

O armazenamento de conteúdos no radiojornalismo convergente: um estudo de caso da Rádio Gaúcha

Lucas Altamor Delgado e Mirian Redin de Quadros

Como citar este texto: DELGADO, Lucas Altamor; QUADROS, Mirian Redin. O armazenamento de conteúdos no radiojornalismo convergente: um estudo de caso da Rádio Gaúcha. *Revista Rádio-Leituras*, Mariana-MG, v. 09, n. 01, pp. 44-70, jan./jun. 2018.

O armazenamento de conteúdos no radiojornalismo convergente: um estudo de caso da Rádio Gaúcha

Lucas Altamor Delgado¹

Mirian Redin de Quadros²

Recebido em: 13 de outubro de 2017.

Aprovado em: 12 de junho de 2018.

Resumo

O processo de convergência e as consequentes inovações tecnológicas vem alterando os modos de consumo e produção no radiojornalismo. Para compreender como o rádio vem se adaptando a este cenário, principalmente no que se refere ao armazenamento e disponibilização de conteúdos para consumo assíncrono, desenvolvemos um estudo de caso da Rádio Gaúcha. Articulando reflexões teóricas acerca dos conceitos de rádio hipermediático e rádio expandido, memória e consumo assíncrono, à análise das plataformas digitais utilizadas pela emissora e à realização de entrevista em profundidade, observamos que, ainda que não haja um modo de fazer consolidado no que se refere ao uso da internet para o armazenamento de conteúdo, a Rádio Gaúcha vem explorando estratégias e tecnologias visando a adequação ao contexto da convergência.

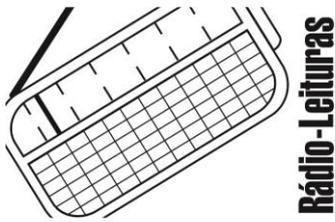
Palavras-chave: Convergência Midiática; Radiojornalismo; Memória.

Considerações iniciais

Notória ferramenta de comunicação, o rádio carrega consigo os louros por, desde o início do século XX, possuir a característica da instantaneidade. O dinamismo sempre esteve atrelado às transmissões radiofônicas. Essa diferencial propriedade, entretanto, proporciona um detalhe negativo: a fugacidade da informação. Palavras

¹ Jornalista pela Universidade Federal de Santa Maria (UFSM). lucasaltdelgado@gmail.com

² Mestre em Comunicação Midiática pela Universidade Federal de Santa Maria (UFSM) // Doutoranda em Comunicação Midiática pela Universidade Federal de Santa Maria (UFSM). mirianrq@gmail.com



Vol 9, Num 01

Edição Janeiro – Junho 2018

ISSN: 2179-6033

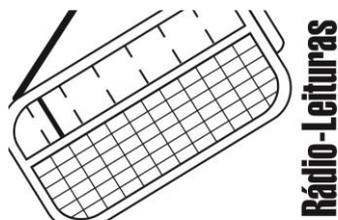
<http://www.periodicos.ufop.br/pp/index.php/radio-leituras>

proferidas no rádio atingem o receptor de maneira mais veloz que em outros meios de comunicação.

A fim de atenuar o fato de que a informação pode “se perder” logo após ser transmitida, o rádio tem, hoje, como principal aliado aquilo que é, por vezes, colocado como seu algoz: as tecnologias digitais. Com recursos oferecidos pelos novos sistemas tecnológicos e a conseqüente convergência midiática, a radiofonia pode vislumbrar uma janela para atingir o público não-instantâneo. O armazenamento e a disponibilização de conteúdos para consumo posterior são caminhos que se mostram assertivos para amenizar a brevidade da mensagem radiofônica.

O presente artigo, síntese de um trabalho de conclusão de curso em Jornalismo, reflete acerca do uso das tecnologias digitais pelo rádio como possibilidade de armazenamento de conteúdos e alternativa de consumo assíncrono. Após uma investigação exploratória, junto às emissoras que compõem a faixa FM na região metropolitana de Porto Alegre, o estudo concentrou-se na atuação da Rádio Gaúcha, por considerarmos a emissora em estágio mais avançado de convergência com as mídias digitais.

Defendemos, nesta pesquisa, que o processo de convergência das mídias em ambiente digital apresenta uma alternativa ao rádio em ondas (e à sua fugacidade) e, de certa forma, também colabora com a desterritorialização do consumo radiofônico fazendo-o alcançar pessoas de diferentes nichos e lugares. A percepção de que apenas uma das principais rádios voltadas ao jornalismo no Rio Grande do Sul organiza e disponibiliza seus conteúdos na internet, entretanto, despertou-nos alguns questionamentos relevantes. Por que o processo de armazenamento é uma atividade ainda pouca explorada pelas emissoras de rádio? Quais são os desafios das emissoras para colocar em prática essas ações? Como o processo de integração dos conteúdos com o meio digital é feito? E, de modo mais amplo, questionamo-nos: de que forma o rádio vem se adaptando ao processo de convergência no que se refere ao armazenamento de conteúdo e à disponibilização destes para consumo assíncrono?



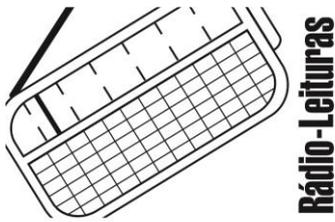
O armazenamento de conteúdos no radiojornalismo convergente: um estudo de caso da Rádio Gaúcha

Lucas Altamor Delgado e Mirian Redin de Quadros

Nosso percurso de pesquisa será apresentado aqui em duas etapas. A primeira, de cunho teórico, discute o rádio em contexto de convergência e as possibilidades de armazenamento e consumo assíncrono viabilizadas pelas tecnologias digitais. Em seguida, relatamos os resultados obtidos por meio da pesquisa empírica, em que utilizamos como estratégia metodológica o Estudo de Caso da Rádio Gaúcha, com base em Yin (2001), articulando a observação das plataformas digitais utilizadas pela emissora e a realização de uma entrevista em profundidade.

Rádio em contexto de convergência: possibilidades

O rádio sempre teve, no imaginário popular, uma espécie de prazo de validade. Mas, como afirma Rutilli (2014), o veículo soube atualizar-se e, através de ferramentas e práticas adotadas, a radiofonia nunca deixou de ser consumida em escala popular: “a convergência no rádio está presente desde seus primórdios, imbricada entre o veículo e seu público, indo além das transformações tecnológicas” (RUTILLI, 2014, p. 64). O rádio adaptou-se a praticamente todas as diversas inovações técnicas que foram surgindo ao longo do tempo – como as formas de comunicação móveis e, mais recentemente, a rede de computadores. Para Kischinhevsky (2016, p. 42), “a gradativa consolidação da telefonia celular, introduzida no país em 1990, e da internet, cujo acesso comercial é liberado aos brasileiros no ano de 1995” formou uma nova realidade para o rádio, uma vez que as duas “ferramentas” influenciam novas maneiras de se acessar as informações por meio de dispositivos móveis, que foram se aprimorando ao final daquela década. Desta forma, de acordo com Lopez (2010, p. 115), o ambiente digital influencia a forma de configuração do rádio, de modo que “potencializou características anteriores como a interatividade e o imediatismo e assumiu outras, como a memória, a multimídia e, em alguns casos, a personalização”. Isso tudo acontece, pois, as emissoras de rádio não se isolaram das inovações como dito anteriormente, pelo contrário. Para Cebrián Herreros (2011, p. 1, tradução nossa), “o rádio não é uma ilha, e faz parte de um sistema



Vol 9, Num 01

Edição Janeiro – Junho 2018

ISSN: 2179-6033

<http://www.periodicos.ufop.br/pp/index.php/radio-leituras>

de comunicação em contínua mudança, complexidade e adaptação”³. As possibilidades surgidas com as ferramentas digitais transformaram o rádio, tornando-o hipermediático.

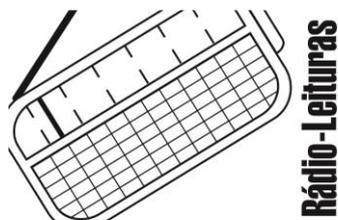
Armazenamento e memória

Criar e manter acervos físicos das edições publicadas foi uma prática comum no jornalismo impresso do século passado e continua sendo, à sua maneira, neste início de século, tanto em acervos físicos quanto digitais. A manutenção da memória das produções radiofônicas, contudo, não seguiu essa mesma prática. Dificilmente encontram-se materiais reunidos. Grande parte dos produtos “encontra-se fragmentado, permanecendo em casas de radialistas ou familiares, que muitas vezes sonham com a adequada preservação e disponibilização do acesso deste material” (SANDE; MICHELETTI, 2016).

Apesar de, historicamente, a preservação da memória existir no meio jornalístico, algumas características têm se alterado. Para Nogueira (2002), hoje vivemos em um cosmos informacional cujos principais atributos são a isotopia (em um mesmo plano, local) e isocronia (em mesmo tempo). Ele afirma que “todos os espaços e todos os tempos se equivalem, ou seja, a qualquer momento é possível chegar a qualquer lugar no mar de informação e de qualquer lugar é possível aceder a informação de qualquer tempo” (NOGUEIRA, 2002, p. 16). Isso demonstra a importância da exploração da memória de forma mais ampla do que em outros tempos, uma vez que hoje contamos com tecnologias facilitadoras para o processo.

Com o armazenamento das informações em base de dados aliado à possibilidade de utilização de hipertexto, por exemplo, acessar conteúdos veiculados no passado tornou-se uma prática fácil e relativamente rápida. Para Palácios (2003, p. 13), a “Memória no Jornalismo na Web pode ser recuperada tanto pelo Produtor da informação, quanto pelo Usuário, através de arquivos online providos com motores de busca que permitem múltiplos cruzamentos de palavras-chaves e datas (indexação)”.

³ No original: “La radio no es una isla, forma parte del ecosistema comunicativo en continuo cambio, complejidad y adaptaciones”.



O armazenamento de conteúdos no radiojornalismo convergente: um estudo de caso da Rádio Gaúcha

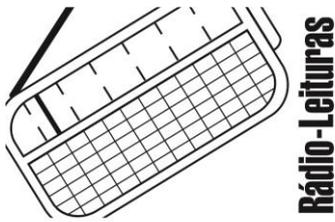
Lucas Altamor Delgado e Mirian Redin de Quadros

Palácios ainda afirma que “importa estarmos atentos, acompanhando as experimentações e transformações que efetivamente estão a ocorrer” (2003, p. 13), no que diz respeito à memória e conseqüentemente aos registros da história do jornalismo. Os avanços tecnológicos são dinâmicos e, portanto, as novas experiências para a comunicação no ambiente digital devem ser observadas e experimentadas para atrair cada vez mais público.

A preservação da memória da radiodifusão também permite a criação de espaços reservados exclusivamente para produções marcantes ao longo de toda a trajetória das emissoras. Almeida e Magnoni (2010, p. 5) citam que trechos de programas raros que resistiram aos castigos do tempo podem ser digitalizados. É o caso do Arquivo Gaúcha⁴, que oferece ao ouvinte oriundo da internet áudios de ocasiões relevantes. Essa possibilidade preserva a história das empresas de comunicação bem como possibilita, ao ouvinte interessado, conhecer registros históricos de uma interessante e instigante forma: contada por aqueles que presenciaram (no momento e possivelmente no local) o episódio veiculado.

Além da alternativa de armazenar produções, em se tratando de radiojornalismo, a memória é uma forma para superar a efemeridade do que vai ao ar. O rádio é dinâmico. O ouvinte, normalmente, tem apenas uma possibilidade de consumir algum conteúdo e informação quando sintonizado nas ondas hertzianas. A fugacidade de informação é a “grande inimiga” das transmissões das emissoras. Sem auxílio de outros suportes técnicos o rádio fica caracterizado como um “veículo com emissão e recepção instantânea, sem recursos para gravar todos os conteúdos e permitir que o ouvinte ‘volte’ ou repita as mensagens de seu interesse, no horário que ele quiser” (ALMEIDA; MAGNONI, 2010, p. 441). Assim que é divulgada, a informação rapidamente se perde. Nesse sentido, a hipertextualidade dentro dos portais e sites de

⁴ O Arquivo Gaúcha é um programa especial da Rádio Gaúcha que relembra fatos marcantes da sociedade, narrados através do jornalismo da emissora. Além do programa veiculado, o Arquivo Gaúcha possui uma sessão especial no site da rádio com conteúdo multimídia em: <http://gaucha.clicrbs.com.br/rs/pagina/arquivo-gaucha.html>.



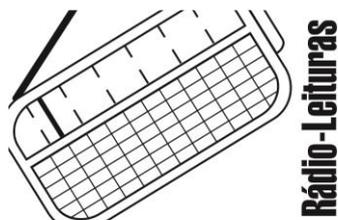
emissoras de rádio tem papel fundamental para evitar a perda de conteúdos. Esse caminho que liga o internauta a conteúdos produzidos e veiculados anteriormente permite a ação que é um grande trunfo para as emissoras de rádio: o consumo assíncrono.

Consumo assíncrono e sob demanda

O oferecimento de programas radiofônicos para consumo assíncrono ou sob demanda, pelas próprias emissoras de rádio, surgiu nesta “era digital”, justamente por conta da possibilidade de arquivamento e criação dos bancos de dados digitais. Sobre essas variações atuais, no que diz respeito à radiofonia, Kischinhevsky (2014) afirma que há múltiplas plataformas de propagação de conteúdo e que é possível classificá-las em diversas modalidades. Consideraremos aqui, no entanto, somente a recepção, dividida em: síncrona ou assíncrona. A primeira designa as transmissões pelo rádio em tempo real – sejam elas analógicas, digitais ou por *streaming* – consumidas simultaneamente à sua emissão. Já o segundo termo significa a difusão sob demanda, com audição em sites ou após *download* do arquivo. Ou seja, na recepção assíncrona o ouvinte decide quando quer ouvir o conteúdo, independente do momento de sua publicação ou veiculação. A recepção e o consequente consumo assíncrono, assim, podem atingir a audiência de diferentes maneiras.

Duas formas mais comumente utilizadas pelas emissoras para facilitar o acesso aos conteúdos digitalizados para os usuários são o RSS⁵, popularizado a partir dos anos 2000, e a etiquetagem (ou, no inglês, *tagging*). Com o primeiro, o “ouvinte que visita alguns sites com frequência tem a possibilidade de receber as atualizações daqueles sites sem precisar visitá-los um a um” (ALMEIDA; MAGNONI, 2010, p. 6). Interessado nos conteúdos gerados pela emissora, basta o ouvinte assinar o RSS que passa a receber os arquivos através de agregadores - programas ou extensões para navegadores -,

⁵ O RSS possui diversos significados: RDF Site Summary, Really Simple Syndication ou Rich Site Summary. O assinante recebe em seu agregador um arquivo XLR (chamado de feed RSS) com extensão xml, rss ou rdf.



O armazenamento de conteúdos no radiojornalismo convergente: um estudo de caso da Rádio Gaúcha

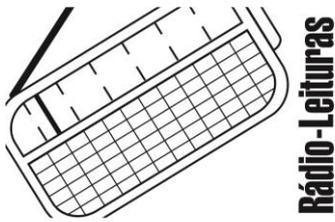
Lucas Altamor Delgado e Mirian Redin de Quadros

centralizando e facilitando o consumo. Já a *tag* é “fator-chave para a organização dos motores de busca e, conseqüentemente, decisivo na disputa pela atenção dos ouvintes/internautas” (KISCHINHEVSKY, 2012, p.11). Ao fazer buscas pelas palavras-chave em motores de busca, o internauta acessa de forma mais rápida e direta arquivos de áudio etiquetados - feito de forma estratégica, com as palavras mais relevantes relacionadas ao arquivo disponibilizado. Em alguns sites de armazenamento, que possuem o mecanismo de reprodução automática, ao fim da audição de um arquivo de áudio, o internauta, na seqüência, já passa a consumir outro produto sem sequer apertar o botão de reprodução. Essas táticas para atingir o público difundiram-se em portais de notícias e hoje são utilizadas em diferentes formatos de mídia, inclusive por rádios e produtoras de *podcasts*.

Além do RSS e etiquetagem, nas plataformas digitais de comunicação, o radiojornalismo pode se fazer valer de sua atual característica: a expansão. A possibilidade de “transbordar” suas formas e conteúdos foi adquirida pela popularização do uso das redes sociais e a preservação da memória. Por conta disso, o consumo fora de sincronia torna-se mais “acessível” para o ouvinte que se acostumou a receber informações quase que de forma automática nas linhas de tempo dos sites de redes sociais. Para Kischinhevsky (2012, p. 147):

Novos serviços oferecem cada vez mais novos canais de distribuição e ferramentas que propiciam a circulação de conteúdos radiofônicos através de redes sociais e comunidades on-line, alimentadas por arquivos digitais de áudio em múltiplas mídias sociais e microblogs. Além disso, constitui, por si, espaço de fruição, consumo, apropriação destes conteúdos, concorrendo com as tradicionais formas de escuta radiofônica.

Para Kischinhevsky (2007), o armazenamento dos conteúdos acaba facilitando a recuperação de materiais que já foram ao ar em outras oportunidades. Entrevistas e reportagens especiais muitas vezes vão ao ar, mas não geram repercussão imediata. O arquivamento destas produções permite ao ouvinte que, por ventura, tenha se interessado pelos conteúdos, ter a oportunidade de retornar a consumi-los. Essa



Vol 9, Num 01

Edição Janeiro – Junho 2018

ISSN: 2179-6033

<http://www.periodicos.ufop.br/pp/index.php/radio-leituras>

possibilidade estimula ainda mais a produção de matérias especiais, por exemplo. Grandes reportagens do rádio, que não se encaixam na dinâmica do veículo, por vezes são preteridas por não serem tão atrativas para a audiência rotativa. A alternativa de ouvir em outro momento, ou, então, ouvir parte de um material e retornar a ouvir posteriormente, é uma característica fundamental do consumo fora de sincronia.

O formato *Podcasting*

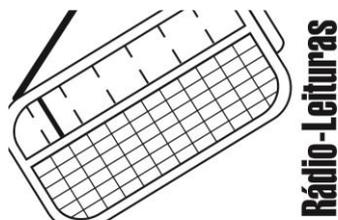
Aliando a preservação da memória, a partir das novas tecnologias de armazenamento e de reprodução sonora, com a prática do consumo assíncrono, surge um novo formato de produção de áudio: o *podcasting*⁶. De acordo com Hausman et al (2010), podemos resumir esse fenômeno como a distribuição de um programa em formato de áudio – e quando se fala em “fenômeno”, é porque o *podcast* está se tornando hábito para muitas pessoas⁷. De acordo com Kischinhevsky (2016, p. 69-70), o *podcast* traz consigo

[...] a possibilidade de baixar os arquivos para o computador e, daí para um telefone celular ou tocador multimídia engendrando um novo tipo de mediação sonora, com múltiplas temporalidades e possibilidade de inserção espacial e propiciando o fortalecimento de uma cultura de portabilidade.

Entre os fatores que alicerçaram o *podcast* como uma alternativa às ondas do rádio, está a possibilidade de o ouvinte encontrar em um programa (ou mais programas) o destaque para um assunto ou tema de sua preferência. O ouvinte tem a possibilidade de fazer a sua programação. Para Adami (2016, p.104), o *podcast* é considerado “por alguns pesquisadores como máxima expressão da liberdade do ouvinte, que pode

⁶ O termo surgiu da união de iPod, o reprodutor de áudio da Apple, e broadcasting, que significa transmissão - seja ela de rádio ou televisão.

⁷ De acordo com a pesquisa do site journalism.org, uma em cada cinco pessoas ouviu pelo menos um arquivo de podcast no mês anterior nos Estados Unidos. Disponível em: <http://www.journalism.org/2016/06/15/state-of-the-news-media-2016/>.



O armazenamento de conteúdos no radiojornalismo convergente: um estudo de caso da Rádio Gaúcha

Lucas Altamor Delgado e Mirian Redin de Quadros

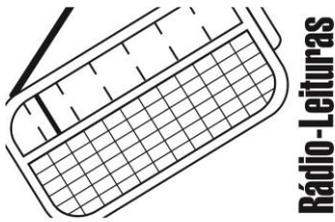
escolher conteúdos e o momento em que quer ouvi-los”. Escolher o que ouve, no instante em que ouve e em qual plataforma ouve é um diferencial jamais antes experimentado pelos consumidores. Na mesma linha de pensamento, Lopez (2010) infere que a fidelização do ouvinte do *podcast* acontece justamente por poder consumir um programa no momento que quiser.

A Rádio Gaúcha, a exemplo, é uma das emissoras que passou a investir em produções exclusivas para o público da internet. A prática da emissora, já há algum tempo, é adotada também por outras rádios do país. Entretanto a veiculação de materiais não era tão robusta e completa. Kischinhevsky afirma que, ainda que as empresas de rádio tenham passado a oferecer comentários e programas no formato de *podcast*, a partir da popularização do consumo assíncrono e sob demanda, “raros são os conteúdos concebidos nas emissoras comerciais exclusivamente para a web” (2016, p.70). Na sequência do trabalho analisaremos como a Rádio Gaúcha se destaca por fugir a esse padrão.

Conforme já relatamos anteriormente a memória e, conseqüentemente, o *podcasting* “anula uma das principais limitações da veiculação em ondas hertzianas: a fugacidade da comunicação oral em fluxo contínuo (*broadcasting*), cujo teor – salvo em caso de gravação – não pode ser recuperado pelo ouvinte comum” (KISCHINHEVSKY, 2014, p.150). A tecnologia digital possibilita o afastamento da efemeridade do rádio transmitido em tempo real.

Estudo de Caso: percurso metodológico e objeto empírico

Visando investigar como a Rádio Gaúcha vem utilizando as tecnologias digitais para o armazenamento de seus conteúdos sonoros, bem como sua disponibilização para consumo assíncrono, realizamos um estudo de caso, tomando como principal referência metodológica as orientações de Yin (2001). O estudo de caso foi conduzido por duas frentes: a análise dos conteúdos disponibilizados no meio digital da Rádio Gaúcha e entrevista com uma profissional da emissora, ligada diretamente a este setor.



Vol 9, Num 01

Edição Janeiro – Junho 2018

ISSN: 2179-6033

<http://www.periodicos.ufop.br/pp/index.php/radio-leituras>

A análise foi feita por meio da observação crítica e detalhada dos objetos empíricos selecionados: o site da emissora e outros meios utilizados para armazenamento e divulgação de materiais: as contas da emissora nos sites SoundCloud⁸ e iTunes⁹ (que funcionam como uma espécie de Central de Áudios para quem utiliza o navegador de sites) e o aplicativo gratuito da Rádio Gaúcha para *smartphones*¹⁰. Em observações preliminares, percebemos que, nos aplicativos e nos sites de armazenamento, a empresa publica diversos áudios durante todos os dias da semana, seguindo uma lógica de postagem de acordo com o que é veiculado na programação – mantendo a programação de antena como prioritária, o que vai ao encontro do conceito de rádio hipermediático de Lopez (2010). Por conta dessa rotina, analisamos o portal da emissora, aplicativo e sites de armazenamento de áudio durante uma semana, entre os dias 3 e 9 de outubro de 2016.

A entrevista por nós conduzida foi realizada com a profissional responsável pelo material digital da rádio. Utilizamos o método de entrevista em profundidade com questões semiestruturadas, fundamentando-nos em Manzini (1990/1991) e Triviños (1987). Questionamos a Coordenadora Digital da Rádio Gaúcha, Michelle Raphaelli, por telefone, no dia 17 de novembro de 2016. A realização da entrevista permitiu compreendermos o modelo de produção utilizado pela emissora, bem como a rotina produtiva de armazenamento e disponibilização de conteúdos para usuários da internet.

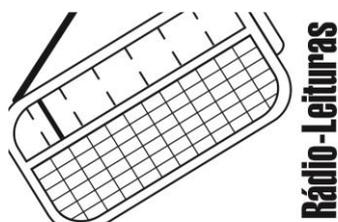
Escolhemos a Rádio Gaúcha por ser, atualmente, a emissora do segmento jornalístico com maiores índices de audiência no Rio Grande do Sul. Uma pesquisa feita pelo grupo de medição de audiência Kantar Ibope Media¹¹, entre os meses de maio e julho de 2016, mostra que a Rádio Gaúcha é a emissora mais ouvida entre as 30 rádios

⁸ <https://soundcloud.com/radiogaucha>.

⁹ <https://itunes.apple.com/br/app/radio-gaucha/id479627097?mt=8>.

¹⁰ Disponível para aparelhos com sistema operacional Android ou iOS.

¹¹ O Kantar Ibope Media é a empresa líder em medição de audiência de mídia e investimento publicitário na América Latina. Na última pesquisa sobre a audiência de Rádio na região de Porto Alegre, a empresa alterou os métodos de aferição de audiência, incluindo a audiência online nos números.



O armazenamento de conteúdos no radiojornalismo convergente: um estudo de caso da Rádio Gaúcha

Lucas Altamor Delgado e Mirian Redin de Quadros

FM presentes na região da Grande Porto Alegre¹². A emissora, que opera com potência de 100 kW na frequência AM 600 KHz e 129 kW na frequência FM 96.7 MHz, tem seu sinal retransmitido em parte do território gaúcho pela Rádio Gaúcha Santa Maria (FM 105,7) Rádio Gaúcha Serra (FM 102,7) e Rádio Gaúcha Zona Sul (FM 102,1). A rádio é ouvida, também, em outros sete estados brasileiros, por meio de 143 emissoras que integram a Rede Gaúcha SAT, criada em 1994.

Soma-se aos índices de audiência e ao alcance geográfico, a expressão que a rádio tem nas redes sociais¹³: no Facebook, o perfil oficial da Gaúcha possui mais de 780 mil seguidores, no Twitter o número de fãs ultrapassa os 530 mil e no Instagram são quase 105 mil seguidores. Além desses fatores, a constatação de que a emissora é a única do segmento news de Porto Alegre que possui uma central de áudios atualizada foi fundamental para a definição da Rádio Gaúcha como objeto empírico para a pesquisa.

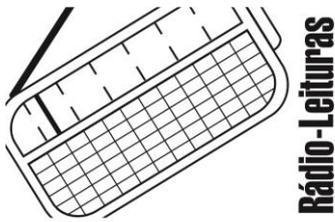
54

A análise: memória e armazenamento de conteúdos na Rádio Gaúcha

Os seguidores da Rádio Gaúcha no ambiente digital podem acessar os conteúdos produzidos pela emissora de diversos modos. Analisamos as plataformas online de armazenamento de áudios utilizadas pela rádio e, no site da emissora, o banco de áudios próprio, além do setor especial denominado de Arquivo Gaúcha. Todos, de certa forma, são interligados. Apresentaremos, a seguir, as principais considerações obtidas a partir da análise das três plataformas de armazenamento utilizadas pela rádio e, ainda, pontuaremos algumas das contribuições da profissional por nós entrevistada. Antes de relatarmos nossas observações, contudo, detalharemos, brevemente, as plataformas online de armazenamento de áudios utilizadas pela Gaúcha.

¹² Informações sobre a pesquisa disponíveis em: <http://tudoradio.com/noticias/ver/15889-exclusivo-radio-caicara-avanca-em-porto-alegre-radio-gaucha-esta-sozinha-no-topo>.

¹³ Números das redes sociais da Rádio Gaúcha obtidos no dia 26 de abril de 2017.



Vol 9, Num 01

Edição Janeiro – Junho 2018

ISSN: 2179-6033

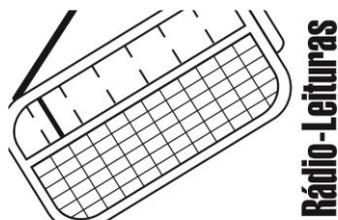
<http://www.periodicos.ufop.br/pp/index.php/radio-leituras>

As ferramentas mais utilizadas pelos ouvintes e que recebem atualização diária de áudios pela Rádio Gaúcha são a plataforma de publicação de áudios SoundCloud, o reprodutor de áudios iTunes e o aplicativo da emissora para smartphones. Durante o período analisado, cada plataforma recebeu, em média, 32,5 áudios por dia. Generalizamos os dados médios uma vez que os áudios colocados nestas plataformas são os mesmos. Nome, formato e conteúdo dos arquivos são replicados do SoundCloud para as outras plataformas através do RSS.

A maneira de acessar e consumir os áudios nessas plataformas, apesar de semelhantes em conteúdo, são dotadas de algumas diferenças. Destes, o SoundCloud é a única plataforma online de publicação de áudio que permite a audição dos materiais pelo navegador do computador. Essa característica facilita e fomenta a divulgação das postagens da Rádio Gaúcha em redes sociais, como o Twitter e páginas oficiais no Facebook. A plataforma também permite o acesso por web browser em smartphones, apesar de sempre indicar o aplicativo próprio para que se tenha uma melhor experiência de utilização. A conta “Podcast” da Rádio Gaúcha no iTunes, por sua vez, também pode ser acessada por um desktop (ou notebook), no entanto, necessita do software reprodutor de áudio desenvolvido e distribuído pela empresa Apple. Já o aplicativo da Rádio Gaúcha para dispositivos móveis só pode ser acessado através de aparelhos com Sistema Operacional Android e iOS (sejam eles *smartphones* ou *tablets* possuidores destes sistemas operacionais). Ele possibilita o encontro dos áudios recentes de forma mais fácil que as outras duas formas, já que é um aplicativo exclusivo somente para materiais da Rádio Gaúcha, e não uma hospedagem da emissora em uma plataforma. Para quem consome diariamente conteúdos da Rádio Gaúcha, fica evidente a maior facilidade de acesso através do aplicativo da emissora.

Perfil da Rádio Gaúcha na plataforma SoundCloud

O layout inicial da página da Rádio Gaúcha no SoundCloud possui diversos detalhes: o número de seguidores, de perfis seguidos e faixas adicionadas; os *links* para as redes sociais da emissora; uma aba com algumas funcionalidades oferecidas pela

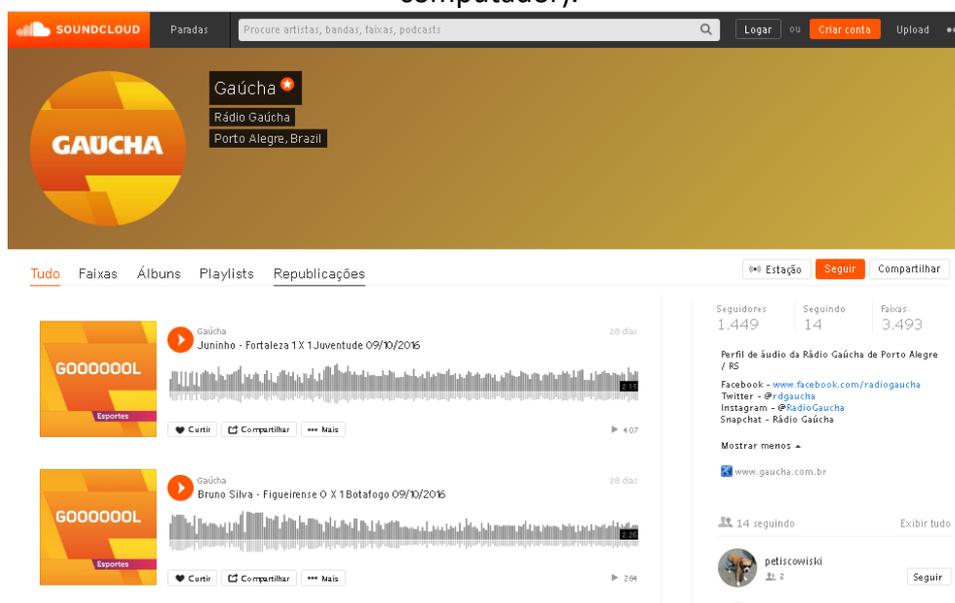


O armazenamento de conteúdos no radiojornalismo convergente: um estudo de caso da Rádio Gaúcha

Lucas Altamor Delgado e Mirian Redin de Quadros

plataforma (Tudo, Faixas, Álbuns, *Playlists* e Republicações); e os novos arquivos de áudio publicados (com as mais recentes no topo), como mostra a Figura 1. Já a versão em aplicativo para celulares e *tablets* é mais simples, tendo informações, áudios, perfis seguidos e seguidores dispostos em quatro abas.

Figura 1: A linha do tempo do perfil da Rádio Gaúcha no SoundCloud (acessado pelo computador).



Fonte: www.soundcloud.com/radiogaucha

Os formatos e padrões dos arquivos publicados pela rádio variam bastante: programas na íntegra (publicados logo após a veiculação nas ondas hertzianas), entrevistas realizadas nos programas diários, entrevistas coletivas na íntegra (que apenas têm trechos veiculados na programação normal) e narrações de transmissões esportivas da emissora. Ainda há a publicação dos programas específicos para a internet ou que são primeiramente veiculados na internet e depois vão ao ar, produtos que serão detalhados na sequência deste artigo.

Durante os sete dias de observação das plataformas de armazenamento de áudio da Rádio Gaúcha contabilizamos a publicação de 227 arquivos de áudio no perfil da Rádio Gaúcha no SoundCloud. Durante as coletas, dividimos o dia em três períodos, de

acordo com a programação da emissora, para tentar compreender como se dá a prática da rádio em relação à disponibilização dos conteúdos: das 5h às 12h, das 12h às 18h40 e das 18h40 às 5h. A seguir, a Tabela 1 mostra a frequência de postagens por parte da Rádio Gaúcha:

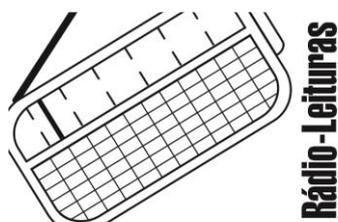
Tabela 1: O número de postagens nos dias de análise, divididos por períodos

	03/10	04/10	05/10	06/10	07/10	08/10	09/10
Manhã	19	17	16	17	18	10	1
Tarde	23	11	16	13	19	5	5
Noite	4	7	4	8	7	3	4

Fonte: Elaboração dos autores.

No primeiro dia, notamos maior intensidade de áudios postados, sobretudo, no período da tarde. Esse padrão foi alterado na terça-feira, quando se manteve apenas a característica da noite possuir menos possibilidades de audição. A característica de predominância de áudios no período da manhã ou, ao menos, igualdade com o número de publicações da tarde, como observado na quarta-feira (dia 05), manteve-se até sexta-feira. Neste, que foi o antepenúltimo dia de análise, foram postados 18 e 19 áudios nos períodos da manhã e tarde, respectivamente. Já nos dias 8 e 9 de outubro, sábado e domingo, respectivamente, percebemos a redução considerável na quantidade de áudios postados.

Também observamos que quatro programas são sempre postados integralmente após a veiculação na programação sonora da Rádio Gaúcha: Timeline Gaúcha, Esportes ao Meio-Dia, Sala de Redação e Hoje nos Esportes. Esporadicamente o Show dos Esportes também foi publicado no SoundCloud. Os programas Gaúcha Atualidade (manhã) e Gaúcha Repórter (tarde), veiculados de segunda à sexta-feira, destacam-se por não terem a sua íntegra publicada. Entretanto, em todos os dias de veiculação, a emissora publica entrevistas produzidas nos respectivos programas. Além disso, o programa Gaúcha Repórter, na sua versão de Domingo, é chamado de Gaúcha Repórter Podcast e, ao contrário de sua edição nos dias de semana, é disponibilizado para audição e download nas plataformas online de áudio da emissora.



O armazenamento de conteúdos no radiojornalismo convergente: um estudo de caso da Rádio Gaúcha

Lucas Altamor Delgado e Mirian Redin de Quadros

Dos arquivos postados na plataforma no período de análise, identificamos que 156 áudios se encaixam em formatos conhecidos pelos ouvintes¹⁴, como podemos observar na Tabela 2 a seguir:

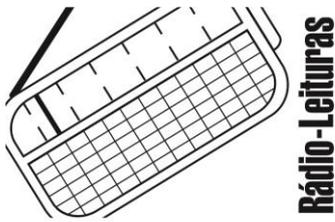
Tabela 2: Arquivos disponibilizados para audição nas plataformas online.

Tipo de arquivo ↓ dia →	Seg	Ter	Qua	Qui	Sex	Sáb	Dom	Total
Programa completo	5	5	4	4	5	4	2	29
Previsão do tempo	2	2	2	2	2	0	0	10
Correspondente	3	4	3	3	4	3	2	22
Entrevistas	14	7	8	6	8	1	1	45
Comentários	9	7	7	6	11	3	1	44
Podcasts	1	0	0	0	1	0	2	4
Arquivo gaúcha	0	0	0	0	0	2	0	2
Total	34	25	24	21	31	13	8	156

Fonte: elaboração dos autores

Um detalhe importante a ser ressaltado após a análise é que alguns dos áudios postados e identificados visualmente pela emissora como “*podcast*” não necessariamente tiveram sua veiculação apenas no ambiente digital. É o caso dos áudios do programa Timeline Gaúcha. O áudio da íntegra da atração é identificado, no SoundCloud, por um ícone contendo somente o nome do programa, enquanto as entrevistas dele extraídas (que também constam na versão integral, ressalta-se) possuem o termo “*podcast*” em seu ícone de identificação, mesmo tendo sido transmitidas, primeiramente, na programação de antena. Ao retomarmos os conceitos relacionados ao *podcasting*, já discutidos anteriormente, percebemos que, apesar de alguns autores entenderem que o termo *podcast* designa o conteúdo produzido

¹⁴ O restante, ou seja, 71 arquivos, são programetes como as manchetes das atrações de programas, como o Gaúcha Repórter, e a “Central dos Esportes com os últimos destaques do futebol”, gravada durante a madrugada e divulgada ao longo da programação da rádio.



Vol 9, Num 01

Edição Janeiro – Junho 2018

ISSN: 2179-6033

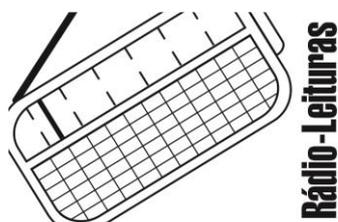
<http://www.periodicos.ufop.br/pp/index.php/radio-leituras>

exclusivamente para o ambiente digital, a emissora não está equivocada ao denominar trechos da programação de antena como *podcast*, ao transpô-lo para as plataformas online. Hausman et al (2010) afirmam que o *podcast* é a distribuição de programas em formatos de áudio, ou seja, não necessariamente um material especial para a internet. Essa denominação demonstra, mais uma vez, a intenção da Rádio Gaúcha em se aproximar de conceitos atuais, modernos e, como consequência, atingir também o público internauta.

Site da emissora, *podcasts* e o Arquivo Gaúcha

No site da Rádio Gaúcha, os áudios são acessados na opção Áudios e Vídeos do menu vertical à esquerda da *homepage*. Depois de selecionada a opção “áudio”, o usuário encontra a página com um *layout* pouco intuitivo, que contém os áudios mais recentes publicados. Durante o período de análise, entretanto, não houve sequer um upload de arquivos por parte da Rádio Gaúcha em seu próprio banco de áudios, como a Figura 2, a seguir, mostra. Em entrevista com a coordenadora digital da emissora, Michelle Raphaelli, descobrimos que um problema técnico no Bória (como é chamada a base de dados da Rádio Gaúcha) ¹⁵ foi o responsável por causar o pouco aproveitamento do site da emissora para o armazenamento de áudios. Raphaelli (2016) afirmou que o problema técnico impossibilitou o upload dos arquivos, o que fez a Rádio Gaúcha migrar suas postagens para o SoundCloud. Vale ressaltar que nos dias posteriores à análise a base de dados de áudios da emissora voltou a ser atualizada, entretanto, com foco somente nos programas Timeline Gaúcha e Sala de Redação.

¹⁵ Servidor gerido pela Agile Content, empresa espanhola que presta esse serviço para o Grupo RBS.



O armazenamento de conteúdos no radiojornalismo convergente: um estudo de caso da Rádio Gaúcha

Lucas Altamor Delgado e Mirian Redin de Quadros

Figura 2: Banco de áudios da emissora.

The screenshot displays the website interface for Rádio Gaúcha. At the top, there is a navigation bar with 'Capa' and 'Site Gaúcha' links. Below this, a search results section titled 'Resultados de pesquisa:' shows a grid of audio content items. Each item includes a thumbnail with the 'GAUCHA' logo and a brief description of the audio file, such as 'Coletiva Renato Grêmio = 25/09/2016' or 'Correspondente Ipiranga 18h05 - 25/09/...'.

Fonte: www.videos.clicrbs.com.br/rs/gaucha/

Os dois programas que são destaque no banco de áudios do próprio site da Rádio Gaúcha fazem parte de um grupo de programas que são disponibilizados na internet. Todos esses programas estão indicados como *Podcast*. Parte deles são exclusivos para os ouvintes digitais, enquanto outros (como o Sala de Redação e o Timeline) são replicações da versão veiculada na programação normal da rádio. A página inicial da Rádio Gaúcha destaca esse modelo e as atrações que são consideradas *Podcasts*, reforçando a grande visibilidade e atenção que a empresa dá aos consumidores de arquivos de áudio.

Ao clicar em um dos programas exibidos na área de *Podcasts*, na homepage da Gaúcha, uma nova página se abre exibindo uma lista com áudios do programa pesquisado. Essa lista, chamada de *playlist*, é organizada por data. Os áudios exibidos

são os publicados no SoundCloud (Figura 3). Observamos, também, que abaixo da *playlist* de cada página dos *podcasts* há uma espécie de tutorial, explicando, por meio de imagens, como fazer o *download* de cada arquivo. Esse detalhamento, ensinando o internauta como acessar e consumir o conteúdo da Rádio Gaúcha, demonstra o esforço da rádio para inserir-se no novo contexto midiático em que a portabilidade (que permite a audição em qualquer local, através de dispositivos) e a possibilidade de ouvir os arquivos em qualquer instante são atrativos para os consumidores.

Figura 3: Página destinada aos áudios do programa Timeline Gaúcha

Faça o download do Podcast do Timeline Gaúcha



Foto: Diego Vara /Agencia RB5

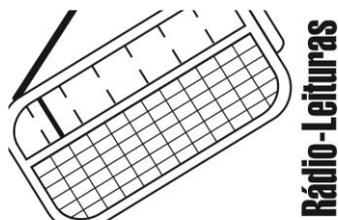
Ouçã e faça download dos programas:



The screenshot shows a SoundCloud interface for the 'Timeline Gaúcha' playlist. At the top, there is a play button, the name 'Gaúcha', and the title 'Timeline Gaúcha 15/07/2016'. Below this is a waveform visualization and a 'Compartilhar' (Share) button. The main part of the image shows a list of five audio tracks with their respective durations:

Track Name	Duration
Gaúcha - Timeline Gaúcha 03/10/2016	▶ 6:04
Gaúcha - Timeline Gaúcha - 05/10/2016	▶ 2:65
Gaúcha - Ator Caio Castro fala no Timeline sobre livro que lança em Porto Alegre	▶ 2:03
Gaúcha - "desculpe a demora", diz Guilherme Fontes sobre Chatô, O Rei do Brasil	▶ 2:53
Gaúcha - Timeline Gaúcha - 06/10/2016	▶ 3:70

Fonte: <http://gaucha.clicrbs.com.br/rs/noticia-aberta/faca-o-download-do-podcast-do-timeline-gaucha-172008.html>



O armazenamento de conteúdos no radiojornalismo convergente: um estudo de caso da Rádio Gaúcha

Lucas Altamor Delgado e Mirian Redin de Quadros

Os dois programas com maior audiência nas plataformas de áudio durante o nosso período de análise - de acordo com os números de reprodução indicados pelo SoundCloud -, Sala de Redação e Timeline Gaúcha, são divulgados com maior intensidade na página inicial da emissora. Nesta divulgação à parte, sem estar junto ao grupo de *podcasts*, nenhum dos programas recebe essa denominação. Possuem, apenas, indicação para audição assíncrona.

Os programas *podcasts* indicados na página inicial se dividem em exclusivos para internet - Ground and Pound, Extrapoint e Podcastchê - e programas que são veiculados nos dois meios - Timeline Gaúcha, Sala de Redação e Gaúcha Repórter *Podcast*. Em relação às produções exclusivas para o meio digital: o *podcast* Ground and Pound é vinculado ao programa Trocação Pura (que é reproduzido aos sábados à tarde) e aborda o universo do MMA, as artes marciais mistas; o Extrapoint é derivado do blog Touchdown Gaúcha, que faz a cobertura e discute o futebol americano, focado no esporte disputado no Rio Grande do Sul, e o Podcastchê que é produzido em parceria com o site Esportchê, site que realiza a cobertura do futebol praticado no interior do estado.

Além do banco de áudios e da seção de *podcasts*, encontramos, ainda, no site da emissora, o Arquivo Gaúcha. Definido como “projeto multiplataforma [que] recupera áudios do arquivo da emissora, lembrando importantes coberturas jornalísticas ao longo das últimas quatro décadas”¹⁶, o projeto tange dois pontos chave da nossa pesquisa: a convergência de mídias no radiojornalismo e a memória. Isso porque cada episódio publicado nesta seção do site oferece, além do *link* para audição do arquivo sonoro, também conteúdo textual, relatos em audiovisual e registros fotográficos, ou seja, articula diferentes linguagens/mídias. E, com relação à memória, destacamos duas situações relevantes: a página reutiliza conteúdos históricos que estavam armazenados e disponibiliza episódios para audição fora de sincronia, com possibilidade de *download*.

¹⁶ Disponível em: <http://gaucha.clicrbs.com.br/rs/noticia-aberta/arquivo-gaucha-relembra-historia-do-radio-no-rio-grande-do-sul-175610.html>.

Até o fim da nossa análise, 30 episódios haviam sido publicados no Arquivo Gaúcha, divididos em duas temporadas: 15 na primeira, produzida em 2015, e 13 na segunda, veiculada em 2016. A página centralizadora do conteúdo histórico, que estava arquivada pela emissora, no site da Gaúcha pode ser observada na Figura 4:

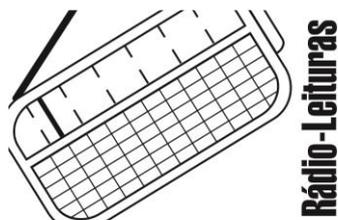
Figura 4: Página do Arquivo Gaúcha no site da emissora



A *playlist* que organiza os áudios do Arquivo Gaúcha na página da emissora é republicada do SoundCloud - por meio de *embed*¹⁷ - e encontra-se fora de ordem, incompleta e confusa. Acessando pela central dos arquivos dentro do site, em espaço especial¹⁸, alguns episódios possuem o *link* para audição ou download em publicação na

¹⁷ Mecanismo utilizado para incorporar arquivos em uma página.

¹⁸ <http://gaucha.clicrbs.com.br/rs/pagina/arquivo-gaucha.html>



O armazenamento de conteúdos no radiojornalismo convergente: um estudo de caso da Rádio Gaúcha

Lucas Altamor Delgado e Mirian Redin de Quadros

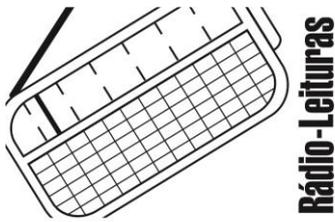
base de dados do próprio site da Gaúcha. Outros episódios já adicionam o *embed* (incorporação de arquivos multimídia) do áudio do SoundCloud. Como a primeira temporada foi produzida em 2015 e a segunda em 2016, pode-se notar as alterações e mudanças na forma de postagem dos arquivos que, com o tempo, migraram para a plataforma externa, saindo da exclusividade do agrupamento de áudios da Rádio Gaúcha.

Uma última observação relevante a se fazer sobre o Arquivo Gaúcha é que ele é produzido para ser disponibilizado na internet, mas também é veiculado na programação da Rádio Gaúcha. Denominado de “Episódio da Semana”, o capítulo é exibido no início da madrugada de domingo e, ao longo do mesmo dia, disponibilizado nas plataformas digitais.

Entrevista sobre o espaço digital

A fim de complementar os dados obtidos na análise, entrevistamos a coordenadora digital da Rádio Gaúcha, a jornalista Michelle Raphaelli, responsável pelo setor desde 2010. Brevemente discorreremos sobre algumas falas importantes de Raphaelli (2016), que destacou que a aproximação com a digitalização dos conteúdos por parte da emissora surgiu anteriormente à criação da equipe digital; mais precisamente, começou quando a emissora passou a ter sua veiculação também na Frequência Modulada (FM), em 28 de maio de 2008. Para ela, “estar no FM representava um alcance maior de público. Havia a preocupação com o rejuvenescimento dos ouvintes”.

Além do foco no ouvinte, a Rádio Gaúcha preocupava-se também com a falta de materiais multimídia em seu site. Apenas arquivos de áudio, com trechos de entrevistas e alguns programas, eram disponibilizados. Para isso, fez-se necessária a capacitação e adaptação para o ambiente digital por parte dos jornalistas, habituados somente aos microfones. De acordo com Raphaelli (2016), até então “o rádio era só entrar no ar, já que não tinha desdobramento para o digital” e, por isso, os profissionais passaram a testar diferentes possibilidades de escrita e produções multimídia.



Vol 9, Num 01

Edição Janeiro – Junho 2018

ISSN: 2179-6033

<http://www.periodicos.ufop.br/pp/index.php/radio-leituras>

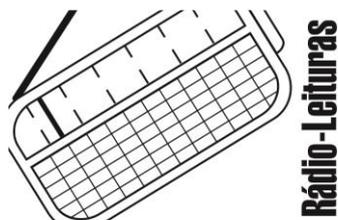
Outra informação importante com relação ao ambiente digital, ao armazenamento de conteúdo e o consumo assíncrono é o motivo fundamental para que o Rádio Gaúcha assumisse o SoundCloud como principal central de áudios, sobretudo no ano de 2016:

O Bória ficou um tempo sem ser atualizado. Ele é pago e armazena os conteúdos da Gaúcha e de todo grupo RBS. Só que a Gaúcha tem um volume extremo de conteúdo. E tivemos um problema de armazenamento com esse fornecedor e tivemos que parar. Simultaneamente surgiu uma nova estratégia relacionada aos pedidos de ouvintes: a gente foi para o SoundCloud para que eles pudessem nos ouvir por lá e pelo iTunes (RAPHAELLI, 2016).

O Bória, como ressaltado anteriormente, é a ferramenta de armazenamento do site da Gaúcha. O interessante na fala de Raphaelli é a revelação de que o uso do SoundCloud se tornou estratégico por conta da necessidade. Além disso, a plataforma permite a integração com todas redes sociais e também o iTunes a partir do RSS. Assim que as atividades do Bória fossem retomadas, contudo, a coordenadora digital garante que a emissora iria voltar a utilizá-lo como o principal centralizador de conteúdos: “O Bória é o armazenamento, o catálogo, o histórico. Dali vão sair os arquivos para o aplicativo e onde os ouvintes vão fazer pesquisa. Será nosso banco de memórias” (RAPHAELLI, 2016).

A importância de se preservar os conteúdos da emissora é notada, sobretudo, por conta do Arquivo Gaúcha. Michelle Raphaelli destacou que o Arquivo Gaúcha inicialmente era um produto exclusivo do online, multimídia. “A pretensão era de apenas ficar no site, como parte da história. Mas o material teve bastante repercussão e resolvemos levar ao ar” (RAPHAELLI, 2016), resultando em uma prática que inverte o processo usual, em que as produções para a programação sonora são levadas, posteriormente, para a internet.

Ainda sobre o armazenamento, Raphaelli garante que a emissora planeja aumentar a produção de programas *podcasts*. Para isso, jornalistas especializados já



O armazenamento de conteúdos no radiojornalismo convergente: um estudo de caso da Rádio Gaúcha

Lucas Altamor Delgado e Mirian Redin de Quadros

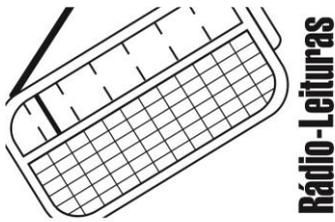
estudam novas possibilidades de formatos para os ouvintes da rádio no ambiente digital (RAPHAELLI, 2016).

Considerações finais

Apresentamos neste artigo uma síntese da pesquisa realizada como trabalho de conclusão de curso na graduação em Jornalismo. Nessa empreitada, motivados por percepções advindas da prática jornalística em rádio, nos desafiamos a investigar o processo de armazenamento e disponibilização de arquivos em áudio no ambiente digital. Ancoramos, teoricamente, nossa reflexão em uma discussão mais ampla sobre o processo da convergência midiática e a adaptação do rádio às tecnologias digitais. De modo específico, direcionamos nossa análise para as oportunidades práticas abertas por esse contexto no que se refere ao uso dos meios digitais pelo rádio para: a construção e manutenção da memória radiofônica e a oferta de conteúdos para consumo assíncrono e sob demanda.

Com a condução do estudo de caso da Rádio Gaúcha, analisamos de que modo a emissora utiliza as plataformas SoundCloud e iTunes, além do próprio site e aplicativo para celular para o armazenamento de conteúdos em áudio. Notamos que, enquanto iTunes e o aplicativo ofertam um número limitado de arquivos para os usuários, o SoundCloud funciona, também, como uma central de áudios. Enquanto iTunes e SoundCloud podem ser acessados tanto pelo computador como pelo celular; o aplicativo Rádio Gaúcha é exclusivo para smartphones. O SoundCloud é atualmente a principal fonte de armazenamento de arquivos sonoros na Rádio Gaúcha, ao passo que a base de áudios existente no site da emissora é pouco aproveitada devido a problemas técnicos.

Para além das plataformas utilizadas, observamos também a produção de conteúdos visando o consumo sob demanda. Percebemos que a Rádio Gaúcha se adapta ao processo de convergência através de sucessivas experimentações - tanto a análise dos objetos empíricos quanto a entrevista com a jornalista Michelle Raphaelli nos



Vol 9, Num 01

Edição Janeiro – Junho 2018

ISSN: 2179-6033

<http://www.periodicos.ufop.br/pp/index.php/radio-leituras>

levaram a essa conclusão. Por conta disso, não há padrões bem definidos quanto aos formatos ou frequência das postagens de áudios, já que alguns programas são divulgados integralmente e sem edição, enquanto outros têm apenas trechos disponibilizados. Por outro lado, identificamos produções criadas especificamente para o consumo sob demanda, revelando uma postura inovadora e atenta às novas tendências de consumo.

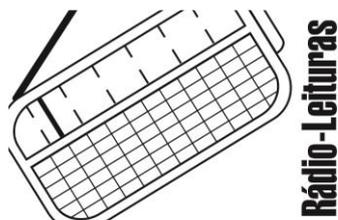
As experiências da Rádio Gaúcha, assim, demonstram que não existe uma estratégia bem definida por parte da emissora. Diante de constantes surgimentos de novas tecnologias e redes sociais, a rádio permite-se arriscar “às escuras”. Mesmo assim, a Gaúcha se mostra disposta a explorar o promissor radiojornalismo convergente e todas as possibilidades que surjam com isso.

Retomando nossos argumentos e questionamentos iniciais, por fim, podemos afirmar que o ambiente digital e o processo de convergência midiática se revelam como alternativas frutíferas ao rádio, principalmente no que se refere à manutenção de uma memória radiofônica e o oferecimento de possibilidades de consumo adequadas aos novos perfis de audiência. A utilização de ferramentas como o SoundCloud, iTunes, aplicativos para smartphones e o próprio site da emissora, colaboram, dessa forma, para a expansão da Rádio Gaúcha para além das ondas sonoras e dos limites geográficos. Estas plataformas, no entanto, ainda não são exploradas em todas as suas funcionalidades ou de forma integrada. Desafios técnicos se colocam como obstáculos primeiros. A necessidade de capacitação dos profissionais também é apontada como um gargalo que precisa ser sanado. Sobretudo, se mostra relevante, neste momento, uma reflexão sobre as práticas e formatos radiofônicos, visando a adequação a novas temporalidades e hábitos de consumo de mídia.

67

Referências bibliográficas:

ADAMI, Antonio. Estágio atual das Pesquisas sobre rádio no Brasil: as novas possibilidades na era dos “Millennials” e o tamanho do meio. In: ZUCULOTO, Valci; LOPEZ, Debora;



O armazenamento de conteúdos no radiojornalismo convergente: um estudo de caso da Rádio Gaúcha

Lucas Altamor Delgado e Mirian Redin de Quadros

KISCHINHEVSKY, Marcelo (Orgs.). **Estudos radiofônicos no Brasil**: 25 anos do Grupo de Pesquisa Rádio e Mídia Sonora da Intercom. 1. ed. São Paulo: Intercom, 2016. p. 126-141.

ALMEIDA, Ana Carolina; MAGNONI, Antônio Francisco. **Rádio e internet**: recursos proporcionados pela web ao radiojornalismo. In: MAGNONI, Antônio Francisco; CARVALHO, Juliano Maurício (Orgs.). **O novo rádio**: cenários da radiodifusão na era digital. São Paulo: Ed. Senac São Paulo, 2010. p. 273-290.

CEBRIÁN HERREROS, Mariano. **La radio en el entorno de las multiplataformas de comunicaciones**. 2011. Palestra proferida durante o XXXIV Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, realizado em Recife (PE). Disponível em: <https://blogintercomradio.files.wordpress.com/2011/09/la-radio-en-el-entorno-de-las-multiplataformas-de-comunicaciones.pdf>. Acesso em 13 out. 2017.

HAUSMAN, Carl; MESSERE Fritz; O'DONNELL, Lewis; BENOIT, Philip. **Rádio**: produção, programação e performance. 1. ed. São Paulo: Cengage Learning, 2010.

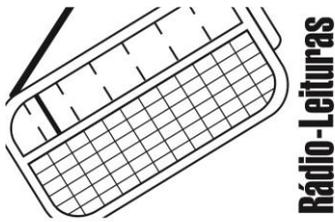
KISCHINHEVSKY, Marcelo. **O rádio sem onda**: convergência digital e novos desafios na radiodifusão. Rio de Janeiro: E-Papers, 2007.

_____. **Radiojornalismo comunitário em mídias sociais e microblogs**: circulação de conteúdos publicados no portal RadioTube. Estudos em Jornalismo e Mídia. v. 9, n. 1, p. 136-148, jan-jun.2012.

_____. **Compartilhar, etiquetar**: Interações no rádio social. Comunicação Mídia e Consumo, 2014, p. 143-162. Disponível em: <<http://revistacmc.espm.br/index.php/revistacmc/article/viewArticle/371>>. Acesso em: 24 set 2016.

_____. **Rádio e mídias sociais: mediações e interações radiofônicas em plataformas digitais de comunicação**. 1. ed. Rio de Janeiro: Mauad X, 2016.

LOPEZ, Debora Cristina. **Radiojornalismo hipermidiático**: tendências e perspectivas do jornalismo de rádio all news brasileiro em um contexto de convergência tecnológica. Covilhã,



Vol 9, Num 01
Edição Janeiro – Junho 2018
ISSN: 2179-6033
<http://www.periodicos.ufop.br/pp/index.php/radio-leituras>

Portugal: LabCom, 2010. Disponível em: <http://www.livroslabcom.ubi.pt/pdfs/20110415-debora_lopez_radiojornalismo.pdf> Acesso em: 11 junho 2016.

MANZINI, Eduardo José. **A entrevista na pesquisa social**. Didática. v 26-27, p. 149-158, 1990-1991.

NOGUEIRA, Luís. **Jornalismo na rede: arquivo, acesso, tempo, estatística e memória**. 2002. Disponível em: <http://labcom-ifp.ubi.pt/files/agoranet/02/nogueira-luis-jornalismo-na-rede.pdf>. Acesso em: 13 out. 2017.

PALÁCIOS, Marcos. Ruptura, continuidade e potencialização no jornalismo on-line: o lugar da memória. In: MACHADO, Elias; PALÁCIOS, Marcos (Orgs.). **Modelos de Jornalismo**. Salvador: Edições GJOL e Ed. Calandra, 2003, p.

RUTILLI, Marizandra. **Rotinas produtivas e relação com as fontes no rádio informativo em ambiente de convergência**: um estudo de caso de emissoras de Porto Alegre. 2014. Dissertação (Mestrado) - Programa de Pós-Graduação em Comunicação, Facos, UFSM, Santa Maria, 2014.

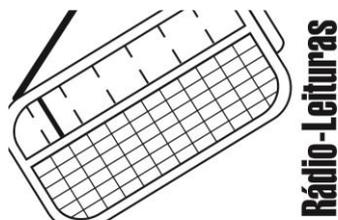
SANDE, Manuel Fernández; MICHELETTI, Bruno Domingues. Preservação audiovisual: proposição de uma tipologia para categorização do patrimônio radiofônico. In: ZUCULOTO, Valci; LOPEZ, Debora; KISCHINHEVSKY, Marcelo (Orgs.). **Estudos radiofônicos no Brasil: 25 anos do Grupo de Pesquisa Rádio e Mídia Sonora da Intercom**. 1. ed. São Paulo: Intercom, 2016. p. 126-141.

TRIVIÑOS, Augusto N.S. **Introdução à pesquisa em ciências sociais**. São Paulo: Atlas, 1987.

YIN, Robert K. **Estudo de caso: planejamento e métodos**. 2. ed. Porto Alegre: Bookman, 2001.

Fontes orais

RAPHAELLI, Michelle. Entrevista concedida ao autor em 17 de novembro de 2016. Santa Maria, 2016.



O armazenamento de conteúdos no radiojornalismo convergente: um estudo de caso da Rádio Gaúcha

Lucas Altamor Delgado e Mirian Redin de Quadros

Abstract

The process of convergence and the consequent technological innovations have been changing the modes of consumption and production in radiojournalism. To understand how radio is adapting to this scenario, especially with regard to the storage and availability of contents for asynchronous consumption, we have developed a case study of Rádio Gaúcha. Articulating theoretical reflections about the concepts of hypermediatic radio and expanded radio, asynchronous memory and consumption, the analysis of the digital platforms used by the broadcaster and the accomplishment of an in-depth interview, we observed that, although there is no way of doing consolidated in what refers to the use of the internet for the storage of content, the Rádio Gaúcha has been exploring strategies and technologies aiming at adjusting to the context of convergence.

Keywords: Media Convergence; Radiojournalism; Memory.

Resumen

El proceso de convergencia y las consecuentes innovaciones tecnológicas vienen alterando los modos de consumo y producción en el radio periodismo. Para comprender cómo la radio viene adaptándose a este escenario, principalmente en lo que se refiere al almacenamiento y puesta a disposición de contenidos para consumo asincrónico, desarrollamos un estudio de caso de Radio Gaucha. Articulando reflexiones teóricas acerca de los conceptos de radio hipermidiático y radio expandida, memoria y consumo asincrónico, al análisis de las plataformas digitales utilizadas por la emisora y la realización de una entrevista en profundidad, observamos que, aunque no hay un modo de hacer consolidado en lo que se refiere al uso de Internet para el almacenamiento de contenido, la Rádio Gaúcha viene explorando estrategias y tecnologías visando la adecuación al contexto de la convergencia.

Palabras Clave: Convergencia Midiática; Radio-periodismo; Memoria.