



Juliana Esteves de Brites Lima

ANTÔNIO CARLOS MACEDO
E A PARTICIPAÇÃO DO OUVINTE NO *GAÚCHA HOJE*

Porto Alegre

2018

Juliana Esteves de Brites Lima

ANTÔNIO CARLOS MACEDO
E A PARTICIPAÇÃO DO OUVINTE NO *GAÚCHA HOJE*

Trabalho de conclusão de curso de graduação apresentado à Faculdade de Biblioteconomia e Comunicação da Universidade Federal do Rio Grande do Sul como requisito parcial para a obtenção do título de Bacharelado em Jornalismo.

Orientador: Prof. Dr. Luiz Artur Ferraretto

Porto Alegre

2018

CIP - Catalogação na Publicação

Lima, Juliana Esteves de Brites Antônio Carlos
Macedo e a participação do ouvinte no Gaúcha Hoje /
Juliana Esteves de Brites Lima. -2018.
73 f.
Orientador: Luiz Artur Ferraretto.

Trabalho de conclusão de curso (Graduação) -
Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Faculdade
de Biblioteconomia e Comunicação, Curso de Comunica-
ção Social: Jornalismo, Porto Alegre, BR-RS, 2018.

1. Radiojornalismo. 2. Convergência. 3. Participação
do ouvinte. 4. Rádio Gaúcha. 5. Antônio Carlos Mace-
do. I. Ferraretto, Luiz Artur, orient.
II. Título.

Juliana Esteves de Brites Lima

ANTÔNIO CARLOS MACEDO
E A PARTICIPAÇÃO DO OUVINTE NO *GAÚCHA HOJE*

Trabalho de conclusão de curso de graduação apresentado à Faculdade de Biblioteconomia e Comunicação da Universidade Federal do Rio Grande do Sul como requisito parcial para a obtenção do título de Bacharela em Jornalismo.

Aprovado em: ____ de _____ de _____.

BANCA EXAMINADORA

Prof. Dr^a. Aline do Amaral Garcia Strelow - UFRGS

Prof. Dr. Flávio Antônio Camargo Porcello - UFRGS

Prof. Dr. Luiz Artur Ferraretto - UFRGS (orientador)

AGRADECIMENTOS

Cada etapa de nossas vidas precisa ser concluída com gratidão. Gratidão por cada oportunidade de aprendizado, que nem sempre ocorreram em sala de aula ou nos estúdios, mas em debates entre colegas que nos possibilitaram ver além de nossos limites, ou nas palavras simples, mas sábias, de um entrevistado para um dos inúmeros trabalhos realizados durante a graduação. Gratidão pelas dificuldades vividas, pois elas nos tornam mais fortes e aptos a enfrentar desafios maiores. Gratidão por cada pessoa que fez parte de nossa trajetória e possibilitou cada passo dado.

Primeiramente, agradeço a Deus por ter me concedido saúde e forças para concretizar cada realização, por sustentar cada passo, mesmo aqueles que não encontrariam solo como apoio.

Agradeço aos meus pais, José Roberto e Mariglei, por possibilitarem cada etapa concluída ou iniciada, pelo apoio em cada passo dado, pelo suporte para alçar voos maiores e mais distantes. Agradeço ao meu marido, Deivis, por todo o seu apoio durante a graduação e compreensão pelas vezes em que o tempo era limitado pelos diversos trabalhos. Sou grata pelas vezes em que materializou seu apoio atuando como coprodutor das pautas realizadas em trabalhos de reportagem ou mesmo como cinegrafista, sendo meu parceiro em todos os momentos.

À Fabico, seu corpo docente e equipe diretora, que possibilitaram a construção do conhecimento e experiências vividas. Meus agradecimentos aos demais familiares, amigos, colegas, companheiros de trabalhos e irmãos na amizade que fizeram parte da minha formação e vida acadêmica.

“Não importa as realizações que você faz, alguém ajudou você”

(Althea Gibson)

RESUMO

Esta monografia tem o objetivo de estudar de que forma a participação do ouvinte é aproveitada no programa Gaúcha Hoje, conduzido pelo apresentador Antônio Carlos Macedo. Como ponto de partida, é abordado de que modo a emissora se desenvolveu na fase da convergência do rádio e como isso se refletiu na participação do ouvinte, apresentando um histórico do apresentador e como ele passou a incluir a participação da audiência em seus programas. O programa conduzido por Antônio Carlos Macedo foi tomado como objeto de estudo em função de seu papel no desenvolvimento da participação do ouvinte no radiojornalismo, utilizando as informações do público, inclusive, como notícia e sugestão de pautas para a produção de reportagens. Adota-se o referencial teórico da economia política da comunicação, de acordo com Mosco (1998), além de utilizar conceitos a respeito do meio rádio de Ferraretto (2000, 2007, 2013), da multiplicidade da oferta de Brittos (2012) e de rádio expandido de Kischinevsky (2016). Como metodologia principal foi adotado o *newsmaking*, utilizando-se ainda de revisão bibliográfica, observação participante e entrevistas em profundidade. Através desta metodologia, pôde-se concluir que a participação dos ouvintes ocorre através de mensagens no WhatsApp e envolvimento nas publicações das redes sociais do programa, resultando em informações relevantes a outros ouvintes ou sugestões de pautas para a produção da rádio.

Palavras-chave: Radiojornalismo; Convergência; Participação do ouvinte; Rádio Gaúcha; Antônio Carlos Macedo.

ABSTRACT

This monograph has the objective to study how the listeners' participation is used by the *Gaúcha Hoje* program, led by the presenter Antônio Carlos Macedo. As a starting point, it is discussed how the station was developed at the convergence stage of radio and how this reflected on the listeners' participation, including a presenter history and how he started to include the audience participation in his program. The program led by Antônio Carlos Macedo was taken as a study object because of its role on the listeners' participation development at the radiojournalism, using the public's information, including as a suggestion of guidelines for the production of reporting. The theoretical framework of the political economy of communication is adopted, according to Mosco (1998), also concepts about the radio of Ferrareto (2000, 2007, 2013), the multiplicity of the offer of Brittos and expanded radio from Kischinhevsky (2016). As a methodology resource, it was used the newsmaking and bibliograph review, participant observation and in-depth interviews. Through this methodology, it was concluded that the participation of the listeners occurs by messages in WhatsApp and involvement in publications of the social medias of the program, resulting in information relevant to other listeners or suggestions of guidelines for radio production.

Keywords: Radiojournalism; Convergence; Listener participation; Rádio Gaúcha; Antônio Carlos Macedo

LISTA DE FIGURAS

Figura 1 - Audiência da Rádio Gaúcha no segundo semestre de 2015 e todo o ano de 2016	37
Figura 2 - Informações da página do Programa no Facebook.....	40
Figura 3 - Foto da equipe publicada na sexta-feira (20), com 655 reações	44
Figura 4 - Página do Gaúcha Hoje no Facebook com 269.668 curtidas em 27 nov. 2017.....	49
Figura 5 - Página do Gaúcha Repórter no Facebook com 27.857 curtidas em 27 nov. 2017.....	49
Figura 6 - Página do Chamada Geral no Facebook com 15.326 curtidas em 27 nov. 2017.....	49
Figura 7 - Publicação do vídeo gravado por Macedo no começo da manhã de quarta-feira, 18 de outubro de 2017. Às 5h36, tinha 46 reações, 6 comentários e 79 visualizações.....	50
Figura 8 - Foto da equipe do programa na quarta-feira, 18 de outubro, com 26 reações, 6 comentários e 2 compartilhamentos às 5h33.....	51
Figura 9 - Gaúcha Hoje ao vivo no Facebook na segunda-feira, 16 de outubro. Às 7h40, 221 pessoas acompanhavam a transmissão, com 166 reações, 86 comentários e 10 compartilhamentos.....	51
Figura 10 - Card com mensagem de bom dia, publicado na quarta-feira às 5h. Após 11 minutos, já tinha 39 reações, 7 comentários e 14 compartilhamentos.....	52

LISTA DE TABELAS

Tabela 1 - Estrutura do programa Gaúcha Hoje, observada entre 16 e 20 de outubro de 2017.....44

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO.....	11
2 A PARTICIPAÇÃO DO OUVINTE NO CONTEXTO DA CONVERGÊNCIA	16
2.1 CONVERGÊNCIA	16
2.2 O RÁDIO NA CONVERGÊNCIA	20
2.3 PARTICIPAÇÃO E INTERATIVIDADE.....	26
3 A RÁDIO GAÚCHA E A CONVERGÊNCIA.....	29
3.1 A GAÚCHA	29
3.2 GAÚCHA NA CONVERGÊNCIA	34
3.3 O <i>GAÚCHA HOJE</i>	39
4 A PARTICIPAÇÃO DO OUVINTE NO <i>GAÚCHA HOJE</i>	43
4.1 METODOLOGIA	43
4.2 ANÁLISE DO PROGRAMA <i>GAÚCHA HOJE</i>	44
4.2.1 ANÁLISE DOS PROGRAMAS.....	53
5 CONSIDERAÇÕES FINAIS.....	68

1 INTRODUÇÃO

Antônio Carlos Macedo e a participação do ouvinte no Gaúcha Hoje estuda como esse profissional foi ampliando, em seus programas, a interação com o público. Concentra-se o foco na atração apresentada por ele na Rádio Gaúcha, de segunda a sexta-feira, da 5h às 8h. O objetivo desta monografia é observar de que forma acontece esta participação e como ela favorece o levantamento de pautas de interesse dos ouvintes, com o pressuposto de que o apresentador é um dos pioneiros na inclusão do ouvinte no radiojornalismo no período atual. Para isto, a pesquisa estuda a história da emissora no período de convergência da rádio e como o programa matutino chegou na formatação atual, fazendo *newsmaking* e usando como base entrevistas em profundidade e observação participante, além da gravação dos programas.

O apresentador formou-se em Jornalismo pela Universidade Federal do Rio Grande do Sul em 1977 e, desde 1974, trabalhou na Empresa Jornalística Caldas Júnior¹, onde atuou por dez anos. Na empresa, integrou a equipe da Central do Interior, responsável por fornecer noticiários sobre as cidades do interior para os jornais *Correio do Povo*, *Folha da Manhã* e *Folha da Tarde* e para a Rádio Guaíba, onde lidava com diversos assuntos como política, economia e esportes. Passou pelas funções de redator de geral, redator de esportes, diretor da editoria de esportes e subchefe-geral e, junto à equipe, recebeu um Prêmio Esso de Reportagem pelo trabalho “1700 - 1978: Dois séculos de desmatamento no Rio Grande do Sul”, elaborado pela Central do Interior e premiada em 1978.

Após deixar a Caldas Júnior, o jornalista passou a trabalhar como assessor de imprensa da Secretaria Estadual de Justiça e Segurança, enquanto paralelamente conduzia a Rádio Produtores Associados (RPA). Com a parceria dos jornalistas Marco Antônio Baggio e Edegar Lisboa, que também foram seus colegas na empresa, produziam programas que eram enviados pelos correios através de fitas K7, em um trabalho similar ao realizado quando ainda faziam parte da Central do Interior.

Em julho de 1984, Macedo recebeu o convite para fazer parte da equipe da Rádio Gaúcha na área esportiva. O objetivo da emissora era mudar o perfil da equipe do esporte trazen-

¹ A Empresa Jornalística Caldas Júnior foi criada em 1895 por Francisco Antônio Vieira Caldas Júnior e dirigida, mais tarde, pelo seu filho Breno Caldas, tendo o jornal *Correio do Povo* como seu primeiro órgão de comunicação. Em março de 1957, a empresa expande as suas atividades e coloca no ar a Rádio Guaíba. Também foi responsável pela TV Guaíba e pelos jornais *Folha da Tarde*, *Folha da Manhã* e *Folha Esportiva*. A Caldas Júnior faliu em 1984 devido a dificuldades financeiras, sendo repassada, dois anos depois, para o empresário Renato Ribeiro. Em 2007, os veículos de comunicação do grupo foram comprados por Edir Macedo Bezerra, líder da Universal do Reino de Deus, e fundidos ao Grupo Record de Comunicação.

do uma visão jornalística, noção de reportagem, além do conhecimento esportivo. Mais tarde, nos anos 1990, o jornalista assumiu o programa *Plantão Esportivo*, transmitido na faixa das 23h30, onde trouxe um caráter mais jornalístico às transmissões e começou a incluir a participação do ouvinte de maneira ainda simples. O modelo do programa, modificado por Macedo, deu origem ao *Plantão Gaúcha*, que uniu informação esportiva e jornalismo, e permaneceu na grade de programação até 2012, na faixa das 22h30 à meia-noite, de segunda à sexta-feira.

Macedo assumiu as duas edições do *Chamada Geral* em 1993, mas ainda permaneceu como repórter esportivo, mesmo que passando mais tempo no estúdio do que nos estádios. Em 2002, com a saída do apresentador Rogério Mendelski da Rádio Gaúcha, Macedo também assumiu o *Gaúcha Hoje*, mas deixou a área esportiva e a segunda edição do *Chamada Geral* para se dedicar apenas aos programas que apresentava.

Em março de 1997, percebendo que o *Chamada Geral* estava repercutindo pouco e não tinha personalidade, Macedo passou a incluir a participação do ouvinte através do telefone, gravando a chamada durante os intervalos e fazendo uma entrada entre os boletins para registrar o que o ouvinte tinha a dizer e, posteriormente, levar um repórter à apuração e transformar a informação recebida em pauta. De acordo com o apresentador (MACEDO, 5 jun. 2017), tal novidade foi um “choque cultural” para a emissora, pois os jornalistas eram habituados a tratar a audiência apenas como ouvintes, leitores ou espectadores, sem lhes conceder um papel ativo na história que estavam narrando. Tal mudança conquistou espaço pela insistência de Macedo na proposta e porque a inclusão da participação dos ouvintes apresentou resultados positivos no levantamento de pautas e apuração destas.

A inclusão da audiência tem sido adaptada nos programas, tendo passado pelos torpedos SMS para hoje acontecer através do WhatsApp e comentários nas redes sociais. Desta participação e envolvimento com a audiência, surgiu o levantamento de pautas do interesse dos ouvintes, desde problemas de trânsito ou mobilidade urbana a questões que precisam ser levadas aos órgãos públicos. Deste modo, o estudo *Antônio Carlos Macedo e a participação do ouvinte no Gaúcha Hoje* se justifica, na medida em que há poucos trabalhos acadêmicos que se dedicam ao assunto, dado o envolvimento deste apresentador na inclusão da participação do ouvinte e o quanto os radiouvintes contribuem para o levantamento de pautas.

Em busca realizada em repositórios virtuais das bibliotecas das principais universidades do Rio Grande do Sul – como a Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul, Universidade do Vale do Rio dos Sinos, Universidade de Caxias do Sul e Universidade Feevale –, além do localizado na Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior (Capes), é notável a ausência de estudos dis-

poníveis na abordagem proposta. Buscando pelos termos “Antônio Carlos Macedo”, “*Gaúcha Hoje*”, “Participação do Ouvinte” e “Rádio Gaúcha”, não se encontra trabalhos que contemplem a participação do ouvinte no *Gaúcha Hoje*, com exceção do estudo *Ouvintes do Gaúcha Hoje: um estudo de caso*, sob autoria de Marcela Thaís Panke. A pesquisa, de 2007, busca compreender os motivos que levam os radiouvintes a telefonarem para o programa *Gaúcha Hoje*, partindo da hipótese de que o indivíduo liga para a rádio em busca de companhia, porque deseja ser reconhecido, representado ou porque deseja opinar sobre algum assunto. Com objetivo diferente, a pesquisa não explora a participação do ouvinte da forma proposta nesta monografia.

Desta forma, o objetivo geral deste trabalho é estudar a forma como a participação do ouvinte é aproveitada no programa *Gaúcha Hoje*, abordando a maneira que Antônio Carlos Macedo se adapta às diferentes tecnologias para incluir a interação com a audiência, tendo como pressuposto que o apresentador é pioneiro na inclusão do ouvinte no radiojornalismo. Assim, este estudo pretende responder a pergunta: de que forma se dá a interatividade com os ouvintes no programa e como o apresentador possibilita esta participação?

A pesquisa apresenta como base teórica as reflexões da economia política da comunicação, corrente teórica que analisa a configuração das indústrias de cultura e mídia a partir das alterações sociopolíticas ocorridas no final do século XX e início do século XXI. De acordo com Valério Brittos (2011), a economia política da comunicação procura partir de uma base interdisciplinar, dialogando com outras disciplinas, para explicar o que é o fenômeno da comunicação atualmente, pensando a produção de comunicação, a distribuição e o consumo. Também considera que isso se dá através de relações de poder que são desiguais, que têm relação com estudos de mercado, com o papel do Estado na regulamentação e com o funcionamento de indústrias culturais.

De acordo com Vincent Mosco (1998), a economia política pode ser definida como o “estudo das relações sociais, particularmente as relações de poder, que mutuamente constituem a produção, distribuição e consumo de recursos, incluindo os recursos informacionais” (MOSCO, 1998, p. 98), ou também como o estudo do controle e da sobrevivência na vida social, sendo controle a organização interna da sociedade e adaptação dela às mudanças, e sobrevivência sendo o básico para o mantimento e continuidade da vida social. Dessa forma, a economia política engloba todas as atividades humanas e, conseqüentemente, todos os processos orgânicos.

O pesquisador também propõe uma abordagem que situa o significado da economia política ao baseá-la em quatro aspectos: o histórico, o da totalidade social, o da filosofia moral

e o da práxis social. A economia política busca, assim, compreender as mudanças sociais e históricas da sociedade, incluindo as análises de Adam Smith, David Ricardo e John Stuart Mill, que tentaram compreender a revolução capitalista, e Karl Marx, que estudou as forças dinâmicas dentro do capitalismo e outras formas de organização político-econômica. Inclina-se, na acepção dada pelos pesquisadores de comunicação desse campo, em direção aos escritos desse último. Já os economistas políticos contemporâneos focam em questões como a transição de uma economia industrial para uma economia de serviços, ligando-se com a comunicação, porque as indústrias e tecnologias da comunicação são forças primordiais na criação de uma economia de serviços.

A economia política interessa-se em examinar a totalidade das relações sociais que compõem a esfera econômica, política, social e cultural da sociedade, estabelecendo uma ponte com outros campos teóricos. A filosofia da economia política traz o interesse nos valores que norteiam o desenvolvimento do comportamento social e os princípios morais que devem orientar mudanças em tais princípios. Contemporaneamente, tende para o ponto de vista moral e filosófico que destaca a extensão da democracia a todos os aspectos da vida social, garantindo direito de participação também na economia, nos aspectos sociais e culturais. Na práxis social, os economistas políticos entendem a vida intelectual como um meio de transformação, e a intervenção social como uma forma de conhecimento, unindo prática e teoria em um único aspecto.

Virgínia Fonseca (2007) aponta que o desenvolvimento de uma economia política da comunicação tem como um de seus fatores sociais a evolução da imprensa, da mídia eletrônica e das telecomunicações, pois empresas modestas tornaram-se as grandes instituições da ordem industrial do século XX. Citando Vincent Mosco (1996), a autora destaca que outra causa para estes estudos foi a expansão do Estado produtor, distribuidor, consumidor e regulador da comunicação, trazendo o exemplo brasileiro, onde o Estado teve protagonismo na implantação da infraestrutura que permitiu a consolidação das indústrias culturais nos anos 1960 e 1970. A pesquisadora conclui que:

[...] as recentes transformações no campo da comunicação, decorrentes das novas tecnologias de comunicação e informações e da reestruturação global do capitalismo, que se acentuam na última década do século XX, especialmente na última metade dos anos 1990, têm o poder de provocar a retomada do interesse e a revitalização da economia política da comunicação” (FONSECA, 2007).

Para realizar este estudo, é necessário antes conceituar o rádio como meio de comunicação, destacando o desenvolvimento do meio em sua fase de convergência e inserção em outras mídias, até chegar ao que Kischinhevsky chama de rádio expandido.

O rádio é hoje um meio de comunicação expandido, que extrapola as transmissões em ondas hertzianas e transborda para as mídias sociais, o celular, a TV por assinatura, os sites de jornais e os portais de música (KISCHINHEVSKY, 2016, p. 13)

Para conceituar o meio e um pouco de sua história, o ponto de partida são os estudos de Luiz Artur Ferraretto (2000, 2007, 2012, 2013), a obra de Henry Jenkins, *Cultura da convergência* e os estudos do professor Valério Britto, da Universidade do Vale do Rio dos Sinos, que aborda o rádio na fase da multiplicidade da oferta. Já a participação do ouvinte será observada através de John B. Thompson, com os conceitos de interação e interatividade.

Como metodologia para esta pesquisa será utilizado o *newsmaking*, com base na observação participante durante a apresentação de alguns programas, bem como entrevista em profundidade com o apresentador. De acordo com Mauro Wolf,

todas as pesquisas de *newsmaking* têm em comum a técnica da observação participante. Desta forma, é possível reunir e obter, sistematicamente, as informações e os dados fundamentais sobre as rotinas produtivas que operam na indústria dos *mass media* (WOLF, 2001, p. 185).

Já Cicilia Peruzzo observa que a pesquisa participante implica na presença constante do observador no ambiente investigado e o envolvimento do pesquisador e compartilhamento das atividades do grupo, mas ressaltando o distanciamento necessário para não transpor um subjetivismo que afete o estudo. Barros e Duarte (2006) definem a entrevista em profundidade como um recurso metodológico que busca colher respostas a partir da experiência pessoal de uma fonte, com base em teorias e pressupostos do investigador.

O primeiro capítulo, intitulado *A participação do ouvinte no contexto da convergência*, aborda a fase de convergência do rádio de acordo com Luiz Artur Ferraretto, trazendo também o que Valério Brittos chama de fase da multiplicidade da oferta, e os conceitos de participação e interatividade propostos por Thompson. *A Rádio Gaúcha e a convergência* aborda o histórico da Rádio Gaúcha e como a emissora se desenvolveu durante o período de convergência do rádio, bem como o programa *Gaúcha Hoje* e seu formato atual. O quarto e penúltimo capítulo, *A participação do ouvinte no Gaúcha Hoje*, traz os resultados verificados após a observação participante, e o último capítulo traz as *Considerações Finais*.

2 A PARTICIPAÇÃO DO OUVINTE NO CONTEXTO DA CONVERGÊNCIA

Este capítulo aborda definições da convergência, como ela está afetando os meios de comunicação atualmente e a forma como isso se estende ao rádio. Com isto, é possível compreender como a participação e a interatividade dos radiouvintes se desenvolveu no cenário de inovações tecnológicas e compreender como ela acontece no período atual do radiojornalismo.

2.1 CONVERGÊNCIA

Com origem no latim, convergência pode ser definido como “direção comum para o mesmo ponto”, “tendência para um resultado comum” ou “aproximação ou confluência de ideias, opiniões, atitudes etc.”, com definições que, segundo os dicionários Aurélio, Michaelis ou Houaiss, se aplicam a diversas áreas do conhecimento, como medicina, meteorologia, física, sociologia, informática e a própria linguística.

Na comunicação, Suzy Santos conceituou a convergência como:

[...] aproximação dos setores de produção de conteúdo comunicacional (televisão, cinema, rádio), distribuição (telecomunicações) e tecnologias da informação, permitindo que textos, sons e imagens possam ser transmitidos, manipulados e armazenados em diversos sistemas integrados (SANTOS, 2009, p. 79).

De acordo com Santos, no final da década de 1970, começa-se a utilizar o termo convergência para nomear o advento da aproximação entre os setores de computação, telecomunicações e informática e, já nos anos 1990, a expressão passou a ser utilizada para designar a confluência entre os setores de comunicação de massa.

Assim, inicialmente convergência era um conceito ligado ao desenvolvimento tecnológico dos meios de comunicação, em que um aparelho deixava de ter uma única funcionalidade. O telefone celular já não era um aparelho destinado unicamente a fazer e receber ligações, também passou a ter acesso à rádio, e-mails e permitiu fotografar e filmar, mas, como afirma Santos:

A simples coexistência de distintos serviços num mesmo dispositivo não configura necessariamente uma convergência [...]. Para que seja considerado convergente, um mesmo dispositivo deve permitir o acesso a diferentes tecnologias de comunicação, por exemplo, um celular que acesse wi-fi, 3G e TV digital. (SANTOS, 2009, p. 79)

A convergência está além da definição da confluência dos meios de comunicação, também chegando à afluência dos mercados de consumo, confundindo o residencial e o comercial, o local e o global. Da mesma forma, também se estende aos modos de produção dos produtos mediáticos, que inicialmente eram pensados na forma de um para todos e, na cultura da convergência, adquiriram um formato interativo, levando o espectador a se tornar mais que apenas um receptor dos conteúdos para se tornar participante, de alguma forma, no processo de criação. Além da produção, os modos de consumo também convergiram e se estenderam entre múltiplos meios, fazendo o receptor deixar de ser passivo e tornar-se ativo no consumo de conteúdos mediáticos. Santos também amplia o conceito de convergência aos modos de distribuição de serviços, às práticas de regulação dos setores, aos modos de financiamento dessas indústrias e à economia entre empresas que atuavam com lógicas distintas nos setores de comunicação de massa.

Estas extensões do conceito de convergência são analisadas pelo professor Henry Jenkins, que intitula o fenômeno como cultura da convergência, que dá nome a sua obra. Com o estudo, Jenkins pretende ajudar os consumidores comuns a compreenderem este processo que tem ocorrido através da convergência das mídias, utilizando exemplos da cultura popular fáceis de serem entendidos, como os reality shows *Survivor* e *American Idol* e a série de livros juvenis protagonizados pelo personagem *Harry Potter*.

De acordo com o autor, a convergência não deve ser entendida apenas como um processo tecnológico que leva à afluência de diferentes aparelhos e suas funções, mas principalmente:

[...] a convergência ocorre dentro dos cérebros de consumidores individuais e em suas interações sociais com outros. Cada um de nós constrói a própria mitologia pessoal, a partir de pedaços e fragmentos de informações extraídos do fluxo midiático e transformados em recursos através dos quais compreendemos nossa vida cotidiana (JENKINS, 2004, p. 30).

Com a convergência dos meios de comunicação, não é apenas a distribuição de conteúdos mediáticos que sofrem uma mudança, mas a recepção destes produtos através dos con-

sumidores muda, pois estes deixam de ser passivos para se tornarem interativos e participantes ativos na relação com o produto e os produtores.

Mais do que apenas um fator de mudanças tecnológicas e comportamentais dos consumidores, a convergência refere-se:

[...] ao fluxo de conteúdos através de múltiplas plataformas de mídia, à cooperação entre múltiplos mercados midiáticos e ao comportamento migratório dos públicos dos meios de comunicação, que vão a quase qualquer parte em busca das experiências de entretenimento que desejam. Convergência é uma palavra que consegue definir transformações tecnológicas, mercadológicas, culturais e sociais, dependendo de quem está falando e do que imaginam estar falando (JENKINS, 2004, p. 29).

Tais transformações já teriam sido previstas anteriormente pelo cientista político Ithiel de Sola Pool em 1983. O cientista observou que as fronteiras entre os diferentes meios de comunicação estavam se tornando incertas, seja nas comunicações ponto a ponto ou na comunicação de massa.

Um único meio físico – sejam fios, cabos ou ondas – pode transportar serviços que no passado eram oferecidos separadamente. De modo inverso, um serviço que no passado era oferecido por um único meio – seja a radiodifusão, a imprensa ou a telefonia – agora pode ser oferecido de várias formas físicas diferentes. Assim, a relação um a um que existia entre um meio de comunicação e seu uso está se corroendo (POOL apud JENKINS, 2004, p. 37)

Percebendo que essa “convergência de modos” seria mais do que tecnológica, Pool também previu um longo período de transição onde os sistemas de mídia ora competiriam, ora colaborariam entre si, tentando encontrar uma estabilidade que não poderia ser alcançada. De acordo com o cientista político, a convergência não significa perfeita estabilidade, pois é uma força dinâmica que tenciona transformações.

Com o desenvolvimento tecnológico da comunicação de massa e as mudanças que se fizeram necessárias aos meios antigos em detrimento com os novos, provou-se que as novidades tecnológicas não vinham para dar fim às velhas mídias, mas mudá-las, fazendo-as continuar evoluindo e se adaptando, como afirmou Fidler (1998). A coexistência com os meios de comunicação mais modernos levou às antigas mídias uma transformação de status e função. O surgimento da televisão, por exemplo, não deu fim ao rádio, mas fez com que este deixasse de ocupar a posição central na sala de estar e se deslocasse a outros pontos da casa, deixando de

ser o entretenimento ao vivo dos programas de auditório para assumir outros papéis, como se tornar a vitrine do *rock and roll* nos anos 1970, conforme observação de Jenkins.

Assim, a convergência também provocou outras mudanças que vão muito além das inovações tecnológicas. Como afirma o professor da Universidade do Sul da Califórnia:

A convergência altera a relação entre tecnologias existentes, indústrias, mercados, gêneros e públicos. A convergência altera a lógica pela qual a indústria midiática opera e pela qual os consumidores processam a notícia e o entretenimento (JENKINS, 2004, p. 41).

Neste novo cenário, não é possível afirmar que produtores e consumidores ocupam papéis totalmente distintos, mas ambos interagem em torno do produto mediático e o consumidor assume um papel cada vez mais importante na produção do conteúdo. Anterior à convergência, os consumidores podiam ser considerados passivos, previsíveis e individuais, mas os consumidores desta atual cultura são ativos, migratórios e interativos socialmente. “Os novos consumidores são agora barulhentos e públicos” (JENKINS, 2004, p. 47). Este novo perfil do consumidor da fase da convergência obrigou os produtores de mídia a efetuarem mudanças na produção de conteúdos. As características destes consumidores observadas por Jenkins são a inteligência coletiva, economia afetiva e cultura participativa.

A inteligência coletiva é definida por comunidades de fãs ou pessoas que partilham um interesse comum, onde tais participantes reúnem seus diversos conhecimentos em favor do objeto de sua mútua afeição. Conforme o autor, um único indivíduo não é capaz de saber tudo a respeito de um tema, mas cada participante de uma comunidade sabe alguma coisa, juntando peças que constroem um conhecimento rico, diversificado e disponível para todos os integrantes do grupo. Nestas comunidades, “seus membros trabalham juntos para forjar novos conhecimentos, muitas vezes em domínios em que não há especialistas tradicionais; a busca e a avaliação de conhecimento são relações ao mesmo tempo solidárias e antagônicas” (JENKINS, 2004, p. 48).

Já a economia afetiva aglutina publicidade e conteúdo de entretenimento, fazendo a participação do consumidor se manifestar através de sua adesão à marca em forma de produtos que estampem sua afeição a um conteúdo midiático - como filmes, séries ou programas -, criando as chamadas “*lovemarks*”. Outra consequência da cultura da convergência é a narrativa transmídia, quando uma história não é contada apenas em um meio de distribuição, expandindo o universo ficcional ao cinema, à televisão, aos jogos e às histórias em quadrinhos para criar uma experiência de entretenimento mais completa. Dessa forma, os produtores levam o

consumidor a assumir um papel de coletor de peças da história em diferentes meios, incentivando seu maior envolvimento com a marca e provocando a criação de grupos de fãs que irão comparar suas observações na forma de uma inteligência coletiva.

Com todas as análises a respeito da cultura convergência, Jenkins entende que este período se refere a um processo de transformação e não a um ponto final. Além de ser um momento de intensas transformações na tecnologia, nos modos de consumo e produção, mercados e gêneros, a convergência é, antes disso, uma mudança no modo como encaramos nossas relações com as mídias (JENKINS, 2004, p. 51).

2.2 O RÁDIO NA CONVERGÊNCIA

A invenção do rádio é atribuída ao italiano Guglielmo Marconi, mas a radiodifusão advém de experiências com a tecnologia existente desde o século 19. Entre a década de 1830 até a década de 1920, o desenvolvimento dos meios de comunicação de massa se dá com base nos estudos sobre a existência de ondas eletromagnéticas e nos avanços obtidos a partir do telégrafo e telefonia com fios. Em um contexto de expansão do capitalismo na Europa e na América do Norte, a radiotelegrafia e radiotelefoneia em importantes tecnologias política e economicamente, e o seu desenvolvimento traduzia a necessidade de transmitir mensagens à distância sem o contato pessoal entre o emissor e receptor.

Marconi, segundo Ferraretto (2001, p. 82), foi um empreendedor, que detinha patente sobre diversos inventos que soube aprimorar, desenvolvendo novos e mais potentes equipamentos. Tais equipamentos foram empregados em suas tentativas de ampliação do alcance das transmissões, até que, em 1901, conseguiu enviar o primeiro sinal radiotelegráfico transoceânico. O padre brasileiro Roberto Landell de Moura também executava experimentos exitosos com transmissão e recepção de sons através de ondas eletromagnéticas.

O uso da radiotelefoneia como rádio começou a se delinear apenas na década de 1910, sendo sugerido à Marconi Company por David Sarnoff como meio de comunicação de massa. Entretanto, a proposta de Sarnoff só foi aplicada anos mais tarde pela Westinghouse Electric and Manufacturing Company, que deu origem à KDKA, reconhecida como a primeira emissora de rádio.

Desta forma, pode-se afirmar que, se Sarnoff inventou o conceito do meio de comunicação rádio, Conrad lançou as bases da emissora comercial. Caberia, nesta linha de raciocínio, a Guglielmo Marconi o pioneirismo em termos de indústria eletroeletrônica. (FERRARETTO, 2001, p. 90)

Implantado no Brasil em 1919, o rádio brasileiro pode ter sua história periodizada em quatro fases no desenvolvimento deste meio de comunicação, de acordo com o pesquisador Luiz Artur Ferraretto, sinalizados por cortes históricos que levaram a mudanças na estratégia empresarial dominante. Tais fases da periodização proposta são:

(1) fase de implantação, que corresponde à instalação das estações pioneiras, organizadas sob a forma de entidades associativas; e, na sua sequência, sob a hegemonia do rádio comercial, outros três períodos estruturados com base na estratégia empresarial dominante: (2) fase de difusão, (3) fase de segmentação e (4) fase de convergência (FERRARETTO, 2012, p. 4).

Tendo início através de entidades associativas, o rádio se instala no Brasil através das pioneiras Rádio Clube Pernambuco e Rádio Sociedade do Rio de Janeiro, na chamada fase de implantação. Nesta fase inicial, ocorrida nas primeiras décadas do século XX, as atividades radiofônicas eram praticadas como um *hobby* de membros da burguesia, que se organizavam em sociedades mantidas pelo pagamento de mensalidades, com o predomínio do associativismo idealista de elite. As transmissões pretendiam difundir conteúdo cultural e educativo, com músicas gravadas ou ao vivo e palestras de cunho científico, sem espaço para a cultura popular. Os primeiros anos do rádio no Brasil também são caracterizados pelo entusiasmo tecnológico com o novo meio e ausência de continuidade entre um conteúdo e outro na programação.

Os altos custos envolvidos na manutenção das emissoras de rádio nos primeiros anos reforçam o caráter elitista do meio na sua primeira fase, envolvendo a obtenção de licença para escuta, pagamento para se associar a uma entidade e a compra dos aparelhos receptores. A ausência de pagamento da mensalidade por parte da maioria dos sócios das entidades será fatal para que as emissoras se sustentem, como afirma Ferraretto (2009), o que também provocou a ruptura desta fase da história do rádio.

O período de implantação sofre um corte após a regulamentação da publicidade radiofônica, através do Decreto 21.111 de 1º de março de 1932, provocando uma transição do rádio como entidade associativa para o rádio como empresa voltada ao lucro. Além disso, o Decreto 20.047, de 27 de maio de 1931, prevê o papel do Estado na outorga das frequências de rádio a serem ocupadas. Assim, neste período ficam definidas, através destes decretos, “as bases do rádio brasileiro: um serviço público, já que sua existência depende do governo federal, mas com possibilidade de exploração comercial” (FERRARETTO, 2012, p. 11).

Richers define difusão como a ação de “espalhar os produtos pelo mercado afora, sem se preocupar com quaisquer diferenças que possam existir entre os compradores em poten-

cial” (RICHERS apud FERRARETTO, 2012, p. 4). Dessa forma, o principal objetivo das emissoras é atingir a maior parcela da população, com um conteúdo desenvolvido a partir de uma média de gosto do público, resultando predominantemente em espetáculos humorísticos, novelas e programas de auditório, com algum espaço, ainda, para coberturas esportivas, músicas gravadas e noticiários.

Esta fase também é caracterizada pela profissionalização das emissoras, mediante a contratação de uma equipe fixa com rotinas de trabalho, funções específicas e remuneração mensal para o funcionamento das rádios. Com isso, as estações atuam concorrendo pela preferência da audiência, como previsto pelo capitalismo competitivo ou liberal.

A introdução de novas tecnologias no mercado, como a televisão aberta, o receptor transistorizado e a frequência modulada, marca um novo corte na periodização da história do rádio. Com esta ruptura, a lógica operante passa a ser a segmentação. Richers (apud FERRARETTO, 2012, p. 4), explica que “a demanda não é uniforme, mas sim heterogênea, o que justifica uma concentração dos esforços de marketing em determinadas fatias específicas do mercado”.

A televisão foi implantada no país em 1950, e passou a captar verbas publicitárias na segunda metade da década de 1960, provocando uma alteração significativa no rádio brasileiro. Com a perda de seus programas de espetáculo para o novo meio, o rádio sofre com a redução da audiência e de faturamento. Com isso, começa a experimentar novos formatos e descobrir uma nova abordagem a determinadas parcelas do público, como afirma Honan (apud FERRARETTO, 2012, p. 14). Com esta mudança de propósito, as emissoras deixam de operar de acordo com a lógica do capitalismo competitivo, que dá lugar ao monopólio.

O rádio transistor também foi uma variável importante neste novo período do rádio brasileiro, sendo um dos fatores que provocou uma reestruturação na prática do meio. “Antigamente as pessoas iam até o receptor para escutar rádio, hoje ele está em todos os lugares, deixou de ser um móvel estático para acompanhar os ouvintes em seus cotidianos, no trânsito ou no exercício na academia” (BRITTOS, 2002, p. 44).

O novo momento vivido pelo rádio brasileiro é também concomitante ao Milagre Econômico Brasileiro², o aumento da população urbana em comparação à rural, ascensão do jovem ao status de categoria social, a revogação do Ato Institucional nº 5³ em 1978 e a promul-

² Milagre Econômico Brasileiro é a denominação dada à época de crescimento econômico elevado durante a Ditadura Militar no Brasil, entre 1969 e 1973.

³ O Ato Institucional nº 5 (AI-5) foi o quinto de dezessete decretos emitidos durante a Ditadura Militar. O AI-5, considerado o mais severo de todos os Atos Institucionais, foi emitido pelo presidente Artur da Costa e Silva em 13 de dezembro de 1968 e resultou na perda de mandatos de parlamentares contrários aos militares, intervenções ordenadas

gação da Constituição Cidadã em 1988, iniciando o processo de redemocratização do país, com eleições presidenciais diretas no ano seguinte, como afirma Ferraretto (2012, p. 14). Com essas mudanças em curso no Brasil, o rádio desenvolveu segmentos de público e centralizou a figura do comunicador nas irradiações. Surge, assim, entre outros, o rádio popular, o rádio musical jovem e o radiojornalismo, destinados a diferentes parcelas da população e com distintos interlocutores, sendo o comunicador popular, o disc-jóquei (DJ) e o âncora, respectivamente.

Outros fatores identificados neste período acentuam o processo de segmentação, como o início da conglomeração, caracterizada por “grupos [que] articulam-se, de modo, por vezes, oligopólico, no campo da propriedade cruzada dos meios, controlando, simultaneamente, jornais, emissoras de rádio e/ou estações de TV” (FERRARETTO, 2012, p. 15). Também a formação de redes via satélite e o início da operação das emissoras em frequência modulada, que mais tarde se torna hegemônica.

A partir do advento da internet, telefonia móvel e televisão por assinatura, há um terceiro corte que leva a estratégia empresarial dominante à convergência. Os novos modos de acesso à informação e de relacionamento influenciam o rádio brasileiro nesta nova fase, levando-o a uma expansão e uma redefinição em seu conceito.

Neste novo momento, provocado pela inserção de novas tecnologias, as emissoras “passam a buscar não apenas o segmento específico, mas se conscientizam da necessidade de estarem com sinal disponível a esta parcela da audiência independentemente do suporte técnico utilizado” (FERRARETTO, 2012, p. 17-18), mas sem abandonar a lógica da segmentação. O pesquisador traz como exemplo a iniciativa pioneira da CBN, no final dos anos 1990, no uso da internet para disponibilização de conteúdos produzidos exclusivamente para a rede mundial de computadores, indo além do *download* ou *streaming* da programação. “O meio começa, assim, a extrapolar a sua base de transmissão hertziana tradicional” (FERRARETTO, 2012, p. 18).

O rádio já não poderia ser definido apenas como a transmissão de mensagens por ondas médias, tropicais ou de frequência modulada, de modo que, com a vigência do período de confluência dos meios, há a necessidade de uma reformulação em sua definição. Ferraretto e Kischinhevsky (2010) mencionam que, com as mudanças impostas ao meio na convergência, passou a ser necessário entender o rádio para além da transmissão por ondas médias, tropicais ou curtas:

pelo presidente nos municípios e estados e também na suspensão de quaisquer garantias constitucionais que eventualmente resultaram na institucionalização da tortura, que foi usada como instrumento pelo Estado.

Com o crescimento da internet e a convergência tecnológica, alguns autores – como Mariano Cebrián Herreros (2001, p. 47) – defendem uma concepção mais plural, para além, inclusive, do hertziano. [...] O veículo amalgama-se à TV por assinatura, seja por cabo ou DTH (*direct to home*); ao satélite, em uma modalidade paga exclusivamente dedicada ao áudio ou em outra, gratuita, pela captação, via antena parabólica, de sinais sem codificação de emissores em AM ou FM; e à internet, na qual aparece no sinal de estações tradicionais, nas *web radios* ou, até mesmo, em alternativas sonoras como o *podcasting*. (FERRARETTO; KISCHINHEVSKY, 2010, p. 1010)

Ferraretto (2014) observa que as inovações tecnológicas desenvolvidas ao longo dos anos 1990 e 2000 trazem a necessidade de revisar o conceito de rádio, que já não podia mais ser definido apenas pela descrição tecnológica. Dessa forma, o rádio passou a ser conceituado pela sua linguagem específica e pelo meio como instituição social:

Meio de comunicação que transmite, na forma de sons, conteúdos jornalísticos, de serviço, de entretenimento, musicais, educativos e publicitários. Sua origem, no início do século 20, confunde-se com a de, pelo menos, outras duas formas de comunicação baseadas no uso de ondas eletromagnéticas, para transmissão da voz humana a distância, sem a utilização de uma conexão material: a radiotelefonia, sucessora da telefonia com fios, e a radiocomunicação, essencial para a troca de informações, de início, entre navios e destes com estações em terra ou, no caso de forças militares, no campo de batalha. [...] De início, suportes não hertzianos como *web rádios* ou o *podcasting* não foram aceitos como *radiofônicos* [...]. No entanto, na atualidade, a tendência é aceitar o rádio como uma linguagem comunicacional específica, que usa a voz (em especial, na forma da fala), a música, os efeitos sonoros e o silêncio, independentemente do suporte tecnológico ao qual está vinculada. (FERRARETTO e KISCHINHEVSKY, 2010, p. 1010)

Apesar das mudanças provocadas pelo desenvolvimento tecnológico, o meio radiofônico mantém as características que foram desenvolvidas até então. Tais como a possibilidade de o ouvinte receber informações enquanto realiza outras atividades, a qualidade de ser um companheiro virtual para os receptores das mensagens, mantendo a centralidade do comunicador neste processo, e a cultura da portabilidade que faz do rádio este companheiro - agora através dos telefones celulares, não pelo radinho de pilha.

Esta fase da história do rádio, em que o meio cria uma relação de congruência com as novidades tecnológicas, ocorre concomitantemente à hegemonia do sistema capitalista e flexibilidade dos empreendimentos regionais às tendências de globalização. O professor Valério Cruz Brittos (2002) analisa como a reestruturação capitalista provocou um aumento no número de agentes que disputam os consumidores, no que ele chama de fase da multiplicidade da oferta. De acordo com o pesquisador, a mudança no sistema econômico ocorre quando o capi-

talismo hegemônico dá lugar ao capitalismo contemporâneo, marcado pela globalização acelerada, formação de complexos empresariais e relações transnacionais.

Brittos ainda realça o papel da tecnologia nesta transição do sistema capitalista que passa a vigorar, destacando que:

Na execução dos novos projetos capitalistas, é primordial o papel exercido pela tecnologia, especialmente os satélites e redes terrestres de transmissão de dados, auxiliares no funcionamento (sincronizado) dos mercados, onde se situa a transmissão ágil de informações entre diversas unidades das empresas. Para providenciar esses usos empresariais é que a tecnologia foi projetada, após incorporando novos recursos, para sua massificação (BRITTOS, 2002, p. 34).

Ainda assim, o pesquisador observa que as transformações viabilizadas pelas inovações tecnológicas não tiveram fim, de modo que o ingresso de novos agentes econômicos pode provocar mudanças.

A mudança no sistema econômico e a gama de invocações tecnológicas provocaram um acréscimo na quantidade de produtos disponíveis que disputam os consumidores, causando também novas formas de operar o mercado radiofônico e captar o maior número de ouvintes. De acordo com Brittos,

Tendo em vista a reordenação do capitalismo e seu avanço tecnológico, alteram-se a regulamentação e novas operações radiofônicas surgem no mercado, perante iniciativas de antigos e novos players, o que resulta num acirramento da disputa entre os agentes, em suas estratégias de conquista do consumidor final e do anunciante (BRITTOS, 2002, p. 40).

Dessa forma, o pesquisador conceitua a fase da multiplicidade da oferta no rádio como uma teoria formulada, considerando o alargamento das atuais formas de transmissão da mensagem radiofônica, como o sistema hertziano estendido a mais canais, a internet, as modalidades de televisão por assinatura, os satélites de comunicação e a difusão pelo que o autor chama de modelos irregulares, como iniciativas intracorporativas. A partir dessa concepção, Brittos também observa que o conceito de rádio deixa de se limitar à transmissão de mensagens através de ondas hertzianas para:

[...] considerar-se emissora toda transmissão de um mesmo áudio para mais de um grupo remoto de consumidores, independentemente da tecnologia usada, e materializar-se a possibilidade – tendência que vai crescer com a massificação da digitalização dos sistemas terrestres – de aliar-se, com som, a difusão de textos e até mesmo de imagens em movimento, neste caso via internet (BRITTOS, 2002, p. 41-42).

Considerando essa ampliação do conceito de rádio para alguém do hertziano, analisa-se a seguir as ideias de participação e de interatividade, essenciais para a compreensão do meio na atual fase de convergência.

2.3 PARTICIPAÇÃO E INTERATIVIDADE

John B. Thompson (2002) busca compreender como o avanço tecnológico afetou os padrões de interação social. Para isso, entende que “o desenvolvimento dos meios de comunicação cria novas formas de ação e de interação e novos tipos de relacionamentos sociais - formas que são bastante diferentes das que tinham prevalecido durante a maior parte da história humana” (THOMPSON, 2002, p. 77). Com o aprimoramento das tecnologias de comunicação, as interações podem se dissociar do ambiente físico-temporal compartilhado, com uma gama de características que as diferenciam da interação face a face.

O pesquisador elenca três tipos de interação: face a face, mediada e quase-interação mediada, mas sem deixar de considerar que outras formas de interação podem ser criadas com o desenvolvimento de novas tecnologias de comunicação. A primeira só é possível em um contexto de copresença, com o compartilhamento do mesmo espaço físico e temporal e possibilitando uma multiplicidade de deixas simbólicas. Além das palavras comunicadas, gestos, expressões faciais e entonações da voz podem acompanhar a mensagem transmitida, acrescentando significados a ela e reduzindo a ambiguidade do que se pretende dizer. A interação face a face possui, ainda, um caráter dialógico, pois há um fluxo de ida e volta de informação.

Já as interações mediadas podem ocorrer em contextos espaciais ou temporais distintos, através da mediação de um suporte técnico que transmite a mensagem, como papel, fios elétricos ou ondas eletromagnéticas. Devido a isso, os participantes não podem assumir que serão compreendidos ao usarem expressões denotativas, assim como há uma possibilidade restrita de deixas simbólicas que podem permear a interação. De acordo com Thompson,

[...] as interações mediadas fornecem aos participantes poucos dispositivos simbólicos para a redução da ambiguidade na comunicação. Por isso, as interações mediadas têm um caráter mais aberto do que as interações face a face (THOMPSON, 2002, p. 79).

E, assim como a interação face a face, a interação mediada também é considerada dialógica por haver intercâmbio de informação. O terceiro tipo de interação descrito por Johnson,

a quase-interação mediada, refere-se às relações sociais estabelecidas pelos meios de comunicação de massa, como periódicos, livros, rádio, televisão etc. Assim como no caso anterior, essa interação depende de um suporte tecnológico que transmite a mensagem, pode ocorrer em ambientes espaciais e temporais distintos e tem uma limitação das possibilidades de deixas simbólicas. O que diferencia este tipo de interação das demais é a orientação da mensagem para um número indefinido de receptores potenciais e seu caráter monológico, com o fluxo da comunicação ocorrendo em mão única.

Ela não tem grau de reciprocidade interpessoal de outras formas de interação. [...] alguns indivíduos se ocupam principalmente na produção de formas simbólicas para outros que não estão fisicamente presentes, enquanto estes se ocupam em receber formas simbólicas produzidas por outros a quem eles não podem responder, mas com quem podem criar laços de amizade, afeto e lealdade (THOMPSON, 2002, p. 80).

Com isso, Thompson explica a organização social da quase-interação mediada, descrevendo-a a partir de uma estrutura interativa formada por uma região frontal, regiões de fundo, principais regiões de recepção e regiões periféricas. A região frontal compreende a estrutura de ação, que Thompson caracteriza como aquela onde não há acentuação de expressões pessoais que poderiam ser inapropriadas à interação, sendo essas ações ou expressões suprimidas para as regiões de fundo. “Nestas, eles relaxam e baixam a guarda, isto é, não mais precisam monitorar as próprias ações com o mesmo grau de reflexividade geralmente exigido nas ações de frente” (THOMPSON, 2002, p. 82).

Os campos de interação têm maior complexidade na quase-interação mediada, segundo o autor, pois são dilatados no espaço e, talvez, no tempo, de modo que os participantes podem estar situados em contextos diferentes. A estrutura interativa divide-se em produção, abrigando as regiões frontais e de fundo do emissor, e a recepção, que engloba a região frontal do espectador ou ouvinte como principal região de recepção e a região de fundo como região periférica, onde se encontra o ambiente em que o receptor está e suas individualidades inerentes ao entendimento da mensagem que está sendo transmitida.

Em seu estudo, o autor exemplifica a quase-interação mediada através da comunicação televisiva, com exemplos que podem ser aplicados à radiocomunicação. Tal como na quase-interação televisiva, a comunicação bem-sucedida depende da capacidade dos espectadores de receberem corretamente a mensagem apesar das diferentes estruturas espaço-temporais do sistema. Por sua característica possibilitar que o ouvinte acompanhe a programação enquanto

realiza outras atividades, o rádio compete pela atenção do receptor com o ambiente em que este se encontra – seja trânsito, trabalho ou sua residência.

Thompson também observa que, tal como ocorre na radiocomunicação, as mensagens televisivas são “[...] transmitidas para um número indefinido de receptores, que têm relativamente poucas oportunidades de contribuir diretamente para o curso e o conteúdo da quase-interação” (THOMPSON, 2002, p. 89), havendo opções como cartas ou telefonemas pelos quais os receptores podem manifestar seu apoio ou repúdio à mensagem veiculada, mas que são pouco utilizadas. Tal assimetria estrutural entre produtores e receptores ocorre pelo caráter monológico do receptor e pela separação de contexto espaço-temporal impostas. Dessa forma, os produtores não podem contar com a monitorização reflexiva de suas mensagens, privando-os de um *feedback* contínuo.

Sobre a recepção das mensagens, o pesquisador afirma que os destinatários têm pouco poder de intervir na quase-interação e determinar o curso de seu conteúdo devido a esse caráter monológico e diferença de contexto espaço-temporal desta interação. Entretanto, os produtores necessitam dos receptores para continuarem existindo como tais, estabelecendo uma relação de mútua dependência.

3 A RÁDIO GAÚCHA E A CONVERGÊNCIA

Este capítulo apresenta a história recente da estação de rádio da Rede Brasil Sul de Comunicação, como ela se estabeleceu como a mais ouvida no segmento de radiojornalismo no Rio Grande do Sul e como se adaptou ao período de convergência do rádio para manter-se como primeira nas pesquisas de audiência e captar novos públicos.

3.1 A GAÚCHA

Segundo o Centro de Pesquisa e Documentação de História Contemporânea do Brasil da Fundação Getúlio Vargas, a principal emissora de rádio do Grupo RBS teve início em 08 de fevereiro de 1927, com o nome de Rádio Sociedade Gaúcha. O fundador foi o empresário Carlos Ribeiro Freitas, que reuniu em sua casa um grupo composto por outras oito pessoas interessadas em implantar uma estação e escolas radiofônicas. Com os estatutos aprovados em assembleia apenas em 27 de agosto daquele ano, a emissora de rádio começou a operar em fase experimental no mês seguinte.

A inauguração oficial da Rádio Sociedade Gaúcha ocorreu em 19 de novembro de 1927, sob o prefixo PRA-Q. O primeiro endereço de transmissões da rádio foi o Grande Hotel, localizado na esquina da Rua dos Andradas com a Caldas Júnior, como são conhecidas atualmente. O estúdio ainda se mudaria quatro vezes antes de ser sediado no prédio do jornal Zero Hora. De acordo com Léia Alves:

A emissora inicialmente contava com uma escassa potência de 50 watts, uma sala-estúdio que ficava ao lado da mesa de locução, e uma vitrola manual, de manivela. E dependia da contribuição mensal dos ouvintes para suprir as suas despesas (ALVES, 1997, p. 72).

A primeira transmissão externa da Rádio Sociedade Gaúcha ocorreu apenas quatro anos após sua instalação, em 1931, narrando a partida do Grêmio Footbal Porto-Alegrense contra a Seleção do Paraná, no Estádio da Baixada, atual Parque Moinhos de Vento. Em fevereiro de 1932, a transmissão externa já ocorreu fora da capital gaúcha, irradiando diretamente da Festa da Uva, em Caxias do Sul.

Arnaldo Ballvê assume a direção-geral da Rádio Gaúcha em 1943. Mais tarde, em 1944, Ballvê dá início às Emissoras Reunidas, que se torna o principal grupo do interior gaúcho e também teve participação importante no início da formação do Grupo Rede Brasil Sul de Comunicações em 1957, como afirma Ferraretto (2006).

Em 1951, a Rádio Sociedade Gaúcha passa para o controle da Comercial, Industrial, Representações, Exportações e Importações S.A. (Cirei). A Revista do Globo noticiou tal transação como “a maior transação comercial em matéria de rádio que se tem conhecimento no sul do país”, como relata Luiz Artur Ferraretto (2007). Assim, um dos diretores da Cirei, Sylvio Mottola, amigo de Getúlio Vargas e próximo a João Goulart, assume o comando da emissora. De acordo com Mottola (apud FERRARETTO, 2007, p. 35), a compra da rádio foi incentivada pelo interesse político em ter uma emissora no sul do país para difundir as ideias do governo Vargas e dar sustentação à gestão do presidente.

A proximidade com o governo também significava aproximação com a Rádio Nacional do Rio de Janeiro, de modo que, como consequência, artistas da principal emissora brasileira da época passaram a frequentar a programação da Gaúcha. Além disso, a rádio também pôde ampliar sua potência de transmissão para 10kW, irradiando suas transmissões para uma abrangência maior de população. Com esta parceria, a Rádio Sociedade Gaúcha contava, em 1954, com um elenco de 36 profissionais de radioteatro e uma orquestra com 18 músicos.

Com o suicídio do presidente Getúlio Vargas e a oposição dos getulistas ao novo governo, a situação muda. “Como consequência, com a reversão dos interesses políticos e econômicos envolvidos na origem do negócio, os sócios vão vender a Gaúcha, em meados de 1957, para o grupo integrado por Arnaldo Ballvé, Frederico Arnaldo Ballvé, Maurício Sirotsky Sobrinho e Nestor Rizzo” (FERRARETTO, 2007, p. 38). Assim, em 03 de julho de 1957, Sirotsky e Arnaldo Ballvé assumem a direção da Rádio Sociedade Gaúcha, que dará início ao Grupo RBS.

Maurício Sobrinho chega à direção da Gaúcha oriundo da concorrente Rádio Farroupilha, onde era apresentador do *Programa Maurício Sobrinho* e havia sido reconhecido, em 1956, pela Revista TV, como melhor animador do Rio Grande do Sul. Já Arnaldo Ballvé, pela sua experiência com as Emissoras Reunidas, “não é um profissional avesso à administração do rádio como empresa” (FERRARETTO, 2007, p. 62), oposto ao caráter intuitivo de seu sócio, apontado por Flávio Alcaraz Gomes e Frederico Arnaldo Ballvé. Dessa união surgem na Gaúcha novas atrações na programação, como o *Campeonato em três tempos*, *Grandes espetáculos dominicais* e o *Calouros Anil Ideal*.

Entretanto, de acordo com pesquisa do Instituto Brasileiro de Opinião Pública e Estatística, citada por Ferraretto (2007), realizada entre dezembro de 1957 e fevereiro de 1958, os resultados da emissora sob nova administração estão abaixo do esperado, apontando a Gaúcha em terceiro lugar em Porto Alegre. Assim, ao longo de 1958, Maurício Sobrinho começou a contratar profissionais de outras emissoras para compor a equipe da Rádio Gaúcha, contratando-

do o elenco da Farroupilha, da Difusora, da Guaíba e da Itaí. Com novos transmissores, novas atrações e novo elenco - como anunciado na *Revista do Globo* -, o elenco da Gaúcha é premiado no concurso Melhores do Rádio de 1958, realizado pela *Revista TV*. A partir de 1960, a emissora de Maurício Sobrinho passa a ocupar o primeiro lugar nas pesquisas de audiência, ultrapassando a principal rival, a Farroupilha (FERRARETTO, 2007, p. 65-66).

O *Programa Maurício Sobrinho* é relançado na Gaúcha em 1960, transmitido do Cinema Castelo, que se torna o carro-chefe da programação artística, como lembra Holmes Aquino:

O programa tinha como atração atores do radioteatro, orquestras, conjuntos regionais e sempre vinha um artista do eixo Rio-São Paulo se apresentar no programa. Nós não só deslocávamos um estúdio de rádio para o Cinema Castelo como também montávamos o sistema de transmissão para a Rádio Gaúcha (ALVES, 1997, p. 73).

Um marco importante para a história do Grupo RBS, com reflexos importantes para a Rádio Gaúcha, ocorre após a implantação do regime militar no Brasil, quando o grupo se associou às organizações de Roberto Marinho. Outro fato a ser destacado no período é o início da formação das rádios em frequência modulada do grupo RBS, marcado pela inauguração da Rádio Gaúcha-Zero Hora FM em 1976. A emissora iniciou as operações na frequência 102,3 MHz. Dez anos mais tarde, a Rádio Gaúcha também iniciou as instalações de transmissão de alta tecnologia, bem como passou a propagar seu sinal através da maior antena de rádio do Brasil, com 230 metros de altura.

Até o início dos anos 1970, a emissora não havia adotado a segmentação como estratégia comercial, optando pela média de gosto do público para estabelecer sua grade. A programação tentava mesclar espetáculo, novelas, música gravada, jornalismo e programas de entretenimento popular, uma receita que, de acordo com os dados do Instituto Brasileiro de Opinião e Estatística, não estava cativando o público e levou a emissora a perder a liderança conquistada na década anterior.

Dedicando-se a uma programação eclética e inconstante, a rádio, ao longo de 1971, ano em que a Rede Brasil Sul enfrenta dificuldades de ordem econômico-financeira, oscila entre a quarta e a sexta posição nas pesquisas do Ibope” (FERRARETTO, 2007, p. 229).

A estratégia de segmentação começa a ser desenvolvida na Gaúcha após a participação de Nelson Pacheco Sirotsky em um encontro promovido pela Radio Advertising Bureau, em Las Vegas. Na conferência, o futuro presidente da RBS assiste um painel sobre segmentação

de rádio como tendência mercadológica do momento, destacando a importância do rádio ser focado e trabalhar com nichos de público. Como lembra Alves (1997):

Foi nos anos 80 que a Gaúcha, por iniciativa de Nelson Sirotsky, hoje presidente do Grupo RBS, passou a desenvolver um projeto para tornar-se uma rádio informativa. O maior desafio era dar uma personalidade consistente à rádio, na época a quarta colocada em audiência geral AM/Porto Alegre, atingindo níveis de 4% a 6% de audiência (ALVES, 1997, p. 70)

Neste período, o programa *Sala de Redação*, apresentado por Cândido Norberto Santos, é o destaque da programação da emissora, atraindo a maior parcela da audiência. Em agosto de 1971, a média de audiência da emissora alcançava os 7,28%, enquanto das 13h às 13h30 o Sala de Redação atraía 24,39% dos ouvintes. Ao buscar alternativas para implementar a segmentação na emissora, Nelson Sirotsky idealizava que a rádio devia como o *Sala de Redação* 24 horas por dia. Dessa forma, o programa se torna a referência para segmentação da rádio:

De fato, a estreia do programa [...] transforma-se, com o passar do tempo, no marco inicial da segmentação da Gaúcha, ponto de partida para que, na década de 80, a RBS passe a liderar, no Rio Grande do Sul, também, o mercado de radiodifusão sonora (FERRARETTO, 2007, p. 210).

Maurício Sirotsky Sobrinho, acostumado com os programas populares e a estratégia de difusão, foi contrário à nova proposta apresentada por Nelson Pacheco Sirtosky, de modo que, inicialmente, a emissora optou por se dedicar à cobertura esportiva. A rádio acompanhou a Seleção Brasileira de Futebol nas jornadas pela África e Europa durante a Copa do Mundo de 1974, e contratou profissionais que deram um aspecto próprio à equipe de esportes da Gaúcha. Assim, a emissora de rádio da RBS começa a se consolidar na transmissão de jogos de futebol, com um perfil menos formal que a concorrente Rádio Guaíba.

Com programas matutinos como o *Comando total*, *Hoje nos esportes*, *Tudo sob controle* e *Gaúcha desperta a cidade*, a emissora mantinha uma característica heterogênea que buscava atrair diferentes públicos, em contradição à proposta de transformar a emissora em uma rádio dedicada ao jornalismo 24 horas por dia. Mas, até o final dos anos 1970, a estação vai perdendo os espaços musicais e de entretenimento para dar cada vez mais espaço ao jornalismo, que havia comprovado seu potencial como segmento de mercado. Assim, ao alcançar cinquenta anos de transmissão sonora, a RBS procurou “dar mais sobriedade e qualificar a programação da Gaúcha para, logo depois, em 1978, apostar no aumento da potência dos

transmissores para 100Kw” (FERRARETTO, 2007, p. 235), bem como aproveita a crise financeira da Empresa Jornalística Caldas Júnior para começar a captar profissionais deste e de outros veículos de comunicação, investindo assim em seus recursos humanos de modo que barrasse o crescimento das emissoras concorrentes.

Deste período, Armino Antônio Ranzolin, diretor geral da rádio e apresentador na época, lembra que:

Tínhamos o desafio de preencher as 24 horas do dia, dos sete dias da semana, com uma programação falada. Era preciso encontrar pessoas preparadas para trabalhar sem textos, capazes de dizer coisas para deixar o ouvinte bem informado. O nosso sucesso dependia da capacidade de improviso dos âncoras (RANZOLIN, 1997, p. 70).

O Grupo RBS já havia, no final da década de 1970, dominado a televisão e o jornal, para então concentrar esforços nas suas emissoras de rádio, “em um processo que vai levar o grupo a exercer um papel preponderante e contínuo dentro da indústria de radiodifusão sonora, explorando ao máximo as possibilidades da segmentação” (FERRARETTO, 2007, p. 216). Dessa forma, a Rádio Gaúcha chega ao início dos anos 1980 com uma equipe formada por 40 profissionais, uma programação rigorosamente pautada, restando para a madrugada a veiculação de músicas. “De 1981 a 1983, com a aquisição de novas emissoras e o reposicionamento daquelas já pertencentes à Rede Brasil Sul, a segmentação consolida-se como a opção mercadológica dos empreendimentos do grupo em rádio” (FERRARETTO, 2007, p. 237). Assim, a emissora assume o slogan *A fonte da informação*, para marcar a maturidade alcançada ao encontrar no jornalismo o seu nicho, de modo que este slogan “passou a ser o objetivo de imagem para a Rádio Gaúcha, que para chegar ao formato que tem hoje teve de incorporar uma série de avanços tecnológicos” (ALVES, 1997, p. 71). Já o segmento popular havia sido abarcado pela Farroupilha, enquanto o musical jovem e adulto era abrangido pela Atlântida, Cidade e Itapema.

Dentre os formatos frequentemente utilizados em radiojornalismo, destacam-se o *all-news*, focado exclusivamente em notícias, com uma sequência contínua de transmissão de notícias; o *all-talk* ou *talk radio*, com predomínio da conversa entre os locutores e incentivo à participação do ouvinte; e formatos derivados destes, como o *talk and news* e o *news plus*. Assim, ao adotar o segmento jornalístico, a Gaúcha utilizou a síntese dos formatos *all news* e *all talk* em sua programação. Klöckner explica:

O formato da Rádio Gaúcha é o *talk and news*, isto é, as notícias são transmitidas de forma direta e dinâmica (*news*), contribuindo para que o ouvinte capte imediatamente a informação. A seguir, são comentadas e discutidas (*talk*) nos espaços específicos (comentários e programas). Assim, os noticiosos da rádio têm como característica a agilidade e a rapidez na transmissão das informações, com destaque para a qualidade dos textos. Mais do que um veículo meramente informativo, a Rádio Gaúcha desenvolve um jornalismo analítico, que proporciona debates, aberturas e aprofundamento de questões locais, regionais, nacionais e internacionais (KLÖCKNER, 1997, p. 24).

A respeito do formato utilizado pela emissora radiofônica da RBS, Ferraretto acrescenta que: “Ao optarem pelo jornalismo em tempo integral, rádios como a Gaúcha, do grupo RBS, de Porto Alegre, já o fazem assumindo-se dentro de um híbrido com entrevistas, noticiário puro e reportagens” (FERRARETTO, 2014, p. XX).

Já a formação da Rede Gaúcha SAT tem início em 1994, com as transmissões via satélite, incentivadas pela Copa do Mundo dos Estados Unidos. O engenheiro e gerente técnico da emissora na época relata que

[...] a transmissão via satélite começou de uma experiência informal, em que as rádios de diversos estados brasileiros recebiam livremente a programação. Um exemplo disso foi durante a Copa de 94 quando 358 emissoras de todo o país retransmitiram os jogos do Brasil narrados pela Rádio Gaúcha (KUSSLER apud ALVES, 1997, p. 71).

De acordo com o engenheiro, a transmissão via satélite ocorre através ondas que são enviadas por uma parabólica dos estúdios de Porto Alegre até o satélite, que fica a 35 mil quilômetros de altura, e de lá são mandadas para as parabólicas das rádios afiliadas. A Rede Gaúcha Sat iniciou com 13 emissoras afiliadas, e no começo de 1997, já tinha 57, de acordo com Alves (1997, p. 71). Atualmente, de acordo com o site *GaúchaZH*, conta com 141 emissoras, sendo 92 no Rio Grande do Sul, 25 em Santa Catarina, 15 no Paraná, cinco em Mato Grosso, uma em Alagoas, uma no Amazonas, uma no Mato Grosso do Sul e uma em Rondônia. Além das filiadas distribuídas em seis estados brasileiros, a Rádio Gaúcha possui emissoras próprias em Santa Maria, Caxias do Sul e Pelotas, também transmitindo sua programação através da internet, pelo site *GaúchaZH* ou pelo aplicativo para smartphone.

3.2 GAÚCHA NA CONVERGÊNCIA

No período da convergência dos meios, os veículos deixam de ser limitados por seu suporte técnico e se expandem por outros meios, principalmente a internet, usando este canal

para distribuição de seu produto. Com isso, o rádio deixou de ser apenas a transmissão de mensagens radiofônicas através de ondas hertzianas para se difundir por diversos meios. O atual gerente-executivo de jornalismo da Rádio Gaúcha, Cyro Silveira Martins Filho, lança reflexões ao cenário que levou a emissora a ser “muito mais que uma rádio” e os resultados alcançados nos 90 anos de história da estação radiofônica do Grupo RBS. Em um contexto característico do período da convergência tecnológica dos meios, Martins observa que:

O mundo da comunicação, impactado pelo avanço tecnológico, está modificando a forma da relação com o público. O consumo da informação e do entretenimento está atrelado à qualidade do serviço prestado e do nível de relação e envolvimento com quem o disponibiliza (MARTINS, 2017).

Neste novo cenário, as tecnologias competem pelo consumidor e surgem como aliados ou rivais para o mercado de radiodifusão. Destaca-se o crescimento do consumo de áudio móvel, a oferta de rádios online, a necessidade de distribuir o conteúdo em todas as plataformas, para que o usuário tenha a conveniência de acessá-lo onde puder, internet cada vez mais móvel e a competição contra os novos agentes e formatos que ingressam no mercado com frequência. Assim, as emissoras de rádio buscam se associar às mudanças e usá-las para seus próprios negócios: 100% das emissoras possuem site, 92% têm aplicativo para smartphone, 91% podem ser ouvidas via *streaming*, 89% estão presentes em redes sociais e 16% utiliza *webcam* no estúdio, segundo a Associação Brasileira de Emissoras de Rádio e Televisão (apud. MARTINS, 2017, p. 3).

Neste contexto de alta competição e de novas tecnologias, a Rádio Gaúcha buscou ter protagonismo, antecipando uma tendência irreversível e aproveitando as oportunidades do novo cenário. Assim,

A decisão foi transformar, por meio do mundo digital, a Rádio Gaúcha em Gaúcha, ‘uma solução moderna de comunicação multiplataforma’, capaz de atender usuários e anunciantes a partir da geração de conteúdos para diversas plataformas – tradicionais ou de vanguarda (MARTINS, 2017, p. 6).

De acordo com o gerente de jornalismo da emissora, reconhecendo a importância do meio digital, a Gaúcha passa a produzir conteúdo mais relevante e segmentado para as múltiplas plataformas digitais que surgem. Dessa forma, enquanto no Brasil e no mundo as rádios líderes nas grandes capitais focam em música e entretenimento, a estação da RBS se torna líder absoluta no segmento jornalístico no país, conforme afirma Cyro Martins Filho. Martins ainda assinala que:

A decisão foi transformar, por meio do mundo digital, a Rádio Gaúcha em Gaúcha, ‘uma solução moderna de comunicação multiplataforma’, capaz de atender usuários e anunciantes a partir da geração de conteúdo para as diversas plataformas - tradicionais ou de vanguarda (MARTINS, 2017).

Assim, a emissora deixa de reconhecer-se como “Rádio Gaúcha”, pois a sua atuação não se encontra apenas na plataforma radiofônica, para desbravar os novos players inseridos pelas novidades tecnológicas e tornar-se multiplataforma.

Para viabilizar seu projeto de se tornar cada vez menos um veículo tradicional e mais uma solução moderna de comunicação multiplataforma e transmídia, a Gaúcha adota a “estratégia PPP: Pessoas, Plataformas e Processos”. Através da sensibilização da visão e capacitação dos funcionários às novas tecnologias, a rádio investia nas *pessoas*, através de workshops que realçassem a importância de estar em todos os locais para fortalecimento da marca. De acordo com Martins, os colaboradores “abraçaram a ideia de que produzir para diferentes plataformas não é trabalhar mais, mas trabalhar diferente” (MARTINS, 2017, p. 7).

A seguir, investir em plataformas envolvia pesquisa e desenvolvimento nas plataformas tecnológicas e nas novas ferramentas digitais de trabalho para os funcionários, de modo que “a Gaúcha passou a oferecer tanto soluções de comunicação quanto geração de conteúdo multiplataforma, com alto valor agregado” (MARTINS, 2017, p. 7). Na última etapa, os processos alteraram a lógica tradicional em que a geração de conteúdo começava na redação ao vivo, passava para a redação *online* e, após, ia para o *site*. Neste cenário, há integração entre redação online e *on air*, agilizando o fluxo de informações para que o usuário de qualquer plataforma recebesse a informação rapidamente.

Não importava mais a plataforma, o importante era ser imprescindível e acessível, como afirmou Cyro Martins. Com isso, estabeleceu-se um posicionamento a partir dos atributos de valor da rádio, que mesclava a afetividade com a emissora e suas qualidades: “A Gaúcha está do meu lado e do lado dos fatos mais relevantes que estão acontecendo” (MARTINS, 2017, p. 8).

Martins destaca que as características da Rádio Gaúcha advêm da união entre a sua utilidade, personalidade, diferenciais competitivos, multiplataformas de conteúdos e redação multimídia. Por sua credibilidade e agilidade na entrega da informação, além do forte conhecimento local, o ouvinte fica dependente da Gaúcha para estar bem informado, destacando sua utilidade. Já a entrega do conteúdo de forma humana e próxima ao ouvinte traçam a sua personalidade vinculada à sociabilidade, pessoalidade e emoção. Através da agilidade e instantaneidade disponibilizadas pelas múltiplas plataformas, a Gaúcha obtém um diferencial competitivo baseado na interatividade, que resulta em uma relação mais próxima com as pessoas. E,

por fim, com o espaço de operação da rádio ampliado, os anunciantes passaram a encontrar na Gaúcha uma especialista em conteúdo em diferentes plataformas.

Para continuar como protagonista no novo cenário da convergência midiática e alcançar resultados, a Gaúcha também se preocupou em conquistar novos públicos através das novas plataformas às quais alcançava, principalmente o público jovem, mais familiarizado com as mídias sociais e a interação proporcionada por elas. Isso sem descaracterizar a rádio, buscando o equilíbrio adequado entre o *hard news* e o jornalismo esportivo. Com isso, a Gaúcha conseguiu inovar e ganhar relevância no meio digital, agregar valor às suas marcas, aumentar a margem de seus negócios tradicionais através do meio digital e oferecer soluções multiplataformas. Estando em diferentes plataformas, ainda, a intenção da emissora era ser a primeira opção do consumidor para se informar na plataforma que for mais conveniente para ele.

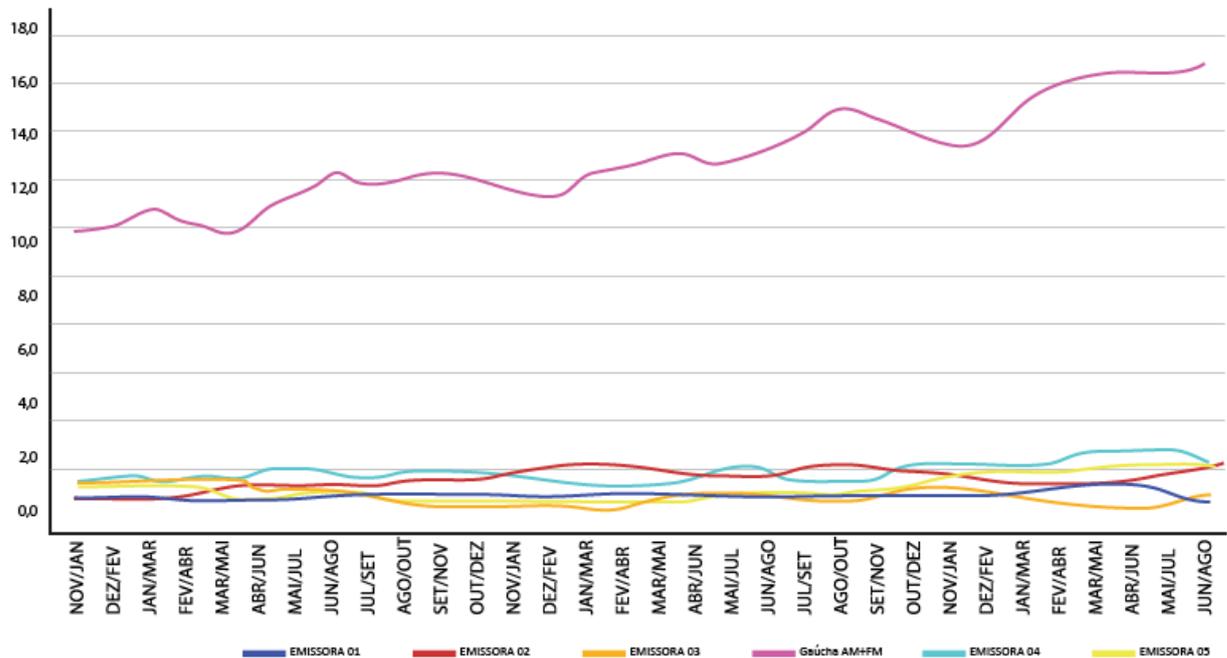
Cyro Martins ainda acrescenta à filosofia adotada pela emissora de que a construção de experiências possibilita o estreitamento de laços com os ouvintes e clientes. Dessa forma, “a percepção de que o relacionamento com o público é essencial levou a rádio para fora do estúdio” (MARTINS, 2017, p. 12), causando a geração de produtos como confrarias, coberturas e programas ao vivo direto de feiras e eventos pelo estado, incluindo a criação do Gaúcha Sports Bar, um bar temático para concentrar “a Gaúcha, os esportes e os amigos”.

A nova estratégia da Gaúcha com uma comunicação ampliada e focada, uso de tecnologia e capacitação de seus profissionais uniu de maneira integrada suas diversas áreas. Em todos os processos, desde o planejamento de ações de marketing digital, até um bar temático, a Gaúcha visou chegar mais perto de seus públicos. Para isso, buscou soluções mais criativas e eficazes. E os resultados vieram (MARTINS, 2017, p. 16)

Os resultados alcançados a partir deste engajamento multiplataforma e proximidade com o público são perceptíveis, primeiramente, em números quantitativos, sendo a Gaúcha líder absoluta no meio rádio. A emissora rompeu a lógica na qual rádios musicais eram campeãs de audiência em suas regiões, sendo a única no Brasil a liderar no segmento jornalístico. Como destacou Léia Alves, a Gaúcha “foi a pioneira no Brasil a fazer da informação a matéria-prima básica de sua programação” (ALVES, 1997, p. 70).

De acordo com dados do Ibope do segundo semestre de 2015 mais de todo o ano de 2016, citados por Cyro Martins Filho, a Gaúcha alcança uma audiência nove vezes superior à segunda colocada na Região Metropolitana de Porto Alegre. Somente da Grande Porto Alegre, a Gaúcha tem 1,046 milhão de ouvintes diferentes, uma média de 59.388 por minuto. Os picos de audiência, segundo o Kantar Ibope, ocorrem às 7h, com 110.527 ouvintes por minuto no segmento jornalismo e 135.728 ouvintes por minuto às 17h no segmento de esportes.

Imagem 1: Audiência da Rádio Gaúcha no segundo semestre de 2015 e todo o ano de 2016



Fonte: MARTINS, 2017

A Gaúcha também se mostrou rentável mesmo em um mercado recessivo, tendo R\$ 59 milhões de faturamento anual em 2015. “Esses resultados foram consequência de todas as ações realizadas e das inovações mercadológicas, aliadas à qualidade do produto e à liderança no meio rádio” (MARTINS, 2017, p. 17). Além disso, a emissora também é o veículo de rádio mais premiado do Brasil, tendo, apenas em 2016, conquistado nove prêmios, além de ter em sua equipe o jornalista mais premiado do Brasil, Cid Martins.

Em sua abrangência digital, a Rádio Gaúcha pontua resultados positivos no engajamento dos consumidores online. De acordo com os dados das próprias redes sociais, a Gaúcha alcança mais de 5,3 milhões de curtidas por mês, mais de 428 mil seguidores no Twitter, 84 mil no Instagram e milhares de usuários do aplicativo.

Toda essa relação proporciona um impacto de mais de 1,5 milhão de pessoas no alcance máximo por mês (993 mil on air, 520 mil online) com a programação da rádio. O engajamento atinge mais de 4,2 milhões de pessoas por mês entre redes sociais, sites e aplicativos (MARTINS, p. 18).

Assim, de acordo com o gerente de jornalismo da emissora, a Gaúcha busca cumprir o objetivo de fazer parte da vida das pessoas, sendo a principal fonte de informação, disponível em qualquer plataforma que for acessada. “O objetivo de fazer a diferença na vida de seus ouvintes/usuários, tornando-se mais próxima, oferecendo conteúdos mais relevantes, pertinentes e atuais foi atingido” (MARTINS, 2017, p. 16). O gerente destaca que, pelos resultados obti-

dos em audiência, engajamento online, prêmios e rentabilidade, além do reconhecimento do público, a Gaúcha está atingindo este desafio.

3.3 O GAÚCHA HOJE

O *Gaúcha Hoje* passa a fazer parte da programação da Rádio Gaúcha em meados dos anos 1980, tendo como primeiro apresentador o radialista Cláudio Monteiro. Inicialmente, é um programa que tende para o segmento popular, com criação de personagens humorísticos, interação com os ouvintes e músicas voltadas às classes B e C, como relata Ferraretto (2007). “De 1978 a 1986, o radialista Cláudio Monteiro interage com os ouvintes, propondo-se a entreter, além de informar” (FERRARETTO, 2007, p. 466).

Com o ingresso de Flávio Alcaraz Gomes na direção da Gaúcha, em 1983, o programa matutino precisa ganhar contornos mais jornalísticos para se adequar ao projeto de segmentação de Nelson Pacheco Sirotsky. Assim, inclui-se a participação de comentaristas como Cândido Norberto, que amplia os fatos do dia; Antônio Augusto, com informações do esporte; Paulo Sant’Anna, que inclui um pouco do cotidiano e esportes; além de José Paulo Bisol, que já integrava a equipe do programa com o quadro *Começando bem*. Com as mudanças, Cláudio Monteiro acaba sendo transferido para a Rádio Farroupilha em 1986.

Rogério Mendelski é quem assume o comando do programa em 1987, caracterizando o *Gaúcha Hoje* como um programa de opinião na época. Ferraretto (2001) define este tipo de programa da seguinte forma:

O lado opinativo do apresentador predomina, tornando-se a atração principal, secundada por comentaristas e mesmo por repórteres. Constitui-se por si só em uma visão quase pessoal da realidade, cujo sucesso está vinculado às polêmicas geradas pelo condutor do programa (FERRARETTO, 2001, P. 56)

Assim, Mendelski centraliza o horário dedicado ao programa com seu posicionamento marcante, em comparação ao tom do programa anteriormente. Na virada do século, em meio ao acirramento dos ânimos políticos devido à troca de governo do estado, “as opiniões de Mendelski, não raro, geram reações diversas junto ao público, ao ponto de ser chamado de ‘a voz polêmica do rádio’” (FERRARETTO, 2007, p. 467).

Devido às suas manifestações defendendo a economia de mercado, a livre iniciativa e a propriedade privada, alguns movimentos grevistas tornam-se alvo das fortes críticas do apresentador – como as ocupações de áreas rurais por sem-terra, eventos antiglobalização, e até medidas liberalizantes na segurança pública. Então, no final de 2002, Rogério Mendelski é

dispensado da RBS “[...] sob alegação de que os novos tempos exigiam formatos mais leves” (LISBOA; SOSTER apud FERRARETTO, 2007, p. 468).

Com a saída de Mendelski, o *Gaúcha Hoje* passa a ser apresentado por Antônio Carlos Macedo, que integrava a área esportiva e apresentava as duas edições do *Chamada Geral*. Para assumir o programa matutino, o jornalista deixou o esporte e a edição vespertina do programa noticioso. Sobre as mudanças adotadas pelo programa, Ferraretto destaca:

Dentro da nova orientação implementada pela Rede Brasil Sul, o programa privilegia a informação em detrimento da opinião, restrita a alguns comentários do âncora e aos espaços ocupados por jornalistas como Alexandre Garcia, Cândido Norberto Santos e Paulo Sant’Anna. Há, ainda, a meteorologia com Cléo Kuhn, do serviço próprio da RBS, e com radialistas de emissoras do interior, além de intensa participação de repórteres da *Gaúcha* (FERRARETTO, 2007, p. 468).

Prestes a completar 15 anos no ar sob o comando de Macedo, o *Gaúcha Hoje* passou por mudanças aplicadas pelo apresentador até adquirir o aspecto atual: “um retrato instantâneo do dia que está começando”, como anuncia a vinheta de abertura. O programa dedica-se a informar aquilo que os ouvintes necessitam saber para iniciar o dia, mas com um formato leve, sem a “carga” noticiosa de um programa *hard news*. Com apresentação conjunta de Jociimar Farina, acompanhados pelo meteorologista Cléo Kuhn e a produtora Mariana Ceccon, o dia começa com um bate-papo descontraído, que incita a participação dos ouvintes, antes de dar início às principais manchetes do dia.

Unindo conversação, momentos musicais, quadros variados, informações do trânsito e previsão do tempo às notícias do dia, o programa matutino é o de maior audiência na Rádio *Gaúcha*, com pico na faixa das 7h com a média de 110.527 ouvintes por minuto (MARTINS, 2017).

Além disso, percebendo o resultado positivo da inclusão da participação dos ouvintes no *Chamada Geral*, Macedo deu ao *Gaúcha Hoje* a mesma característica de promover a interação com o público. Na época, o *Short Message Service* (SMS), ou, em português, Serviço de Mensagens Curtas, se popularizou e se tornou a opção mais prática e dinâmica para convocar a participação dos ouvintes durante os programas. Conforme o apresentador, “o torpedo ficou popular na época, então começamos a usar e a gente recebia dezenas de mensagens por dia. Chegamos a receber mil torpedos em um dia” (MACEDO, 05 jun. 2017). Já em 2015, o aplicativo para smartphones WhatsApp se popularizou e também passou a ser utilizado para recepção de mensagens dos ouvintes durante os programas, até que o SMS se tornou obsoleto e foi deixado de lado.

Antônio Carlos Macedo desenvolve um formato de programa que inclui a participação do ouvinte através de comentários sobre o programa, reclamações ao poder público ou informações locais, uma estratégia que passou a ser adotada pelos demais programas da Rádio Gaúcha. “O número de telefone que a gente usava para receber as mensagens durante os programas passou a ser o número da Rádio Gaúcha” (MACEDO, 19 out. 2017), destaca o apresentador.

Além do incentivo à participação dos ouvintes durante a transmissão dos programas, o apresentador ainda destaca que “o rádio vai muito além do programa ao vivo, temos que nos valer de todas as janelas” (MACEDO, 05 jun. 2017), referindo-se à utilização das redes sociais. Atualmente, a página do *Gaúcha Hoje* no Facebook tem 269.105 curtidas e 267.940 seguidores. Já no Twitter, são 2.771 seguidores.

Figura 2: Informações da página do Programa no Facebook

The image shows a screenshot of the Facebook page for 'Gaúcha Hoje'. The page header includes the profile picture (a blue square with a white radio tower icon and the text 'GAUCHA HOJE'), the name 'Gaúcha Hoje' with a verified badge, and the handle '@gauchahoje'. Below the header, there are navigation options: 'Página inicial', 'Sobre', 'Fotos', 'Vídeos', 'Instagram feed', 'Twitter', 'Publicações', and 'Comunidade'. The main content area is divided into two columns. The left column, titled 'Sobre', contains 'PAGE INFO' (Nasceu em 20 de dezembro de 2011), 'INFORMAÇÕES DE CONTATO' (Ligar (51) 99699-5218, @gauchahoje, sitegaucha@rdgaucha.com.br, http://gaucha.clicrbs.com.br/rs), and 'MAIS INFORMAÇÕES' (Sobre: Notícia, esporte, serviço e cidadania. Programa de segunda a sábado, das 5h às 8h, na Rádio Gaúcha AM/FM / Grupo RBS. WhatsApp: (51) 99699-5218, Site de notícias e mídia). The right column, titled 'HISTÓRIA', contains a paragraph: 'A página do Gaúcha Hoje foi criada pelo apresentador Antônio Carlos Macedo e é atualizada por toda equipe do programa (repórteres e produtores). O programa Gaúcha Hoje da Rádio Gaúcha, Grupo RBS, Afiliada Globo vai ao ar de segunda à sábado, das 5h às 8h. Notícias, esporte, serviço, cidadania, humor.' Below this, it lists 'Outros canais de comunicação: WhatsApp: (51) 99699-5218, Twitter: @rdgaucha, Facebook Gaúcha: www.facebook.com/radiogaucha, Snapchat: radiogaucha'.

De acordo com Mariana Ceccon, produtora do programa, “a página do *Gaúcha Hoje* no Facebook é inteiramente para os ouvintes, como se fosse uma comunidade do Orkut. Ela não tem o mesmo objetivo da página da *GaúchaZH*, com as notícias” (16 out. 2017). No espaço, são publicadas imagens com mensagens de bom dia, fotos da equipe do programa antes de iniciar a transmissão, e alguns vídeos, marcados com a hashtag “*GaúchaHojeTV*”. Os vídeos publicados costumam ser do apresentador com uma mensagem de bom dia, convidando para acompanhar o programa dali a alguns minutos, a previsão do tempo com o meteorologista Cléo Kuhn, além de algumas inserções fora do horário do programa, com Antônio Carlos

Macedo ampliando algumas notícias do dia. As publicações costumam incentivar a participação do público nos comentários ou curtidas, de acordo com Ceccon.

Mesmo com o formato interativo desenvolvido para o programa matutino, que tem mostrado resultados positivos junto à audiência, Macedo afirma que o aspecto do *Gaúcha Hoje* não é fixo, pois “programas não têm regra, sempre têm que estar se adaptando” (MACEDO, 5 jun. 2017).

4 A PARTICIPAÇÃO DO OUVINTE NO *GAÚCHA HOJE*

Este capítulo apresenta os programas que foram analisados e de que forma o *Gaúcha Hoje* interage com seus ouvintes, seja ao vivo durante a realização dos programas, ou através das redes sociais.

4.1 METODOLOGIA

A metodologia utilizada para estudar como o apresentador Antônio Carlos Macedo trouxe a participação do ouvinte ao programa e como esta interação acontece foi a observação participante, entrevistas em profundidade, além da revisão bibliográfica.

De acordo com a professora da Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Aline Strelow, a entrevista em profundidade tem como objetivo:

[...] recolher respostas a partir da experiência subjetiva de uma fonte. Não permite testar hipóteses, tratar estatisticamente as informações, definir a amplitude ou a quantidade de um fenômeno. Seu objetivo está relacionado ao fornecimento de elementos para a compreensão de uma situação ou estrutura de um problema. (STRELOW, 2010, p. 25).

Dessa forma, este método de pesquisa destaca-se pela possibilidade de colher informações detalhadas do entrevistado, como valores, experiências, motivações, ideias e comportamentos. A professora da Universidade Federal do Rio Grande do Sul (UFRGS) assinala ainda que a entrevista em profundidade pode ser aberta, com um caráter exploratório e flexível, que parte de um pressuposto, semiaberta, com um roteiro de questões a serem feitas, lineares, de caráter quantitativo ou fechadas, através de questionários com alternativas de respostas predefinidas. Sobre essa última, Strelow destaca que não é considerada como entrevista de profundidade, mas pesquisa de opinião.

É interessante observar que a técnica da entrevista é mais comumente dirigida ao estudo dos emissores da informação, no caso, dos jornalistas. No entanto, trata-se de ferramenta bastante eficaz também nos estudos de recepção, nos quais é possível aferir as leituras dos veículos de comunicação de massa, o modo como ela se dá e as diferentes utilizações e construções feitas a partir dela (STRELOW, 2010, p. 25-26).

As entrevistas em profundidade com Antônio Carlos Macedo foram realizadas em 05 de junho de 2017, previamente ao início da execução da monografia, e novamente em 19 de outubro de 2017, no período final da observação participante.

Já o *newsmaking*, baseado na observação participante, é realizado quando o pesquisador se inclui no ambiente de pesquisa para, assim, poder analisar o objeto de seu estudo

com maior profundidade e observar detalhes que não estariam disponíveis através de outro método de pesquisa.

O olhar dessa hipótese é centrado no emissor, visto enquanto intermediário entre o acontecimento e a notícia, e dá atenção ao relacionamento entre jornalistas e fontes, assim como às diferentes etapas de produção: captação, tratamento, edição e distribuição da informação. Envolve a observação da relação entre a cultura organizacional do veículo de comunicação e a cultura profissional dos jornalistas envolvidos (STRELOW, 2010, p. 27).

Mauro Wolf (2001) escreveu sobre as teorias do jornalismo e definiu os estudos de *newsmaking* como pesquisas sobre a filtragem da informação e seleção dos acontecimentos que vão se transformar em notícia. Dessa forma,

A pesquisa em *newsmaking* é baseada na observação participante. O investigador junta-se à equipe pesquisada o tempo necessário para desenvolver seus estudos, sem fazer parte dela propriamente. Ou seja, os dados são colhidos pelo investigador presente no ambiente objeto de estudo, quer pela observação sistemática de tudo o que aí acontece, quer através de conversas, mais ou menos informais e ocasionais, ou verdadeiras entrevistas com as pessoas que põem em prática os conceitos produtivos (WOLF apud STRELOW, 2010, p. 27).

A observação participante para este estudo foi realizada na semana de 16 a 20 de outubro de 2017, acompanhando a produção e a realização de cinco edições do *Gaúcha Hoje*. A semana escolhida podia ser considerada neutra, sem a influência de fatos que fossem alterar significativamente o andamento dos programas – como períodos eleitorais, notícias factuais que alterassem a rotina do estúdio, feriados ou fatos similares.

4.2 ANÁLISE DO PROGRAMA GAÚCHA HOJE

O *Gaúcha Hoje* tem início ainda antes do sinal das 5h no estúdio da Rádio Gaúcha. Na área destinada à produção, a produtora Mariana Ceccon dedica-se a elaborar a primeira edição do *Top 10 GaúchaZH*, que vai ao ar no início do programa, enquanto Antônio Carlos Macedo é responsável pela realização do *Expresso de Notícias*, quadro que vai ao ar às 5h30 e às 6h30, com os destaques sobre o dia que está começando.

Minutos antes de se dirigirem ao estúdio para dar início ao programa, é gravado o vídeo em que o apresentador cumprimenta os ouvintes desejando-lhes bom dia, os convidando a

acompanhar o programa que começará em breve. O vídeo é publicado na página do *Gaúcha Hoje* no Facebook assim que o programa tem início. Também antes do programa, os integrantes da equipe do *Gaúcha Hoje* tiram uma foto juntos para publicação na rede social. Ambas as postagens fazem uso de legendas que incentivem a interação com a página rede.

Imagem 3: Foto da equipe publicada na sexta-feira (20), com 655 reações.



Com a vinheta de abertura anunciando o programa como um “retrato instantâneo do dia que está começando”, Macedo inicia mais uma edição do *Gaúcha Hoje*. Acompanhado no estúdio por Jocimar Farina, coapresentador; Cléo Kuhn, meteorologista; Mariana Cecon, produtora; e, às vezes, por Marcelo Drago, apresentador da atração anterior, *Madrugada Gaúcha*, o programa começa com uma conversa entre os participantes sobre o dia que surge. Macedo, então, dá início à atração:

Muito bom dia, estamos chegando! *Gaúcha Hoje* saudando você nesta segunda-feira, 16 de outubro, primeiro dia útil do horário brasileiro de verão. Muita gente gosta, muita gente desgosta, o certo é que estamos vivenciando de novo esse período em que os relógios ficam até fevereiro adiantados em uma hora (RÁDIO GAÚCHA, 16 out. 2017).

Os assuntos que marcam o diálogo inicial de cada edição do programa são diversos, mas trazem o ar informal de uma conversa entre amigos, e a participação do ouvinte é requisitada desde os primeiros momentos do *Gaúcha Hoje*, através do WhatsApp da Rádio Gaúcha. O jornalista Jocimar Farina é o responsável pela captação das mensagens recebidas, preocupando-se em visualizar todas e responder dúvidas que surjam. Mas, para as mensagens que serão lidas no ar, ele aplica um critério de seleção baseado no que chama de “filtro jornalísti-

co”, priorizando as mensagens que trazem informações relevantes para divulgar, como as de trânsito, acidentes, reclamações ao serviço público, etc.

A respeito das mensagens enviadas pelos ouvintes, o coapresentador relata que recebem “mensagens interativas, cumprimentando, dando bom dia. Ouvintes que se manifestam não para serem mencionados no ar, mas para demonstrarem que estão ali acompanhando” (FARINA, 18 out. 2017). Já sobre as mensagens que notificam um problema ou reclamação, o jornalista observa que chegam com o objetivo de provocar uma solução ao problema relatado, por meio da divulgação. O número de mensagens recebidas por programa é bastante variável, entre 300 e 1.000 mensagens por programa. Tal oscilação ocorre dependendo “do que está acontecendo no dia, pode ser chuva, trânsito, futebol, política, ou um envolvimento dos ouvintes quando o Macedo interage com alguma pergunta” (FARINA, 18 jun. 2017).

Na sequência, o programa traz a primeira edição do *Top 10 GaúchaZH*, que apresenta dez notícias para que o ouvinte comece o dia bem informado. De acordo com o apresentador, o quadro noticioso foi pensado dessa forma inspirado nas listas da internet, trazendo as informações de uma maneira dinâmica, mas sem perder o caráter jornalístico. Macedo anuncia a manchete e as informações são complementadas por um repórter da rádio ou membro da equipe do programa em boletins de no máximo um minuto. O quadro ainda tem duas edições, uma após as 6h e a última após as 7h.

Para ampliar as informações noticiadas nos boletins, um repórter da Central de Jornalismo complementa as informações sobre as ocorrências policiais da madrugada e, na sequência, outro repórter entra no ar com as informações do trânsito em Porto Alegre. Na semana observada, Noele Scur noticiava as ocorrências e Felipe Daroit circulava pelas ruas da capital para apresentar as informações do trânsito. Jocimar Farina, no controle das mensagens enviadas pelos ouvintes, encaminha aos repórteres do trânsito informações sobre as vias urbanas, acidentes de trânsito e semáforos fora de funcionamento para que os fatos possam ser apurados e, se confirmados, noticiados pelo repórter no ar.

O programa tem continuidade com as informações trazidas pela Central de Esportes sobre a última rodada do Campeonato Brasileiro ou sobre os preparativos para a rodada seguinte. Com um boletim gravado, Marcos Bertoncello apresenta um parecer geral sobre as últimas partidas, para ser complementado posteriormente por outros repórteres com as informações sobre a dupla Grenal. Sendo oriundo da equipe esportiva, Macedo às vezes se inclui no boletim sobre futebol, comentando sobre os últimos jogos com o olhar analítico de quem acompanhou os estádios por quase vinte anos.

Macedo e Jocimar Farina apresentam, na faixa das 5h30 e das 6h30, o *Expresso de Notícias*, condensando as principais notícias do dia em manchetes curtas, sendo eventualmente complementados posteriormente um pelo outro com frases curtas que acrescentam informação ao fato noticiado.

O *Gaúcha Hoje* é composto por outros quatro quadros diariamente, trazendo diversos tipos de informação para diferentes públicos. O *Campo e Lavoura*, apresentado por Gisele Loeblein, aborda as informações do agronegócio no estado gaúcho; O *Viver Bem*, apresentado por Babiana Mugnol, é um boletim sobre saúde e hábitos para manter-se saudável; O *Fralda Cheia*, apresentado por Elisandra Borba, teve origem como um blog do site da Rádio Gaúcha e traz assuntos pertinentes às mães e pais de crianças pequenas, na faixa etária entre zero e quatro anos, assim como informações oriundas de estudos sobre criação de filhos, comunicados de saúde para os pequenos ou dicas diversas que visam auxiliar mães e pais nesta fase do desenvolvimento de seus filhos.

O *Almanaque Gaúcha Hoje* traz curiosidades históricas sobre o dia vigente, com fatos que ocorreram naquela mesma data em anos diferentes – como eventos históricos, nascimentos ou falecimentos de pessoas famosas e datas comemorativas. Marcelo Drago apresenta o *Espaço do Caminhoneiro*, com informações de serviço para estes profissionais e finalizando com a “frase de para-choque do dia”. O *Vestindo a Camiseta* apresenta projetos sociais ou instituições que realizam esse tipo de trabalho, descrevendo suas atividades e informando formas de auxiliar este tipo de projeto a continuar funcionando.

O *Pelas Ruas* noticia os problemas informados pelos ouvintes através do aplicativo homônimo da RBS e as soluções alcançadas pela reportagem ao cobrar uma ação dos órgãos responsáveis. O aplicativo traz a participação da audiência através da plataforma, que foi elaborada para que os ouvintes postassem sua reclamação referente às ruas e serviços de Porto Alegre, como buracos no asfalto, sinalizações estragadas, ausência de algum serviço da prefeitura e queixas similares. A reportagem transforma as reclamações em pauta e apura os problemas e as causas deles, cobrando do poder público uma solução. Quando o problema é solucionado, o quadro *Pelas Ruas* também informa o resultado no *Gaúcha Hoje*.

Outros quadros que compõem o programa são o *Fique de Olho*, com o que ainda deve se tornar destaque no dia que está começando. Semelhante ao *Top 10*, porém de uma forma ainda mais breve e sem a obrigatoriedade de trazer dez notícias para o espaço, Macedo apresenta a manchete ou o tópico do assunto, sendo complementado por repórteres de economia, política, serviço, lazer ou clima, conforme o tema.

O *Gaúcha Hoje* tem um breve espaço em suas três horas de programa para faixas musicais, e cada dia da semana tem um tema para a trilha sonora. Na segunda-feira, o espaço é destinado às novidades. Às 5h53, toca *Despacito*, dos porto-riquenhos Luis Fonsi e Daddy Yankee, que havia alcançado a marca de quatro milhões de visualizações no YouTube, e o primeiro lugar entre os vídeos mais assistidos. Macedo também comentou sobre o show do cantor de Paul McCartney, na noite anterior em São Paulo e dois dias antes em Porto Alegre, o que gerou um novo assunto entre os integrantes do programa em torno do microfone. Na terça-feira a trilha sonora é dedicada à música tradicional gaúcha, rock preenche o momento musical na quarta-feira, e música brasileira está na trilha sonora da quinta-feira. E, concluindo a semana, a sexta-feira é preenchida pela música internacional.

A estrutura do programa que foi percebida durante a observação participante é apresentada na tabela abaixo:

Horário aproximado	Quadro
5h	Abertura do programa. Conversa entre a equipe do <i>Gaúcha Hoje</i> ;
5h10	Top 10 GaúchaZH
5h20	Central de Jornalismo. Informações do trânsito. Informações de Serviço
5h30	Expresso de Notícias
5h35	Central de Esportes
5h40	Central de Jornalismo e trânsito.
5h45	Quadros do dia. Segunda: Campo e Lavoura, Fralda Cheia, Viver Bem Terça: Nosso Mundo Sustentável, Espaço do Caminhoneiro, Viver Bem Quarta: Espaço do Caminhoneiro, Pelas Ruas Quinta: Nosso Mundo Sustentável Sexta: Espaço do Caminhoneiro, Fralda Cheia
5h55	Trilha Sonora e conversa entre a equipe do programa
6h	Notícia na Hora Certa
6h05	Top 10 GaúchaZH
6h15	Participação dos ouvintes, diálogo entre a equipe ou previsão do tempo
6h20	Almanaque Gaúcha Hoje

6h25	Fique de Olho
6h30	Entram repórteres da Gaúcha Serra, Gaúcha Santa Maria ou Gaúcha Zona Sul
6h35	Vestindo a Camiseta
6h40	Expresso de Notícias
6h45	Central de Jornalismo e informações do trânsito
6h50	Central de Esportes
6h55	Comentário de Cláudio Britto
7h	Notícia na Hora Certa
7h05	<i>Gaúcha Hoje</i> ao vivo pelo Facebook de GaúchaZH
7h05	Top 10 GaúchaZH
7h15	Trilha sonora. Ampliação de notícias.
7h20	Momento Saúde (quadro de patrocinador)
7h25	Comentário econômico de Giane Guerra
7h30	Previsão do tempo
7h35	Informações do trânsito em Porto Alegre e região metropolitana
7h40	Manchetes do Dia
7h45	Esportes com Felipe Gamba
7h50	Daniel Scola comenta o que vai ser notícia no Gaúcha Atualidade
7h55	Encerramento do programa

Tabela 1: Estrutura do programa *Gaúcha Hoje*, observada entre os dias 16 e 20 de outubro de 2017.

Dessa forma, o *Gaúcha Hoje* se alterna entre quadros noticiosos, com as informações necessárias para os ouvintes começarem atualizados, momentos de descontração e conversa entre a equipe do programa e quadros de interesses diversos, direcionados a diferentes tipos de público. As notícias e informações do esporte repetem-se ao longo do programa porque o horário do programa não permite que a maioria dos ouvintes se mantenha sintonizada do começo ao fim da atração, então a informação que precisam deve estar disponível independente do horário em que estiverem acompanhando o *Gaúcha Hoje*.

Nas redes sociais, a página no Facebook do *Gaúcha Hoje* é, de longe, a mais curtida dentre os programas da emissora. Com 269.668 curtidores, lidera o ranking entre as atrações da Gaúcha na rede social: o antigo *Gaúcha Repórter* ainda tem 27.857 curtidas no site, o *Chamada Geral* tem 15.326 curtidas, o *Timeline Gaúcha* tem 12.789 curtidas, o *Supersábado* tem 12.288 curtidas, o *Madrugada Gaúcha* tem 11.819 curtidas, o *Gaúcha Atualidade* tem

7.790 curtidas, e o recente *Gaúcha+* tem 2.379 curtidas. Tais números foram quantificados em 27 de novembro de 2017 e, abaixo, a comparação entre as três páginas mais curtidas:

Imagem 4: Página do *Gaúcha Hoje* no Facebook com 269.668 curtidas em 27 de novembro de 2017.



Imagem 5: Página do *Gaúcha Repórter* no Facebook com 27.857 curtidas em 27 de novembro de 2017.



Imagem 6: Página do *Chamada Geral* no Facebook com 15.326 curtidas em 27 de novembro de 2017.



A página do Gaúcha Hoje é, também, a que contém mais publicações, muitas delas sem relação com a programação transmitida. De acordo com a produtora do programa, Mariana Ceccon, o conteúdo da página é feito exclusivamente para os ouvintes, na forma de comunidade, onde eles podem interagir e comentar sobre as publicações, sendo a única página de programas da emissora que utilizam a rede social desta forma.

Imagem 7: Publicação do vídeo gravado por Macedo no começo da manhã de quarta-feira, 18 de outubro de 2017. Às 5h36, tinha 46 reações, 6 comentários e 79 visualizações.

#GauchaHojeTV 🖥️📱

Chegamos a metade da semana 📅

Macedão deseja que você viva a quarta-feira intensamente ✨ e acredite que é capaz de superar os obstáculos 🤝

PAZ, SAÚDE e FELICIDADE 💖



46

6 comentários • 79 visualizações

O conteúdo disponibilizado na página durante a manhã costuma ser um vídeo de Antônio Carlos Macedo saudando os ouvintes antes do programa, desejando um bom dia e convidando-os para acompanhar o programa que irá começar em seguida. Ainda antes do programa ir ao ar, os integrantes da equipe do *Gaúcha Hoje* tiram uma foto juntos, que será publicada em seguida para avisar os seguidores da página que o programa começou e com uma legenda interativa.

Imagem 8: Foto da equipe do programa na quarta-feira, 18 de outubro, com 26 reações, 6 comentários e 2 compartilhamentos às 5h33.

Chega mais que tá recém começando 🙌

Na 📷 (da esquerda para direita): Jocimar Farina, Marcelo Drago, Cléo Kuhn, Macedão e Mariana Ceccon



👍 🥰 26

6 comentários • 2 compartilhamentos

Na faixa das 7h, quando o programa é transmitido ao vivo pelo Facebook de GaúchaZH, a publicação da transmissão também é compartilhada para a página do *Gaúcha Hoje*, para captar o máximo de internautas e ouvintes possível. A média observada durante a transmissão do programa ao vivo varia entre 200 e 250 internautas.

Imagem 9: Gaúcha Hoje ao vivo no Facebook na segunda-feira, 16 de outubro. Às 7h40, 221 pessoas acompanhavam a transmissão, com 166 reações, 86 comentários e 10 compartilhamentos.

Gaúcha Hoje chega com as primeiras notícias da manhã para você sair de casa bem informado!

🔗 Piratini lança novo pacote para tentar resolver problemas antigos <http://bit.ly/2yrIQ7h>

🔗 Passagens intermunicipais ficam mais caras a partir de segunda-feira <http://bit.ly/2gmQ4mi>... Continuar lendo



👍 🥰 166

86 comentários • 10 compartilhamentos

Ao longo do dia, são publicados conteúdos variados, como frases motivacionais, frases para o dia, *cards* de bom dia, entre outras mensagens semelhantes.

Imagem 10: Card com mensagem de bom dia, publicado na quarta-feira às 5h. Após 11 minutos, já tinha 39 reações, 7 comentários e 14 compartilhamentos.



4.2.1 ANÁLISE DOS PROGRAMAS

O programa de segunda-feira, 16 de outubro de 2017, foi marcado por ser o primeiro dia útil do horário de verão, que havia iniciado oficialmente no sábado, dia 14, quando os relógios foram adiantados em uma hora. A equipe do *Gaúcha Hoje* inicia o programa conversando sobre os efeitos que sentiram com o início do horário brasileiro de verão, mas que em geral é uma novidade bem recebida por todos.

O apresentador traz dados sobre pesquisa realizada pelo Instituto Datafolha sobre a opinião dos brasileiros afetados pela mudança do horário, em que 56% da população disse ser a favor e 38% dos brasileiros atingidos pelo novo horário declararam ser contra. Mas, como a mudança no relógio nem sempre é bem-vinda pela população, Macedo já se adiantou com relação aos comentários que poderiam ser recebidos pelos ouvintes: “Nossos ouvintes, como sempre, vão se dividir. Daqui a pouco tem mensagens a favor, mensagens contra. Todos os anos acontece isso, né Jocimar Farina?” (RÁDIO GAÚCHA, 16 out. 2017).

Encerrada a conversa inicial sobre a mudança no horário, o *Gaúcha Hoje* transmite a primeira edição do *Top 10 GaúchaZH*, com as dez notícias necessárias para começar o dia bem informado. Ocorrências da madrugada, política, passagens de ônibus, atualização no número de mortes em atentado na Somália, previsão do tempo e esportes integram as notícias do começo da manhã.

Noele Scur, repórter responsável pela cobertura das ocorrências da madrugada, complementa as informações a respeito das notícias policiais que foram abordadas no *Top 10*. A seguir, Felipe Daroit, circulando pelas ruas de Porto Alegre, informa a situação do trânsito no começo da manhã na capital gaúcha. Mariana Ceccon retorna ao estúdio logo após para informações de serviço, noticiando a normalidade do funcionamento do Trensurb, situação das linhas de ônibus e do Aeroporto Salgado Filho.

Às 5h26, Macedo chama a participação dos ouvintes, repetindo o número do WhatsApp da Gaúcha e passando a palavra para Jocimar ler as mensagens recebidas.

Vamos lá, tem já mensagem com relação ao tempo. Trânsito tranquilo, tempo bom, 14 graus e friozinho na Lomba do Pinheiro, parada 4, diz o Fabrício Wulf. 12 graus nesse momento em Gravataí, avisa o Anderson Aneliane. Tempo seco e clima ameno no bairro Santana, em Porto Alegre, diz a Cláudia Chinasso. Bairro Sarandi, em Porto Alegre, 14 graus, céu limpo e 93% de umidade relativa do ar, mensagem do Valmor Tacom. Jardim Botânico, céu estrelado com temperatura de 14 graus aqui em Porto Alegre, diz o André Barbieri. Na Aberta dos Morros, em Porto Alegre, céu claro, ventando e temperatura de 13 graus, mensagem da Ana Paula Centeno. Tempo bom com vento na Solidão em Mostardas, segundo o Renato Ferreira. Tem um ouvinte aqui que avisa que tem um carro pegando fogo na lateral da BR-116, em Estância Velha. É um Monza, diz o ouvinte que mandou a mensagem pra gente aqui pelo WhatsApp da Rádio Gaúcha. (RÁDIO GAÚCHA, 16 out. 2017).

Após intervalo, Macedo e Jocimar apresentam, às 5h31, a primeira edição do *Expresso de Notícias*, reforçando as notícias já noticiadas no Top 10, mas também incluindo novas informações para os ouvintes.

Marcos Bertoncello atualiza as informações da última rodada do Campeonato Brasileiro, sendo complementado em seguida por Leonardo Acosta com as informações da dupla Grenal. Com sua experiência na área esportiva, Macedo também tece um longo comentário a respeito da última rodada do campeonato, observando a atuação dos times próximos à zona de rebaixamento.

Daroit retorna ao ar no *Gaúcha Hoje* às 5h42, para confirmar informação recebida por ouvintes sobre um acidente em atendimento na avenida Oscar Pereira, no bairro Azenha, e as consequências para o trânsito na manhã de segunda-feira.

Teve uns alertas de ouvintes aí e a gente confirmou junto à EPTC. Um acidente agora em atendimento na Oscar Pereira, próximo ao trecho onde tem os cemitérios. Um carro bateu contra um poste, o motorista não teve ferimentos, mas o trecho está parcialmente bloqueado e o poste está danificado. Uma equipe da Brigada Militar está no local, a EPTC também esteve no local, e o trecho tem bloqueio parcial no momento, não chega a afetar o trânsito.

to. Certamente durante a manhã a CEEE vai ter que fazer a troca desse poste na Oscar Pereira e pode ocorrer alguma lentidão no horário de pico. No restante da cidade movimentação tranquila, não há outros acidentes em atendimento pela EPTC. Macedo. (RÁDIO GAÚCHA, 16 out. 2017).

Com a deixa, Noele Scur informa sobre os acidentes com mortes ocorridos no último final de semana em todo o estado. O quadro *Campo e Lavoura* vai ao ar com Gisele Loeblein, sendo seguido pela previsão do tempo para o estado, com Cléo Kuhn, pelo *Fralda Cheia*, apresentado por Elisandra Borba e, mais tarde, pelo *Viver Bem*, com Babiana Mugnol.

Em uma de suas edições da previsão do tempo, Cléo Kuhn é parabenizado por uma ouvinte pela passagem do Dia Nacional do Meteorologista, comemorado em 14 de outubro, como informado por Macedo.

Tem um ouvinte aqui, Cléo Kuhn, que tá mandando um abraço pra ti, a Liane Wunder, pela passagem do dia do meteorologista. Dia Nacional do Meteorologista, que foi comemorado no último sábado. (RÁDIO GAÚCHA, 16 out. 2017).

Como de praxe nas horas cheias, o sinal das 6h marca o início de mais um *Notícia na Hora Certa*, sendo seguido por um intervalo comercial. Na volta ao programa, tem-se a segunda edição do *Top 10 GaúchaZH*. Dentre as manchetes divulgadas por Macedo:

Cinco pessoas são mortas assassinadas em Porto Alegre em um intervalo de 4 horas, Vitor Rosa. [...] Gabinete do ministro Edson Fachin diz que vídeos da delação de Funaro não deveriam ter sido divulgados, Jocimar Farina. [...] Semana no congresso terá a votação sobre afastamento de Aécio e análise do relatório da segunda denúncia contra Temer, Andressa Xavier. [...] Passagens intermunicipais de longo curso estão mais caras no Rio Grande do Sul, Mariana Ceccon. [...] Previsão do tempo, Cléo Kuhn. [...] Conferindo o trânsito, Felipe Daroit e Paulo Rocha. [...] Uma pessoa morre e cinco ficam feridas em acidente na BR-386 no norte do Estado, Vitor Rosa. [...] Nível do Rio Taquari recua e fica abaixo da cota de inundação, Jocimar Farina. [...] Passa de 276 o número de mortos em atentado terrorista na Somália, Ohana Constante. [...] No futebol, o Grêmio vence o Curitiba no fim do jogo. O inter viaja para Minas para jogar amanhã contra o Boa, Marcos Bertoncetto [...].

Às 6h17, Macedo chama a participação do ouvinte novamente, informando o número de telefone do WhatsApp da Gaúcha. Jocimar Farina lê as mensagens recebidas, destacando as reclamações feitas pelos ouvintes.

Tem mensagem de ouvinte aqui fazendo uma reclamação sobre as sinaleiras da Avenida Diário de Notícias, colocando em risco muitas pessoas. A reclamação fala que tem duas avenidas com muito movimento, a pessoa aqui é o Carlos, do bairro Tristeza. Eu só não entendi aqui o que ele quer dizer, mas ele tá reclamando sobre a sinaleira ali da Avenida Diário de Notícias, fazendo uma reclamação com relação à EPTC. Outro ouvinte aqui, Neri Ramos, tá reclamando das crateras que Porto Alegre se transformou, que surgiram aqui

em Porto Alegre, ele cita por exemplo ali no Colégio Julinho, na Oscar Peireira, nos Alpes, toda Porto Alegre. Será que a prefeitura não tem vergonha?, diz Neri Ramos. Outra ouvinte aqui fala sobre o viaduto da Borges de Medeiros, um acúmulo de pessoas, cheiro insuportável, propagando doença, uma vez que não há higienização por ali, e ela faz a reclamação aqui a ouvinte falando inclusive do consumo de drogas, de assaltos que ocorrem na região durante a madrugada e começo de manhã. Ouvintes que mandam mensagem para o WhatsApp da Rádio Gaúcha. (RÁDIO GAÚCHA, 16 out. 2017).

Macedo complementa, ainda, as reclamações feitas pelos ouvintes, contando que no dia anterior passou por três praças do bairro Chácara das Pedras e concordando que os espaços públicos da cidade estão malcuidados. Ele observou a ausência de conservação nas praças, grama alta e galhos que obstruíram a passagem dos pedestres desde que haviam caído no último temporal.

A faixa das 6h às 7h tem a presença dos quadros *Almanaque Gaúcha Hoje*, com as curiosidades do dia vigente apresentadas por Luciano Costa, *Fique de Olho*, com a participação de repórteres da economia, política, tempo e esportes; *Vestindo a Camiseta*, apresentado por Mariana Ceccon: a segunda e última edição do *Expresso de Notícias*, nova chamada para a *Central de Esportes*; e pelo comentário de Cláudio Britto. Os repórteres da Gaúcha Serra e Gaúcha Santa Maria também entram no ar para informações locais.

O repórter Felipe Daroit volta a participar do programa às 6h43, para relatar a situação do trânsito a partir de outras informações transmitidas pelos ouvintes da Rádio Gaúcha:

Nós estamos aqui na região do bairro Anchieta, alguns ouvintes nos mandaram aí informações sobre uma carreta que havia capotado bem no acesso aí quando sai da FreeWay e vai em direção ao bairro Anchieta. Nós encontramos essa carreta, é grande né, ela capotou no meio de um valão aqui, só que eu acho que não foi agora pela manhã esse acidente, porque tem só alguns cones que foram colocados mas não tem nenhuma movimentação, não tem motorista. [...] (RÁDIO GAÚCHA, 16 out. 2017).

Paulo Rocha, repórter que acompanha o trânsito na região metropolitana, também recebeu informações transmitidas pelos ouvintes do *Gaúcha Hoje* para noticiar no ar:

Tem carreta tombada na RS-122, em São Sebastião do Caí. Ainda sem mais detalhes, mas informação aí repassada por ouvinte pelo WhatsApp da Rádio Gaúcha, em instantes teremos mais informações. (RÁDIO GAÚCHA, 16 out. 2107).

A partir das 7h, a transmissão do *Gaúcha Hoje* também ocorre ao vivo através do Facebook do GaúchaZH. Ao retornar do intervalo, Macedo atende dúvidas recebidas dos ouvintes.

tes a respeito de dificuldades para acompanhar o programa através da transmissão pela rede social:

Estamos ao vivo, transmissão ao vivo pelo GaúchaZH e pelo nosso Facebook GaúchaZH, ou então pelo Facebook do *Gaúcha Hoje* e procure nossa transmissão ao vivo. Alguns ouvintes têm encontrado “olha não consigo acessar”, isso acontece devido a algum dispositivo, algum complemento do computador que está desligado, e não recebe a imagem, não sincroniza com a imagem. Então tem que verificar isso, se não tem algum dispositivo, alguma coisa que está desligado ou ligado para evitar acesso de determinado tipo de aplicativo. Pode ser essa a causa de você não estar nos assistindo, então confira ou peça ajuda para alguém que é mais entendido, os filhos em geral, que o pessoal já destrincha e verifica qual é o problema e libera a nossa imagem para você nos acompanhar como se fosse TV. (RÁDIO GAÚCHA, 16 out. 2017).

Dito isso, o programa continua e, às 7h08, vai ao ar a terceira e última edição do *Top 10 Gaúcha ZH*, agora com participação de mais repórteres da Central de Jornalismo devido ao horário. A seguir, as informações sobre buscas da Polícia Federal no gabinete de Lúcio Vieira Lima são complementadas por Jocimar Farina. E, após intervalo, a comentarista Giane Guerra traz os destaques econômicos da segunda-feira, o mercado financeiro e a agenda empresarial.

Como previsto pelo apresentador no começo da manhã, alguns ouvintes mostraram-se contrários ao horário de verão através de manifestações nos comentários da página do *Gaúcha Hoje* no Facebook.

Os ouvintes são engraçados, Jocimar. Eu fiz uma postagem, uma brincadeira, “segunda-feira com horário de verão: ninguém merece”. Aí um ouvinte colocou: “post parcial de um meio de comunicação”. Pô [risos]. Menos amigo, é brincadeira. A imparcialidade na brincadeira com horário de verão? Não leve o mundo tão a sério. (RÁDIO GAÚCHA, 16 out. 2017).

O programa vai chegando à reta final da edição de segunda-feira com a previsão do tempo, com Cléo Kuhn, as informações do trânsito, que se acentuam nessa faixa horária, com Felipe Daroit e Paulo Rocha, futebol, com Felipe Gamba, informações da Câmara de Deputados, com Silvana Pires e o comentário de Daniel Scola sobre o que será abordado pelo *Gaúcha Atualidade* na sequência da programação da Rádio Gaúcha. Mas o programa não termina sem a participação dos ouvintes, lidos por Jocimar Farina.

Os ouvintes estão reclamando de problemas no trânsito na RS-118, da 118 até a saída de Cachoeirinha e sinaleira da Bento com a Vicente da Fontoura desde quinta-feira passada sem funcionar, reclamação de ouvinte aqui pelo WhatsApp. (RÁDIO GAÚCHA, 16 out. 2017).

Macedo inicia o *Gaúcha Hoje* de terça-feira, 17 de outubro de 2017, saudando os ouvintes e desejando um dia repleto de energias positivas.

E aí, que tal? Estamos chegando. Bom dia! Muito obrigado por nos receber, obrigado pela audiência. Hoje é terça-feira, dia 17 de outubro. Seja para todo mundo aí um dia bacana, um dia cheio de realizações, um dia sem sustos, sem sobressaltos, com muita paz, saúde e felicidade. (RÁDIO GAÚCHA, 17 de out. 2017).

O calor e a madrugada abafada são os primeiros assuntos do dia, em uma manhã que começa com mais de 20 graus no Centro Histórico de Porto Alegre. Com isso, a equipe do programa inicia o *Gaúcha Hoje* comentando sobre vestuário e calçados no clima individual sob o ar condicionado do estúdio.

Às 5h21, começa a primeira edição do *Top 10 GaúchaZH*, com as notícias para começar o dia bem informado. Os primeiros assuntos da manhã de terça-feira, noticiados pelo *Top 10*, foram:

Senado deve decidir hoje se mantém Aécio Neves afastado no mandato ou não, Jocimar Farina. [...] Deputados começam hoje discussão do parecer que recomenda arquivamento da segunda denúncia contra Michel Temer, Mathheus Schuch. [...] Casal suspeito de participação em ataque a banco é preso em Caxias do Sul, Noele Scur. [...] Fiscalização do Judiciário constata agressões a presos em instituto penal de Porto Alegre, Eduardo Matos. [...] Previsão do tempo para a Grande Porto Alegre, Cléo Kuhn. [...] Irmãos batista viram réus por uso de informações privilegiadas e manipulação do mercado, Natália Pithan. [...] Pagamento do Pis/Pasep para idosos começa hoje, Mariana Ceccon. [...] Após quitar salários Governo do Estado começa a fazer cálculos para pagamento da próxima folha, Eduardo Matos. [...] Previsão do tempo para o interior do Estado, Cléo Kuhn. [...] Inter e Boa Esporte, destaque da noite pela Série B, Marcos Bertoncello [...]. (RÁDIO GAÚCHA, 17 out. 2017).

Na sequência, Noele Scur, da Central de Jornalismo, complementa as informações das ocorrências policiais durante a madrugada e, após, Felipe Daroit traz as informações do trânsito no começo da manhã em Porto Alegre. Mariana Ceccon retorna ao estúdio, informando a normalidade na prestação de serviços do Trensurb, linhas de ônibus e Aeroporto Salgado Filho.

Após as informações da prestação de serviços de transporte, Macedo retoma o assunto do horário brasileiro de verão devido aos comentários dos ouvintes a respeito da mudança no relógio durante o *Madrugada Gaúcha*:

Agora há pouco, no *Madrugada Gaúcha*, ouvintes falaram sobre o horário brasileiro de verão. O governo esse ano lançou um balão de ensaio, num desses momentos de tensão envolvendo o presidente, naquela tentativa de criar

um boi de piranha né. Chama atenção aqui de um assunto que interessa as pessoas, que mexe com a vida de todo mundo que é o horário de verão, e deixa de lado, fica em segundo plano, as acusações e tudo o mais que envolve o presidente da república. Na verdade, não houve movimento concreto nenhum para terminar com o horário brasileiro de verão, até porque essa não é uma decisão que tem que ser tomada pelo Macedo, pelo Cléo, pela Mariana, pelo Daroit, pelo Jocimar, ela tem que ser tomada por técnicos que afirmem que vale a pena do ponto de vista da poupança de energia. No ano passado, o horário brasileiro de verão resultou na economia de 159 milhões de reais em energia, cerca de 10 milhões a mais do que o governo esperava. Se é pouco ou muito não sei, mas num país onde qualquer centavo a gente custa economizar, acho que justifica. (RÁDIO GAÚCHA, 17 out. 2017).

Jocimar e Macedo continuam comentando a respeito do horário de verão e estudos referentes aos seus danos ou benefícios, também ressaltando a economia de energia elétrica causada pela mudança.

A primeira edição do *Expresso de Notícias* vai ao ar às 5h49, com destaques da política, protestos previstos para a manhã de terça-feira, serviços e atualização do número de mortos e feridos em atentado ocorrido na Somália. Na sequência, a Central de Esportes traz informações sobre a preparação dos times gaúchos para a próxima rodada do Campeonato Brasileiro, Milena Schoeller apresenta o quadro *Nosso Mundo Sustentável*, Marcelo Drago com o *Espaço do Caminhoneiro* e Babiana Mugnol traz o *Viver Bem*, concluindo a primeira hora do *Gaúcha Hoje* de terça-feira.

O *Notícia na Hora Certa* marca a chegada das 6h e, após intervalo, vai ao ar a segunda edição do *Top 10 GaúchaZH*. A faixa das 6h às 7h é preenchida pelos quadros *Almanaque Gaúcha Hoje*, *Fique de Olho*, *Vestindo a Camiseta*, a segunda edição do *Expresso de Notícias*, Central de Esportes e o comentário de Cláudio Britto. A terça galponeira é a trilha sonora do dia no *Gaúcha Hoje*.

A partir das 7h, tem início a transmissão ao vivo do *Gaúcha Hoje* pelo Facebook do *GaúchaZH*. Com isso, vai ao ar a terceira e última edição do *Top 10 Gaúcha ZH*. Após o intervalo comercial, Giane Guerra faz o comentário econômico do dia, com informações da bolsa de valores e agenda empresarial.

Às 7h31, Felipe Daroit volta ao ar com o quadro *Pelas Ruas*, com reclamações de ouvintes a respeito de um vazamento de esgoto no bairro Bom Fim, que há três meses atrapalhava a circulação dos moradores na região.

Moradores do bairro Bom Fim contam que tentam, há mais de 3 meses junto à prefeitura, o conserto de uma tampa de esgoto de águas pluviais que está jorrando água ou esgoto - eu não botei a mão lá pra identificar, possivelmen-

te seja até esgoto. Na rua João Telles, nas mediações da rua Cauduro. Nós tivemos agora há pouco pelo local, esse problema ocorre em cima da ciclovia da João Telles, afeta entrada e saída de veículos que um prédio residencial inclusive. Além disso, causa transtorno aos moradores por causa do mau cheiro [...] A água que sai do bueiro é do departamento de esgotos pluviais, o DEP, tem o nome do DEP em cima dessa tampa, e essa água corre pelo meio-fio da rua até as imediações da avenida Osvaldo Aranha. Diversos usuários do aplicativo Pelas Ruas relataram esse problema, a reportagem encaminhou o caso para a prefeitura e aguarda um posicionamento para saber quando esse problema será resolvido. (RÁDIO GAÚCHA, 17 out. 2017).

A edição de terça-feira do *Gaúcha Hoje* vai aproxima-se da reta final com os quadros *Manchetes do Dia*, com o que ainda deve ser notícia na data, informações de manifestações no centro de Porto Alegre, com Felipe Daroit, comentário de Felipe Gamba sobre o futebol e o comentário de Daniel Scola com o que será notícia no *Gaúcha Atualidade*.

O programa do dia 17 de outubro de 2017 apresentou uma divergência em relação aos demais programas da semana observada, pois o apresentador Antônio Carlos Macedo não solicitou a participação dos ouvintes em nenhum momento. O coapresentador Jocimar Farina não leu as mensagens dos ouvintes nenhuma vez ao longo das três horas de *Gaúcha Hoje*.

Neste dia, a participação da audiência só foi observada quando Macedo retomou o assunto do horário brasileiro do verão, mas que havia sido comentado anteriormente pelos ouvintes do *Madrugada Gaúcha*. A participação da audiência também foi observada no quadro *Pelas Ruas*, quando o repórter Felipe Daroit trouxe ao ar as reclamações dos ouvintes referentes a um escoamento de água no bairro Bom Fim, entretanto as reclamações chegaram em um momento anterior através do aplicativo do Grupo RBS homônimo ao quadro.

Na quarta-feira, 18 de outubro de 2017, o programa inicia no mesmo tom de bom humor e descontração entre a equipe do *Gaúcha Hoje*.

Cheguei! Bom dia! *Gaúcha Hoje* pela Rádio Gaúcha até as 8 da manhã com a gente aqui gerando notícia, conteúdo, informação, para que o senhor e a senhora comece o dia conectados com o mundo, conectados com o que está acontecendo. Muito obrigado pela acolhida, muito obrigado por nos receber tão cedo. Onde quer que o senhor ou a senhora esteja nesse momento, na cama, no ônibus, no carro, na portaria, na enfermaria, no quartel, onde quer que estejam [...] Para todos esses profissionais da madrugada e aqueles que tem insônia ou que ainda não foram dormir porque foram trabalhar até tarde ou festearam até tarde, porque não, o nosso abraço, o nosso bom dia, o nosso obrigado. Obrigado e votos de um dia tranquilo, de paz, saúde, felicidade. (GAÚCHA HOJE, 18 out. 2017).

Marcelo Drago, apresentador da atração anterior, *Madrugada Gaúcha*, também continua no estúdio para acompanhar o começo da nova edição do *Gaúcha Hoje*. O apresentador

também destaca que nas horas anteriores a participação dos ouvintes foi importante no acréscimo de informações.

— Marcelo Drago, como foi a madrugada?

— Foi bem, Macedo. Foi bem abafada, mas foi bem. Desde ontem esse abafamento, mas foi bem, foi boa madrugada. Os ouvintes participando bastante, nos ajudando aí com informações. São os nossos olhos e ouvidos na madrugada. (GAÚCHA HOJE, 18 out. 2017).

O programa continua em tom animado, com Macedo, Jocimar Farina, Mariana Ceccon e Cléo Kuhn recordando músicas que marcaram a década anterior. Logo a seguir, o *Top 10 GaúchaZH* traz as primeiras notícias. Na sequência, o repórter do trânsito traz a situação das vias de Porto Alegre no começo da manhã de quarta-feira.

Às 5h26, Macedo já está solicitando a participação dos ouvintes através do WhatsApp da Rádio Gaúcha e Jocimar Farina lê algumas das mensagens recebidas:

As primeiras mensagens dos ouvintes falando sobre a condição do tempo, a situação, por exemplo, lá em... Aqui, em Porto Alegre, o pessoal já mandando informação. Lomba do Pinheiro, parada 4, trânsito tranquilo, tempo bom, 21 graus, mensagem do Fabrício Wolf. Também aqui em Porto Alegre, no bairro Santana, amanhecer abafado, diz a Cláudia Schminaso. Bairro Sarandi em Porto Alegre, temperatura abafada, 20 graus, céu limpo, 90% umidade relativa do ar. Denise Cartesine, Vila Elsa, Viamão, 21 graus com noite quente. 19 graus em Gravataí, diz o Anderson Ana e Eliane. Tempo fechado em Caçapava do Sul, não chove, avisa o França. 21 graus, céu limpo, vento norte em Feliz, diz o ouvinte Daniel. E a Ana Paula Centeno, da Aberta dos Morros, em Porto Alegre, o céu claro, 21 graus. 20 graus também e céu limpo em Parobé, avisa o Cléber Schornadier. Tempo bom com um pouco de vento nordeste na Solidão, em Mostardas. O Fernando Bueno dizendo que já tá chovendo em Santana do Livramento. (RÁDIO GAÚCHA, 18 out. 2017).

Da Central de Jornalismo, Noele Scur entra no ar com as notícias das ocorrências policiais da madrugada e, a seguir, Mariana Ceccon informa o funcionamento normal do Trensub, linhas de ônibus de Porto Alegre e atendimento do Aeroporto Internacional Salgado Filho.

A primeira edição do *Expresso de Notícias* acontece às 5h39, trazendo informações da greve dos professores estaduais, greve dos servidores municipais de Porto Alegre, política, saúde, educação e economia. O espaço do programa, até às 6h, ainda é preenchido pela *Central de Esportes*, com Marcos Bertoncello e *Espaço do Caminhoneiro*, com Marcelo Drago, findando a primeira hora de *Gaúcha Hoje* com o *Notícia na Hora Certa* das 6h.

A segunda hora de programa é preenchida pela segunda edição do *Top 10 GaúchaZH*, pelos quadros *Almanaque Gaúcha Hoje*, com as curiosidades, fatos e datas que marcam o dia

na história, apresentado por Luciano Costa, *Fique de Olho*, com as notícias que ainda vão ser destaque no dia, o *Vestindo a Camiseta*, a segunda edição do *Expresso de Notícias, Central dos Esportes*, repetindo as informações do Campeonato Brasileiro para os ouvintes que sintonizaram na Gaúcha recentemente e finalizando a segunda hora de programa com o comentário de Cláudio Britto.

No quadro *Pelas Ruas*, que foi ao ar às 6h43, Felipe Daroit apresenta os resultados alcançados após a reclamação dos moradores do bairro Bom Fim em relação a um escoamento de água na Rua João Telles.

Temos uma boa notícia. Ontem no espaço *Pelas Ruas* falamos daquele buraco lá, buraco não, vazamento de água, na João Telles, próximo a rua Cauduro. Moradores tavam há três meses tentando contato com a prefeitura, não conseguiam. Jorrando água, água podre, que é uma tubulação de esgoto. A gente fez a matéria ontem, mostrou aqui no *Gaúcha Hoje*. A prefeitura entrou em contato comigo, foi lá, fez uma limpeza no bueiro, depois fez o processo de hidrojateamento, que é botar pressão nas tubulação pra acabar com algum bloqueio, e agora o buraco está, o buraco não, a tubulação está consertada, não tem mais vazamento. Três meses de vazamento, a gente noticiou no *Gaúcha Hoje*, a prefeitura foi lá e resolveu, e agora a situação está normalizada para os moradores aí da João Telles, no bairro Bom Fim. (RÁDIO GAÚCHA, 18 out. 2017).

Após as 7h, o *Gaúcha Hoje* volta do intervalo estando ao vivo pelo Facebook do GaúchaZH. Após a terceira e última edição do *Top 10 GaúchaZH*, Jocimar Farina lê algumas das mensagens enviadas pelos ouvintes.

Mensagem por exemplo do ouvinte Luís Lucas, rua Bernardino Pastorino, próximo a rua dos Maias, esgoto a céu aberto inundando as duas vias. Pessoas não podem nem usar a parada de ônibus por causa desse problema. A Valquíria reclamando que os semáforos estão desligados em Viamão na altura do Big. Ônibus trancou na subida da Pereira Neto com Cavallhada, avisa ouvinte. Mais um aqui, o Rafael Flores reclamando de ônibus. “Será que tem explicação para o R9 das 6h45 estar atrasado todos os dias e o das 6h55 também atrasado, uma falta de respeito com o usuário”. Morador do bairro colina, desde o último temporal caiu uma árvore e a prefeitura foi até o local, cortou árvores e deixou até agora e não retirou as árvores que foram cortadas. Diz que já ligou quatro vezes, o Éderson que está mandando a mensagem aqui, é a tua Leônida Cunha, 285. Ouvinte que faz a reclamação lá de Guaíba. Tem mais um aqui reclamando do buraco na rua João Luderitz, 550, praça em frente de um condomínio. Já fez reclamação sobre o buraco e inclusive a prefeitura teria arrumado e já voltou de novo, ouvintes que mandam mensagem aqui para o WhatsApp da Rádio Gaúcha. (RÁDIO GAÚCHA, 18 out. 2017).

A última hora de programa é preenchida, ainda, pelo comentário econômico de Giane Guerra, pela participação de Felipe Gamba com o futebol, o quadro *Manchetes do Dia*, infor-

mações do trânsito na região metropolitana com o repórter Paulo Rocha e o comentário de Daniel Scola sobre o que será notícia no *Gaúcha Atualidade*.

A quinta-feira foi marcada pela intensidade das chuvas, que tiveram início na noite do dia 18 de outubro. Santa Maria, no centro do estado, foi o município mais afetado pelo temporal, com ventos que ultrapassaram os 100 km/h e prejuízos aos moradores com destelhamento de casas, queda de postes e árvores e alagamentos. Marcelo Drago, no comando do Madrugada Gaúcha, entrevistou nos minutos finais do programa o coordenador regional da Defesa Civil em Santa Maria, major Gerson Freitas Marques, que recomendou que, se possível, os santamarienses não saíssem de casa.

Antônio Carlos Macedo, ao dar início ao *Gaúcha Hoje*, não tardou a informar sobre os prejuízos que a chuva estava causando e convocar a participação dos ouvintes para comunicarem sobre a situação do temporal em sua região:

Bom dia, estamos chegando. *Gaúcha Hoje* pela Rádio Gaúcha no comando na Rede Gaúcha SAT. Temporal pegando feio pelo estado. Santa Maria com muitos prejuízos. Entrevistamos há pouco o coordenador da defesa civil estadual no município e os prejuízos realmente preocupam. Boa parte da cidade está sem luz, sem telefone e sem internet. A orientação é para que os moradores busquem ajuda junto à defesa civil em Santa Maria. Quem não tem condições de manter contato por telefone, que vá pessoalmente à sede da defesa civil municipal para pedir ajuda. Felizmente, apesar do estrago reconhecido e relatado por vários ouvintes e também confirmado pelo coordenador da defesa civil, felizmente ninguém se machucou com gravidade. Uma ou outra escoriação, mas nada de grave. A cidade de Santiago, que fica em direção ao noroeste, fica na região centro mas a cerca de 50 quilômetros de Santa Maria, também sofreu prejuízos. Mas de lá não temos dados mais concretos sobre o resultado do temporal. Instabilidade que avança, o Cléo Kuhn há pouco me mostrou uma imagem de satélite que realmente assusta. Uma imagem totalmente vermelha da instabilidade que avança pelo Rio Grande do Sul, essa que passou por Santa Maria e toma conta de praticamente toda a metade norte do estado, ou seja, várias regiões ainda estão suscetíveis a temporais ao longo do dia ou pelo menos nas próximas horas. Fique atento na sua região, fique alerta, não facilite, especialmente se começar a ventar forte. Há relatos lá de Santa Maria de ventos que podem ter passado de 100 km/h. Então não arrisque, não saia para a rua, não tente andar no trânsito em caso de temporal, porque a gente sabe né que a melhor saída nesse momento é buscar um abrigo mais seguro possível. Não se arrisque, não se aventure, porque realmente o tempo está adverso, o tempo está causando muitos transtornos Rio Grande do Sul afora e eles ainda não acabaram. E o amigo ouvinte, amiga ouvinte já na audiência, por favor, o 99699-5218 é o nosso WhatsApp. Nos atualize sobre os problemas na sua região, sejam eles causados por ventos, por temporais, ou mesmo problemas no trânsito, nas estradas, eventuais bloqueios, eventuais alagamentos, por favor, nos atualizem. Essa é a hora em que um ajuda o outro, né. Um mutirão de informação aí que um ajuda o outro. A pessoa que vê alguma coisa e informa está ajudando um terceiro que mais adiante, por estar em um outro ponto, poderá alertá-lo e ajudá-lo da mesma forma. (RÁDIO GAÚCHA, 19 out. 2017)

O meteorologista Cléo Kuhn explica sobre a instabilidade das massas de ar sobre o Rio Grande do Sul, que afetou principalmente a metade norte do estado, mas também destaca a importância da audiência notificar os problemas que estão ocorrendo em sua região.

A gente só tem o relato, Macedo, do granizo que cai na cidade, e que cai em cima da casa do Cléo, que se dispõe a informar a Rádio Gaúcha que tem granizo. Porque de repente cai lá no Drago e o Drago diz “ah, não vou falar pra ninguém”, aí ninguém fica sabendo que deu granizo lá no Drago. Entendo como é o negócio? Então, quer dizer, quem informa é uma quantidade não muito grande de pessoas, então na realidade a gente pode dizer assim “olha, o dobro do que a gente tem que informação deve ter acontecido”. (RÁDIO GAÚCHA, 19 out. 2017)

Os ouvintes não demoram a mandar mensagens informando os problemas causados pelo temporal em diversas regiões do Rio Grande do Sul, principalmente o centro do estado. As mensagens informam outras cidades onde a chuva está afetando os moradores, além de problemas decorrentes dela, como bloqueios nas rodovias, postes e árvores caídos, ausência de luz, entre outros. Jocimar Farina, coapresentador do programa, acompanha as mensagens recebidas e transmite as informações da audiência no ar.

— Jocimar Farina já está ali com o nosso WhatsApp para controlar o envio de mensagens dos ouvintes. Já temos algum alerta aí diferente de outra região além dessas que já chegaram aqui ao nosso conhecimento, Jocimar?

— É, o relato é de tempo feio, tempo com chuva, com vento, por todo o Rio Grande do Sul. Aqui chegam relatos principalmente dessa região noroeste e também já aqui na região metropolitana. (RÁDIO GAÚCHA, 19 out. 2017)

— Jocimar, algum alerta urgente aí?

— Não, o pessoal comentando bastante sobre vento forte, né, em muitas partes do estado e a chuva que já está atingindo a região metropolitana e o vendaval para os lados do noroeste do estado. São relatos nesse sentido, algumas localidades com relatos de granizo, mas muitos, muitos relatos realmente do pessoal informando a chuva na sua região. (RÁDIO GAÚCHA, 19 out. 2017)

Na Baltazar de Oliveira Garcia, quem vem de Viamão, perto do colégio São Francisco, poste quase caindo na avenida, segurado pelos fios. "Um perigo", diz a Sandra. Três árvores caídas na BR-290 em São Gabriel, bombeiros no local. "Cuidado", avisa o Lauro. RS-344 com árvore na pista, em Santo Ângelo. Bloqueia parcialmente. Carro parado na Baltazar, próximo ao colégio São José. Poste quase caindo no meio da rua, fios estão atravessados de um lado ao outro, é o Alex que também manda mensagem pra gente. Aqui seguem centenas de relatos de chuva pelo Rio Grande do Sul. (RÁDIO GAÚCHA, 19 out. 2017)

— Jocimar, mais um relato rápido das últimas mensagens dos ouvintes, com alertas sobre os rigores do tempo e suas consequências no estado.

— Seguem as dezenas, centenas de mensagens desde o início do programa falando sobre a chuva no Rio Grande do Sul agora. E os relatos dos problemas a gente traz aqui: semáforo da parada 32, em Viamão, amarelo piscante com risco de acidentes, diz o Armando. Um motoqueiro caído no asfalto na altura da parada 56 de Cachoeirinha, com Brigada Militar no local aguardando socorristas, avisa a Cláudia. BR-392, sem Sete de Setembro, três árvores caídas bloqueando totalmente a rodovia. Só está passando carros pequenos, não estão passando ônibus e caminhões, só carros. Entre Santo Ângelo e Cerro Largo, sem sinalização e polícia. Sinalização apagada no cruzamento da Loureiro da Silva com José do Patrocínio, aqui em Porto Alegre. Coronel Corte Real com muito lixo pela rua. Tem mais relatos aqui de ouvintes falando que a CEEE já está no local consertando aquele problema do poste caído na Baltazar de Oliveira Garcia. (RÁDIO GAÚCHA, 19 out. 2017)

Ao todo, os ouvintes protagonizaram sete inserções no programa com a leitura das notificações sobre o mau tempo, chuva intensa, problemas no trânsito, falta de luz, postes e árvores caídas. Mas as mensagens recebidas, de acordo com Jocimar, foram centenas.

— Jocimar Farina, estamos de olho aí nas consequências causadas pela chuva no Rio Grande do Sul afora. O que os ouvintes estão relatando e quais são as mensagens mais urgentes?

— Relatos de problemas no trânsito aqui em Porto Alegre, são vários relatos. Por exemplo, tem semáforos apagados na Diário de Notícias. AJ Renner com única saída do bairro Humaitá. Pontos de alagamento, sinaleiras desligadas na parada 72 e também na parada 73 em Gravataí. Veranópolis, bloqueio em meia-pista, sentido Passo Fundo depois do acesso principal. Perimetral, aqui em Porto Alegre, parada por alagamento no viaduto da Nilo Peçanha. Árvore caída entre a Marilan e a Cândido Silveira. Ruas em torno do Bourbon Assis Brasil todas cheias d'água, sinaleira da Américo Vespúcio para cruzar a Perimetral estragada. BR-286 em meia-pista em São José do Herval. Árvore caída na José Brambila em Cachoeirinha. Árvore bloqueando parcialmente a 290 no quilômetro 268, em Cachoeira do Sul. BR-386, em Nova Santa Rita, com muita água acumulada na pista. Bento Gonçalves, lixo espalhado por tudo. Água na pista na parte de cima do viaduto da 3ª Perimetral na Nilo Peçanha. Serra de Pouso Novo com árvores caídas, alguns dos relatos dos nossos ouvintes. (RÁDIO GAÚCHA, 19 out. 2017)

Para além dos relatos de chuva e prejuízos causados pelo temporal no estado, a quarta edição do *Gaúcha Hoje* na semana observada seguiu a estrutura tradicional, com as três edições do *Top 10 GaúchaZH*, duas edições do *Expresso de Notícias*, participação da Central de Esportes, e quadros *Nosso Mundo Sustentável*, *Almanaque Gaúcha Hoje*, *Fique de Olho*, *Vestindo a Camiseta*, e comentários de Cláudio Britto, Felipe Gamba e Daniel Scola.

Observou-se que na quinta-feira a participação dos ouvintes foi intensificada devido à situação do mau tempo e transtornos causados pelo temporal que atingiu a metade norte do estado, principalmente o município de Santa Maria. Jocimar Farina não consegue quantificar o número de mensagens que foram recebidas, mas garante que foram centenas e que é provável que tenha chegado a mil mensagens durante a transmissão do programa. Devido à adver-

sidade climática, o apresentador do Gaúcha Hoje solicitou mais vezes a participação dos ouvintes para informarem os transtornos causados pela intensidade das chuvas em suas regiões. Segundo ele, um momento como este requer ajuda mútua, pois “a pessoa que vê alguma coisa e informa está ajudando um terceiro que, mais adiante, por estar em um outro ponto, poderá alertá-lo e ajudá-lo da mesma forma” (RÁDIO GAÚCHA, 19 out. 2017).

A frequente participação do ouvinte e entrada dos repórteres das cidades atingidas e do trânsito, informando os problemas causados pela chuva e as consequências para a mobilidade urbana, tomou uma parcela maior da programação, de modo que menos quadros integraram o programa na quinta-feira. Os únicos quadros que foram transmitidos no Gaúcha Hoje do dia 19 de outubro foram o Nosso Mundo Sustentável, Almanaque Gaúcha Hoje, Vestindo a Camiseta e os tradicionais Top 10 Gaúcha ZH, Expresso de Notícias e Fique de Olho.

A sexta-feira, 20 de outubro, já tinha um tempo estável que ajudaria a normalizar a situação causada pela chuva do dia anterior. Ao iniciar o programa, Macedo celebra a presença do tempo aberto para ajudar a secar os pontos de alagamento e permitir que os reparos dos danos causados pelo temporal possam ser executados.

A primeira hora do programa é preenchida pela conversa entre os integrantes do programa sobre a chuva do dia anterior e sobre o tradicional chimarrão, pela primeira edição do Top 10 GaúchaZH e Expresso de Notícias, informações das ocorrências da madrugada, trânsito, informações do Campeonato Brasileiro com a Central de Esportes, e os quadros Fralda Cheia e Espaço do Caminhoneiro.

O apresentador propõe aos ouvintes uma brincadeira que preenche as duas últimas horas de programação com a participação da audiência.

Hoje, pessoal, a nossa trilha sonora vai ser interativa. Desafios para o senhor, a senhora, que estão na audiência. Como nós sabemos, né, aqui tem muitas versões de músicas estrangeiras, canções que foram traduzidas para o português e gravada pelos nossos artistas. A nossa trilha sonora é no sentido contrário: músicas brasileiras que foram vertidas para outros idiomas, principalmente para o inglês, gravadas por grandes nomes da música. Então nós vamos rodar, e quem em primeiro lugar descobrir o intérprete e o nome da música em português vai ter o nome citado aqui no programa. Certo? Vamos começar. Quem está cantando? Qual é a música? Rodando! (RÁDIO GAÚCHA, 20 out. 2017)

Mesmo que a brincadeira não concedesse nenhum prêmio, apenas a participação no programa, os ouvintes se engajaram em reconhecer as músicas brasileiras que estavam sendo interpretadas por artistas internacionais e alguns nomes apareceram com mais frequência durante a trilha sonora interativa.

— O primeiro que acertou, é um dos que estão acertando mais...

— É o líder do ranking?

— É, é o Renato, de Serafina Corrêa. O Fábio Amorim também tá bem na parada, assim como o “Cascão” lá de Feliz, que são os que mais mandam mensagem acertando a trilha sonora de hoje. (RÁDIO GAÚCHA, 20 out. 2017)

Com as versões internacionais de *Insensatez*, *Anna Júlia*, *Garota de Ipanema*, *Tico-tico no Fubá*, *Maluco Beleza* e *Mas que nada*, Macedo incentiva a participação dos ouvintes em inserções no programa na tentativa de reconhecer a música e o intérprete da canção. Mas, além da brincadeira proposta pelo apresentador, a audiência não deixa de participar para informar problemas em suas regiões, ainda que em participação menor em comparação ao dia anterior.

— Tem algum recado da audiência a respeito do dia, da chuva, do mau tempo, ou hoje tá tudo tranquilo, Jocimar Farina?

— Não, hoje tá sendo completamente diferente. Hoje nós estamos recebendo em torno de 10% de mensagens que recebemos ontem.

— Ontem o pessoal tava mais do que disposto a participar, estava assustado, né?

— Estava assustado, preocupado, querendo se informar e também informando o que acontecia pelo interior do estado e também aqui na região metropolitana. Hoje o dia tá bem tranquilo, as condições do tempo favoráveis, e o pessoal mandando mensagem aqui, por exemplo, lá de Cerro Grande do Sul, o Lisiano falando que está faltando luz na cidade, e o Saulo que tá informando que tem um caminhão-tanque tombado no canteiro central da BR-101, no quilômetro 58, entre Sanga Funda e Terra de Areia. (RÁDIO GAÚCHA, 20 out. 2017)

Contando com inserções da audiência na trilha sonora interativa, a última edição da semana do Gaúcha Hoje incluiu, ainda, as edições do Top 10 Gaúcha ZH das 6h e das 7h, o Expresso de Notícias das 6h30, os quadros Almanaque Gaúcha Hoje, Fralda Cheia, Vestindo a Camiseta e Manchetes do Dia, a participação da Central de Esportes com as notícias do Campeonato Brasileiro e informações da dupla Grenal, além dos comentários de Cláudio Britto, Giane Guerra e Daniel Scola.

Como a sexta-feira, 20 de outubro, foi um dia menos agitado no campo jornalístico, Macedo incentivou a participação dos ouvintes através da trilha sonora interativa. Tocando uma versão internacional de músicas brasileiras, o apresentador incitava a audiência a mandar mensagens tentando adivinhar a música e o intérprete da canção.

Os pontos que divergiram do que foi identificado como o natural da programação foram pontuados devido às notícias que preencheram os programas em questão. Dias considerados mais calmos têm menos mensagens enviadas ao WhatsApp da Rádio Gaúcha, como ob-

servado na terça-feira, trazendo as habitais mensagens de bom dia e informando problemas no trânsito ou reclamações ao poder público.

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

A parceria entre Antônio Carlos Macedo e os ouvintes da Rádio Gaúcha completou 20 anos em 2017. Em duas décadas de inserção da participação do público e com o desenvolvimento da emissora no contexto da convergência, o envolvimento da audiência se tornou presente na grande maioria dos programas da Gaúcha. Pode-se dizer que o verificado vai ao encontro do contexto de quase-interação mediada estudada por Thompson, onde a programação seria transmitida:

[...] para um número indefinido de receptores que têm relativamente poucas oportunidades de contribuir diretamente para o curso de o conteúdo da quase-interação. Há, é claro, algumas avenidas de intervenção abertas aos receptores. Eles podem telefonar ou escrever às companhias de televisão para manifestar apoio ou repúdio a determinados programas. [...] Mas, na prática, estas avenidas que intervenção são usadas por muito poucos indivíduos. Para a grande maioria dos receptores, a única maneira que eles têm para intervir na quase-interação é na decisão de sintonizar a televisão, de continuar com ela ligada, de prestar algum grau de atenção, de trocar de canal ou de desligá-la quando não tiver nenhum interesse na sua programação (THOMPSON, 2002, p. 89)

Mas, no contexto da convergência mediática, conforme descrito por Henry Jenkins, as mídias se confundem e seus limites tornam-se indefinidos. Entre as suas conceituações, convergência se refere ao advento em que “as velhas e as novas mídias colidem, onde a mídia corporativa e a mídia alternativa se cruzam, onde o poder do produtor de mídia e o poder do consumidor interagem de maneiras imprevisíveis (JENKINS, 2004, p. 29). Neste cenário, os consumidores de informação deixam de ser restritos em suas possibilidades de intervenção na produção de conteúdos, tendo um leque de possibilidades para manifestar sua opinião, seu apoio ou seu repúdio à programação. Assim, o verificado no *Gaúcha Hoje* vai ao encontro da ideia de que: “Se os antigos consumidores eram tidos como passivos, os novos consumidores são ativos” (JENKINS, 2004, p. 45).

Trocar de estação, telefonar ou escrever para a emissora não são mais as únicas opções disponíveis para participar da programação. Dentro dessas novas circunstâncias, a Gaúcha, no contexto da convergência, se tornou uma rádio que se expandiu para outras plataformas e redefiniu sua proposta. Marcelo Kischinhevsky observa que, “num cenário de crescente convergência mediática, o rádio foi forçado a se reinventar mais uma vez e, surpreendentemente, mostrou maior capacidade de reação do que outros meios de comunicação” (2016, p. 13). O

pesquisador caracteriza o meio como rádio expandido, porque extrapola a transmissão em ondas hertzianas para se estender às plataformas digitais e redes sociais, observando que:

Nesse novo ambiente midiático, o rádio tem se mostrado ágil na associação com mídias sociais, diretórios e portais, em vez de tentar construir estruturas próprias, caras e sem garantia de adesão dos ouvintes. Assim, potencializa a circulação de seus conteúdos e explora sua maior vantagem competitiva diante da TV e da imprensa: a comunicação de base sonora, que permite a realização de outras atividades simultânea à escuta (KISCHINHEVSKY, 2016, p. 16)

O gerente executivo de jornalismo da Rádio Gaúcha, Cyro Martins, ressalta que, para chegar aos 90 anos de história, a Rádio percebeu a necessidade de se adaptar ao novo cenário ditado pela cultura da convergência para também extrapolar as ondas hertzianas e se estender a outras plataformas. Dessa forma, “a Rádio Gaúcha passou a ser Gaúcha, uma marca que oferece seu conteúdo em múltiplas plataformas, ancorada em qualidade e credibilidade” (MARTINS, 2017).

A partir desses conceitos anteriormente estudados nesta monografia e com base no *newsmaking* e na observação participante durante uma semana de transmissão dos programas, pode-se concluir que a participação do ouvinte, desenvolvida na Rádio Gaúcha pelo apresentador Antônio Carlos Macedo, atende aos critérios previstos pela cultura da convergência (JENKINS, 2004) e ao conceito de rádio expandido (KISCHINHEVSKY, 2016), superando algumas limitações previstas por Thompson (2002).

A participação dos ouvintes, formatada pelo apresentador da Gaúcha, teve início no *Chamada Geral* e se desenvolveu como instrumento para o levantamento de pautas e apuração de assuntos de relevância para a audiência da emissora. Sem abrir espaço para opinião ou críticas dos ouvintes, concentra-se em divulgar os problemas locais que possam estar sendo vivenciados, reclamações ao poder público, problemas de mobilidade e trânsito, entre outros, dentro do que Jocimar Farina (18 out. 2017) chama de “aplicar um filtro jornalístico” para que a informações transmitida possa ser útil a outros ouvintes.

Um exemplo da aplicação da participação dos ouvintes no levantamento de pautas relevantes e de interesse público foi o desenvolvimento do aplicativo *Pelas Ruas*. O aplicativo, disponível para a maioria dos sistemas operacionais de smartphone, definido como uma plataforma colaborativa em que usuários discutem e compartilham problemas urbanos de Porto Alegre e região metropolitana, em uma iniciativa do Grupo RBS. “Basta enviar uma foto e uma breve descrição do problema para você compartilhar com as outras pessoas o que vê a sua volta. É possível também interagir com as postagens de outros usuários, formando uma rede de informação” (PELAS..., 2017).

O *Gaúcha Hoje* conta com a participação dos ouvintes através de mensagens via WhatsApp, aplicativo de mensagens instantâneas, e através dos comentários na página do Facebook do programa. As mensagens divulgadas são aquelas que trazem informações que podem ser úteis a outros ouvintes, como problemas de trânsito ou clima, e aquelas que contêm uma reclamação ao poder público, como problemas nas vias, ausência ou má prestação de um serviço público. Jocimar Farina recebe mensagens com informações que precisam ser apuradas e, para isso, tais mensagens são encaminhadas para os repórteres de trânsito ou para a chefia de reportagem. Após apuração e confirmação do fato, a informação é transmitida durante o programa com a identificação de que a informação foi passada por um ouvinte. Além disso, a página no Facebook do programa dá espaço às interações dos ouvintes com a equipe do programa, opinando sobre o que é informado e interagindo com as publicações postadas.

Dessa forma, através do estudo *Antônio Carlos Macedo e a participação do ouvinte no Gaúcha Hoje*, pode-se concluir que a participação da audiência é aproveitada através das mensagens enviadas pelo WhatsApp e comentários no Facebook, dando prioridade para divulgação das mensagens que trazem alguma informação relevante a outros ouvintes ou respondendo a alguma pergunta do apresentador, quando Macedo solicita as mensagens do público a respeito de algum assunto. Tal envolvimento continua contendo como princípio o auxílio dos ouvintes para notificar acontecimentos que nem o poder público nem o jornalismo foram capazes de chegar primeiro, facilitando a transmissão de informações relevantes para o resto da população e, às vezes, levando a desenvolvimento de pautas que se tornam reportagens ou auxiliando a população a ter seu problema resolvido pelo poder público através da divulgação do fato.

Esta monografia não pretende apresentar o desfecho da história de parceria entre Antônio Carlos Macedo e os ouvintes da Rádio Gaúcha. Conforme outros agentes forem surgindo na comunicação, o modo que a interação da audiência ocorre pode sofrer alterações impostas pelo novo cenário e ter uma nova formatação, como previsto por Jenkins no contexto da convergência, não temos um ponto final, mas um processo contínuo, fazendo surgir, assim, a necessidade de novos estudos na área.

REFERÊNCIAS

- ALVES, Léia. **Rádio Gaúcha, 70 Anos: Uma potência em todos os sentidos.** Imprensa: O jornalismo da comunicação, São Paulo, v. 10, n. 113, p.70-73, fev. 1997. Mensal.
- ANTÔNIO CARLOS MACEDO. Apresentador do Gaúcha Hoje e do Chamada Geral – Primeira Edição. Entrevista pessoal em 5 de junho e 19 de outubro de 2017.
- BRITTOS, Valério Cruz. **O rádio brasileiro na fase da multiplicidade da oferta.** Verso & Reverso, São Leopoldo: Editora da Unisinos, ano 16, n. 35, p. 31-54, jul.-dez. 2002.
- FERRARETTO, Luiz Artur. **Os 60 anos das Emissoras Reunidas, de Arnaldo Ballvé.** 2006. Disponível em: <<http://www2.carosouvintes.org.br/os-60-anos-das-emissoras-reunidas-de-arnaldo-ballve/>>. Acesso em: 19 nov. 2017.
- FERRARETTO, Luiz Artur. **Rádio: o veículo, a história e a técnica.** 2. ed. Porto Alegre: Sagra Luzzatto, 2001. 375p.
- FERRARETTO, Luiz Artur. **Rádio e Capitalismo no Rio Grande do Sul: As emissoras comerciais e suas estratégias de programação na segunda metade do século 20.** Canoas: Editora da Ulbra, 2007. 631 p.
- FERRARETTO, Luiz Artur. **Uma proposta de periodização para a história do rádio no Brasil.** Eptic – Revista Eletrônica Internacional de Economia Política das Tecnologias da Informação e Comunicação, Aracaju: Observatório de Economia e Comunicação da Universidade Federal de Sergipe, v. XIV, n. 2, maio-ago. 2012.
- FERRARETTO, Luiz Artur; KISCHINHEVSKY, Marcelo (Org.). **Rádio.** In: SOCIEDADE BRASILEIRA DE ESTUDOS INTERDISCIPLINARES DA COMUNICAÇÃO (São Paulo). Enciclopédia INTERCOM de Comunicação. São Paulo: Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação, 2010. p. 1009-1010.
- FONSECA, V. **A economia política e os estudos de comunicação.** Verso e Reverso, São Leopoldo: Universidade do Vale do Rio dos Sinos, v. 21, n. 48, 2007. Disponível em <<http://www.revistas.univerciencia.org/index.php/versoereverso/article/view/5761/5219>>. Acesso em: 24 set. 2017.
- JENKINS, Henry. **Cultura da convergência.** São Paulo: Aleph, 2008.
- KISCHINHEVSKY, Marcelo. **Rádio e mídias sociais: mediações e interações radiofônicas em plataformas digitais de comunicação.** Rio de Janeiro: Mauad X, 2016.
- KLÖCKNER, Luciano. **A notícia na Rádio Gaúcha: Orientações básicas sobre texto, reportagem e produção.** Porto Alegre: Sulina, 1997. 124 p.
- MARTINS, Cyro. **Gaúcha: Muito mais que uma rádio.** 2017. Disponível em: <<http://casestudies.com.br/gaucha-muito-mais-que-uma-radio/>>. Acesso em: 27 nov. 2017.

PELAS Ruas. **Descrição do aplicativo pela Play Store.** Disponível em: <<https://play.google.com/store/apps/details?id=br.com.gruporbs.pelasruas>>. Acesso em: 12 dez. 2017.

RÁDIO GAÚCHA. **Gaúcha Hoje**, Porto Alegre, 16 out. 2017. Programa de rádio.

RÁDIO GAÚCHA. **Gaúcha Hoje**, Porto Alegre, 17 out. 2017. Programa de rádio.

RÁDIO GAÚCHA. **Gaúcha Hoje**, Porto Alegre, 18 out. 2017. Programa de rádio.

RÁDIO GAÚCHA. **Gaúcha Hoje**, Porto Alegre, 19 out. 2017. Programa de rádio.

RÁDIO GAÚCHA. **Gaúcha Hoje**, Porto Alegre, 20 out. 2017. Programa de rádio.

RANZOLIN, Armindo Antonio. **Compromisso com a Qualidade da Informação.** In: KLÖCKNER, Luciano. *A notícia na Rádio Gaúcha: Orientações básicas sobre texto, reportagem e produção.* Porto Alegre: Sulina, 1997.

SANTOS, Suzy. **Convergência.** In: MARCONDES FILHO, C. (Org.). *Dicionário da Comunicação.* São Paulo: Paulos, 2009. p. 79-80.

SÉRGIO DILLENBURG (Rio de Janeiro). Centro de Pesquisa e Documentação de História Contemporânea do Brasil (Org.). *Acervo do CPDOC: Rádio Gaúcha.* 2009. Verbete. Disponível em: <<http://www.fgv.br/cpdoc/acervo/dicionarios/verbete-tematico/radio-gaucha>>. Acesso em: 19 nov. 2017.

STRELOW, Aline. **Análise global de processos jornalísticos:** Uma proposta metodológica. 2010. Disponível em: <<http://www.pucrs.br/edipucrs/analiseglobal.pdf>>. Acesso em: 21 out. 2017.

THOMPSON, John B. **A mídia e a modernidade:** uma teoria social da mídia. 5.ed. Petrópolis: Vozes, 2002. p. 77-107.

VALÉRIO Brittos fala sobre Economia Política da Comunicação. 2011. (1 min.), color. Disponível em: <<https://www.youtube.com/watch?v=js815pdQUjI>>. Acesso em: 17 set. 2017.

WOLF, Mauro. **Teorias da Comunicação.** 8. ed. Lisboa: Presença, 2001.