COMO O RÁDIO SE ADAPTA À CONVERGÊNCIA: UMA ANÁLISE SOBRE O RÁDIO GAÚCHA

Carolina Silveira de Souza [1]

Cristiano Franco Ritzel [2]

Victor Leandro da Silva [3]

Vivian De Carvalho Belochio [4]

Resumo:

Caracterizado pela fácil aquisição e simplicidade, os aparelhos de rádio perderam a popularidade com o passar dos anos. Fazendo desta maneira as emissoras de rádio adaptarem-se a novas tecnologias. O mercado do rádio jornalismo precisou ser remodelado, de maneira que sua relevância e instantaneidade fosse mantida. Desta forma, analisaremos como ocorreu a convergência, que segundo autor Jenkins, é caracteriza pela união de mídias, observando como este processo aconteceu com a Rádio Gaúcha ZH, considera a maior rádio do Rio Grande do Sul. No passado a rádio era apenas via satélite, contudo, após a convergência, se adaptaram a necessidade do público atual, criaram um site onde é postada suas notícias, disponibilização seu sinal online, aderiram a aplicativos próprios para celular, entre outros.Com a fácil adaptação à internet, a rádio adquiriu benéficos as mudanças, sendo o jornalismo colaborativo um deles, pois ganhou maior espaço na apuração, já que com o uso de novas mídias e plataformas, como WhatsApp, Facebook, Twitter e Instagram, conseguiu aproximar o ouvinte.

Palavras-chave: rádio - convergência- rádio gaúcha

Modalidade de Participação: Iniciação Científica

COMO O RÁDIO SE ADAPTA À CONVERGÊNCIA: UMA ANÁLISE SOBRE O RÁDIO GAÚCHA

[1] Aluno de graduação. carol.silveiras@gmail.com. Autor principal

[2] Aluno de graduação. cristianofrancco@gmail.com. Co-autor

[3] Aluno de graduação. victorleandrou@gmail.com. Co-autor

[4] Docente. vivianbelochio@unipampa.edu.br. Orientador



COMO O RÁDIO SE ADAPTA À CONVERGÊNCIA: UMA ANÁLISE SOBRE O RÁDIO GAÚCHA

1 INTRODUÇÃO

Com o notável avanço da comunicação em redes, que ocasionou a transformação de mídias tradicionais, surgiu o fenômeno da cultura da convergência, "onde as velhas e novas mídias colidem, onde a mídia corporativa e mídia alternativa se cruzam, onde o poder do produtor de mídia e o poder do consumidor interagem de maneiras imprevisíveis" (JENKINS, 2009). Tal transformação se caracteriza, entre outras estratégias, pelo uso de diversas plataformas de mídia para a produção e distribuição de conteúdos. Com as rápidas mudanças, as rádios estão cada vez mais presentes no ciberespaço, pois seu modelo tradicional já não é mais tão forte.

Levando em conta que a cultura da convergência é orientada pelo conteúdo ao invés de ser orientada pela plataforma (AVILÉS, CARVAJAL, 2008, p.236), é preciso pensar em maneiras de se adaptar à convergência, de maneira que o conteúdo se sobressaia, indiferente da plataforma. O radiojornalismo se adaptou para outras plataformas, porém continuou com seu objetivo de informar, usufruindo de plataformas que favorecem seus conteúdos. Com a utilização das ambientes digitais, potencializaram-se espaços de jornalismo colaborativo, úteis para a elaboração de conteúdos e notícias com o auxílio dos públicos dispostos a ajudar. Contudo, a grande reclamação dos profissionais é referente à própria imprensa, uma vez que a produção multiplataforma e a configuração de redações convergentes exigem um investimento em capacitação e em equipamentos para jornalismo móvel e multiplataforma.

O objetivo deste trabalho é analisar como está ocorrendo a convergência na rádio Gaúcha, considerada uma das maiores rádios do estado do Rio Grande do Sul, mas com influência e alcance de nível nacional, que, atualmente, oferece diversos recursos para disponibilizar seu conteúdo. Desta maneira, o tema observado busca colaborar na compreensão dos estudos da convergência.

2 METODOLOGIA

É essencial descrever que o rádio vive em crise através dos anos e que sua adaptação à web é benéfica em vários aspectos. No caso da rádio Gaúcha, ocorreu o mesmo, já que, por meio de GaúchaZH, ela conseguiu ampliar seu conteúdo para outras plataformas, além de usar de plataformas onde o ouvinte pode participar na colaboração para a produção dos conteúdos.

> O rádio hipermidiático, em ambiente de convergência, pode utilizar a narrativa multimídia e a produção multiplataforma para ampliar sua eficácia informativa, para permitir a si e ao ouvinte ir além e ampliar os espaços de diálogos e as possibilidades de interatividade, aproximando-se de um público rejuvenescido, os chamados nativos digitais. (LOPEZ, 2015, p. 133)

Utilizou-se neste trabalho da discussão teórica acerca de pesquisas de autores ligados aos estudos da convergência. Tendo como principal objeto de análise o site e suas mídias sociais digitais que são utilizadas para a coleta de colaborações, Twitter, Facebook, Instagram e WhatsApp. Além disso, este trabalho expõe dados coletados em entrevista semiestruturada com a jornalista Michelle Raphaelli, editora digital da rádio Gaúcha.

3 RESULTADOS e DISCUSSÕES

Percebe-se que a adaptação da Rádio Gaúcha em GaúchaZH se baseou nas possibilidades da convergência midiática. Até pouco tempo atrás, a rádio ficava disponível para acesso apenas via satélite. Porém, com o passar dos anos, recorreu à transmissão online, que, apesar de ser uma ação simples, é apontada como garantia de sucesso, segundo matéria do *site* EXAME (2016). A rede trabalha com mais de uma plataforma, sua rádio possui transmissão online e pode ser disponibilizada dentro de seu próprio site. Ainda assim, para dispositivos móveis conta com um aplicativo, cujo download é gratuito, e abrange os dois principais sistemas operacionais em smartphones Android e IOS, reafirmando que a convergência não ocorre por meio de aparelhos, por mais sofisticados que venham a ser (JENKINS, 2009).

Antes da convergência e adaptação das rádios à comunicação em redes digitais, o jornalismo colaborativo, caracterizado pela oportunidade de ouvintes colaborarem com a produção de notícias feita pela equipe de jornalismo, ocorria através das ligações dos mesmos para as emissoras, ou via SMS. Atualmente, podem ser enviadas informações pelas mídias sociais, como *WhatsApp, Facebook, Twitter* e *Instagram*. Na rádio Gaúcha, não é diferente. Em 2008, a emissora possuía um telefone fixo dedicado para ligações dos ouvintes e os produtores precisaram ouvir e anotar todas as histórias e informações, para, depois, repassar para o locutor, que as leria no ar. Com as mudanças, a rádio adotou tecnologias diferenciadas e, em 2009, o *Twitter* se tornou a ferramenta principal de interação com o público. Atualmente, o responsável pela maioria das colaborações é o WhatsApp, disponibilizado em todas as plataformas da emissora. Contudo, a rádio possui uma espécie de filtro, onde as matérias que os colaboradores enviam são checadas antes de serem lidas ao vivo.

A rádio Gaúcha também usufrui das transmissões de vídeo e acredita que as *lives* são o futuro. Por isso, pretende aumentar sua produção deste conteúdo. Para a rádio, as *lives* mostram para os internautas as curiosidades e bastidores, já que, antes, o público somente ouvia as vozes dos locutores. Hoje, ele tem a possibilidade de vê-los e opinar sobre o que ouve e observa, além de solucionar curiosidades em relação aos profissionais. Além disso, pode comentar e reagir aos vídeos realizados para comunicar os seguidores, como as principais informações do dia, debates, humor, entre outros.

4 CONSIDERAÇÕES FINAIS

A partir da análise realizada, observamos que a rádio Gaúcha se apropria maneira peculiar das possibilidades da convergência midiática, pois trabalha visando ao desenvolvimento de suas estratégias e à produção de seu conteúdos em diferentes plataformas. A empresa aparentemente busca, com isso, se adaptar às tendências dessa realidade, já que oferece conteúdo multiplataforma e multimídia, que é decorrência das alterações tecnológicas pelas quais passa o rádio (LOPEZ, 2009c).

Conclui-se que o jornalismo colaborativo, fortalecido com as possibilidades da convergência, tornou a participação dos ouvintes mais eficaz, reformulando a função do jornalista na forma de buscar e apurar pautas. Porém, com a necessidade de criar conteúdos para diferentes plataformas, tornou a função do jornalista diferenciada do que

tradicionalmente ocorre no radiojornalismo. É preciso pensar na pauta e em como reproduzi-la de outras formas, sempre com materiais multimídia e multiplataforma.

REFERÊNCIAS

Monografias, Dissertações e Teses

LOPEZ, Debora Cristina. **Radiojornalismo hipermidiático: tendências e perspectivas do jornalismo de rádio all news brasileiro em um contexto de convergência tecnológica**. 301 f. Tese de Doutorado em Comunicação e Cultura Contemporâneas, UFBA, Salvador, 2009a.

Artigos em Periódico Técnico-Científico

GARCÍA AVILÉS, José Alberto; CARVAJAL, Miguel. Integrated and cross-media newsroom convergence: two models of multimedia news production – The Cases of Novotécnica and La Verdad Multimedia in Spain. Convergence: the International Journal of Research into New Media Technologies, v. 14, 2008, p. 2.

LOPEZ, Debora Cristina. Radiojornalismo hipermidiático: um estudo sobre a narrativa multimidiática e a convergência tecnológica na Rádio France Info**. Revista Líbero**, São Paulo, v. 14, n. 27, p. 125-134, jun. 2011.

Livros:

JENKINS, Henry. Cultura da convergência. 2. ed. São Paulo: Aleph, 2009.

Trabalho apresentado em eventos

LOPEZ, Debora Cristina. "Marcos tecnológicos do radiojornalismo no Brasil: uma revisão histórica". In: KLÖCKNER, Luciano e PRATA, Nair (Coords.). História da mídia sonora: experiências, memórias e afetos de norte a sul do Brasil. Porto Alegre: EDIPUCRS, 2009c.

LOPEZ, Debora Cristina. Radiojornalismo e convergência tecnológica: uma proposta de classificação. Anais do 32º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, Curitiba: INTERCOM, 2009b.

Referências eletrônicas:

EXAME. Rádio online: como a evolução midiática pode ajudar seu negócio a crescer. EXAME.Publicado em 01/11/2016. Disponível em: **https://exame.abril.com.br/negocios/dino/radio-online-como-a-evolucao-midiatica-pode-ajudar-seu-negocio-a-crescer-shtml/**

RÁDIO GAUCHAZH. Disponível em: https://gauchazh.clicrbs.com.br/ultimas-noticias/tag/radio-gaucha/