paulistanos e o referencial de Bernard Miège*. In: FERRARETTO, Luiz Artur; KLÖCKNER, Luciano, *E o Rádio? Novos Horizontes Midiáticos*. Porto Alegre: Edipucrs, 2010.

JUNG, Milton. *Jornalismo de rádio*, São Paulo: Contexto, 2004.

KOCHHANN, Roscéli, FREIRE, Marcelo, LOPEZ, Debora Cristina. *Convergência tecnológica, dispositivos multiplataforma e rádio: uma abordagem histórico-descritiva*. In: KLÖCKNER, Luciano, PRATA, Nair. *Mídia sonora em quatro dimensões*, Porto Alegre: Edipucrs, 2011.

LOPEZ, Debora Cristina, *Aproximações aos níveis convergência tecnológica em comunicação: um estudo sobre o rádio hipermidiático*. In: FERRARETTO, Luiz Artur; KLÖCKNER, Luciano. *E o rádio? Novos horizontes midiáticos*, Porto Alegre: Edipucrs, 2010.

MARCHEZAN, Esdras. Batendo um Lero: interatividade e redes sociais na produção de programas para webrádios universitárias. In: SOSTER, Demétrio de Azeredo. TONUS, Mirna. *Jornalismo-laboratório: Rádio*. Santa Cruz do Sul: EDUNISC, 2014.

MARTINI, Carina Macedo. *Rádio Nacional do Rio de Janeiro: um estudo dos gêneros entretenimento e jornalístico*. In: FERRARETTO, Luiz Artur; KLÖCKNER, Luciano, *E o Rádio? Novos Horizontes Midiáticos*. Porto Alegre: Edipucrs, 2010.

MENDES REIS, Ana Isabel. *Os recursos expressivos da linguagem radiofônica nas cibernotícias das rádios portuguesas*. Rádio Leituras, Universidade Federal de Ouro Preto: Ano III, nº 01, p. 03-25, jan, 2012. Disponível em: <http://ddd.uab.cat/pub/tesis/2001/tdx-0114102-161943/fxrg1de1.pdf>. Acesso em: 10/05/2015

NEUBERGER, Rachel Severo Alves, *O Rádio na Era da Convergência das Mídias*. Cruz das Almas: Editora UFRB, 2012.

ORTRIWANO, Gisela Swetlana. *A informação no rádio: os grupos de poder e a determinação de conteúdos*. São Paulo: Summus, 1985.

PRATA, Nair. *Webradio: Novos gêneros, novas formas de Interação*, Florianópolis, Insular, 2009.

_____. *Projeto webradio do curso de jornalismo*. 53 p. Mariana, Universidade Federal de Ouro Preto, 2014.

QUADROS, Mirian Redin de. 250 f. *As redes sociais no jornalismo radiofônico: as estratégias interativas adotadas pelas rádios Gaúcha e CBN*. Dissertação (Mestrado em Comunicação). Santa Maria, Universidade Federal de Santa Maria, 2013.

RICHERS, Raimar; LIMA, Cecília Pimenta (org.). *Segmentação: opções estratégicas para o mercado brasileiro*. São Paulo: Nobel, 1991. In: FERRARETTO, Luiz Artur; KLÖCKNER, Luciano, *E o Rádio? Novos Horizontes Midiáticos*. Porto Alegre: Edípucrs, 2010.

SALAVERRÍA, Ramón. *Multimedialidade: Informar para cinco sentidos*. In: CANAVILHAS (org.), *Webjornalismo: 7 características que marcam a diferença*. Covilhã, Livros LabCom, 2014.

UNIVERSIDADE FEDERAL DE OURO PRETO. Resolução CEPE xx/2013, de setembro de 2013. *Matriz Curricular Jornalismo 2015/1*. Mariana: Instituto de Ciências Sociais e Aplicadas. Disponível em: <http://www.prograd.ufop.br/arqdown/matriz/JOR.pdf> Acesso: 19/07/2016.

REFERÊNCIAS ELETRÔNICAS

<http://dicionariodoaurelio.com>

<http://intercomsudeste2016.com.br>

<http://masterix2.com.br>

<http://portal.mec.gov.br>

<http://radioleituras.wordpress.com>

<http://radioplural.ufop.br/>

<https://soundcloud.com>

<https://tecnoblog.net>

<https://twitter.com>

<https://wordpress.com>

<http://www.abert.org.br>

<https://www.facebook.com>

<https://www.instagram.com>

<http://www.intercom.org.br>

<http://www.planalto.gov.br>

<http://www.portaldoradio-intercom.ufba.br>

<http://www.prograd.ufop.br>

<http://www.sarmento.eng.br>

<http://www.techtudo.com.br>

<http://www.ufop.br>

<https://www.youtube.com>