
Abordagens sobre o jornalismo presente no site das rádios maranhenses¹

Nayane Cristina Rodrigues de BRITO²
Universidade Federal de Santa Catarina, Florianópolis, SC

RESUMO

Este artigo tem o objetivo de analisar o material jornalístico postado nos sites das emissoras radiofônicas maranhenses, a partir das sete características de webjornalismo (hipertextualidade, multimídia, interatividade, memória, instantaneidade, personalização e ubiquidade), propostas por Canavilhas (2014). A partir das páginas com matérias atualizadas realizou-se um estudo de caso com as informações jornalísticas dos sites de duas rádios comerciais e duas comunitárias, respectivamente: Rádio Difusora Sul AM, localizada em São Luís; situada em Imperatriz, a Rádio Nativa FM; Rádio Alternativa, da cidade de Barra do Corda; por fim a Rádio Itapicuru FM, de Colinas. Constata-se que esses veículos ainda não exploram todas as possibilidades das propriedades do webjornalismo indicadas pelo autor.

PALAVRAS-CHAVE: rádio; jornalismo; características de webjornalismo; sites de rádios maranhenses.

INTRODUÇÃO

As emissoras radiofônicas antes transmitidas apenas por ondas hertzianas, atualmente podem ser acompanhadas pela web. Essa configuração incorpora novos elementos como a imagem, vídeo e o texto. Um meio tradicional que se adapta as possibilidades tecnológicas. As alterações ultrapassam essas questões tecnológicas, estabelecem ainda outras formas de consumo e comportamentos dos ouvintes.

Assim, este trabalho apresenta a seguinte questão: Quais as características das informações jornalísticas apresentadas nos sites das rádios maranhenses? A partir dessa questão central busca-se verificar o material jornalístico veiculado nos sites das emissoras radiofônicas maranhenses, a partir das sete características de webjornalismo

¹ Trabalho apresentado no GP Rádio e Mídia Sonora, XVIII Encontro dos Grupos de Pesquisas em Comunicação, evento componente do 41º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação. Vale destacar, que um resumo expandido com as abordagens deste artigo foi apresentado no III Simpósio Nacional do Rádio.

² Doutoranda do programa de Pós-graduação em Jornalismo da Universidade Federal de Santa Catarina (UFSC), Florianópolis, Brasil. Integra o Grupo de Pesquisa, Jornalismo, Mídia e Memória - JOIMP e o Grupo de Investigação em Rádio, Fonografia e Áudio - GIRAFÁ. Bolsista da Fundação de Amparo à Pesquisa e Inovação do Estado de Santa Catarina (FAPESC)/CAPES. E-mail: nayanebritojornalista@gmail.com

(hipertextualidade, multimídia, interatividade, memória, instantaneidade, personalização e ubiquidade), propostas por Canavilhas (2014).

Compreende-se a importância deste estudo na averiguação das especificidades das informações jornalísticas do rádio na web. Além disso, este levantamento corrobora para as verificações iniciais do radiojornalismo nas rádios maranhenses, objeto de pesquisa da tese desta pesquisadora.

Para a análise das informações jornalísticas inicialmente realizou-se um mapeamento dos sites das rádios maranhenses em funcionamento. O mapeamento foi sistematizado em uma tabela do Excel contendo o nome das emissoras; endereço eletrônico; informações gerais; modalidade (AM ou FM); tipo (comercial, comunitária, educativa, universitária e não identificado); e informações jornalísticas (atualizadas, desatualizadas e ausente).

A partir desses elementos registrados traçou-se um breve perfil dos sites desses veículos radiofônicos com ênfase nas distinções entre as páginas das rádios comerciais e as demais. Nesse primeiro passo da pesquisa são reveladas as poucas atualizações das informações jornalísticas nas páginas mapeadas. Para a verificação das matérias com base nas características de webjornalismo sugeridas por Canavilhas (2014) selecionou-se quatro sites de rádios entre aqueles que estavam com as notícias atualizadas.

Realizou-se também um estudo de caso com os sites de duas rádios comerciais e duas comunitárias. São elas respectivamente: Rádio Difusora Sul AM³, localizada em São Luís; situada em Imperatriz, a Rádio Nativa FM⁴; Rádio Alternativa⁵, da cidade de Barra do Corda; por fim a Rádio Itapicuru FM⁶, de Colinas. Quanto aos textos jornalísticos, analisou-se as publicações dos dias 15 a 20 de janeiro de 2018.

Yin (2001) apresenta o estudo de caso como uma estratégia de pesquisa que pressupõe procedimentos pré-estabelecidos para analisar um tópico. O autor complementa que trata-se de “[...] uma investigação empírica que investiga um fenômeno contemporâneo dentro do seu contexto da vida real, especificamente quando os limites entre o fenômeno e o conteúdo não estão claramente definidos” (YIN, 2001, p. 33).

³ Verificar pelo site: <http://www.ma10.com.br/difusora-680-am-ao-vivo/>

⁴ Verificar pelo site: <http://www.fmnativa.com.br/>

⁵ Verificar pelo site: <http://www.alternativadabarra.com.br/>

⁶ Verificar pelo site: http://www.itapicurufm.com.br/quem_somos.php/

JORNALISMO NO RÁDIO APÓS A INTERNET

O jornalismo no rádio brasileiro inicialmente improvisava em formato e linguagem, os primeiros anos de funcionamento são marcados pelo amadorismo de um meio de comunicação recém-chegado no Brasil (ZUCULOTO, 2012). Na década de 1940 com o programa radiofônico “Repórter Esso”, a síntese noticiosa passa a ser a marca do radiojornalismo. Em 1950, chega ao Brasil a TV, uma tecnologia audiovisual, os veículos radiofônicos passam a investir mais na informação para sobrevivência do meio. Assim, a partir da década de 1960, o radiojornalismo ganhou mais destaque nas emissoras de rádio.

As possibilidades tecnológicas contribuíram significativamente para novas apropriações no meio radiofônico. Nesse sentido, novos formatos são pensados, a exemplo de radiojornais produzidos especificamente para a internet, na busca de acompanhar as transformações advindas da convergência midiática. As adaptações sofridas pelo rádio com a inserção da internet não se resumem apenas ao jornalismo veiculado nesse meio, Ferraretto e Kischinhevsky (2010) ressaltam as estratégias, em diferentes momentos, diante do surgimento da televisão e da internet.

O rádio, no passado, adapta-se à televisão, fugindo da concorrência direta pela segmentação do conteúdo e pela alteração do seu prime time, que passa da noite para a manhã, e, graças à transistorização, pela modalidade do receptor. E, na contemporaneidade, usa a rede mundial de computadores como fonte de conteúdo e suporte de transmissão. (FERRARETTO; KISCHINHEVSKY, 2010, p. 6)

Em 1996 surgem os primeiros sites de emissoras de rádio no Brasil especializados em jornalismo. Bianco (2004, p.23) compara essas primeiras experiências com folhetos eletrônicos, utilizados com a finalidade de apresentar a programação da emissora. No texto publicado em 2004 a pesquisadora apresentou os resultados de uma pesquisa que objetivou entender se as “rádios especializadas em notícia ao disponibilizarem conteúdo jornalístico na Internet estão produzindo jornalismo online”. Para tanto, a autora verificou as rotinas produtivas do site das emissoras paulista Jovem Pan AM e Bandeirantes AM. Após as análises ela constatou o conservadorismo dos veículos quanto a produção de notícias em que o conteúdo veiculado nas rádios eram traspostos para o online “[...] com a mínima adaptação, sem explorar as características hipertextuais e multimídia inerentes à nova mídia” (BIANCO, 2014, p. 31).

Lopez (2010, p. 41) ressalta que, para trabalhar nesse novo contexto, é necessário repensar não apenas as relações com o público, é preciso vislumbrar ferramentas que colaborem na produção de notícias e ainda no contato com as fontes. Portanto, enfatiza a autora, ocorre uma configuração no veículo nas definições e estratégias de linguagem. “É o momento em que se configura a produção multimídia, com repórteres multiplataforma produzindo conteúdo em áudio, vídeo, texto, fotografia e infografia para a emissora” (LOPEZ, 2010, p. 112).

Diante dessas considerações parte-se para verificar o material jornalístico veiculado nos sites das emissoras radiofônicas maranhenses, a partir das sete características de webjornalismo (hipertextualidade, multimídia, interatividade, memória, instantaneidade, personalização e ubiquidade) propostas por Canavilhas (2014). Assim, é oportuno teorizar esses conceitos, conforme verifica-se a seguir.

Canavilhas (2014) reflete acerca da hipertextualidade nos textos inseridos na web, na condição de uma das características fundamentais do jornalismo na internet. O texto na web “[...] transforma-se numa tessitura informativa formada por um conjunto de blocos informativos ligados através de hiperligações (links), ou seja, num hipertexto” (CANAVILHAS, 2014, p.4). O autor expõe algumas propostas de arquiteturas para a notícia na web, um conjunto de estratégias que orientam o trabalho dos jornalistas na produção noticiosa específica para a internet, de modo geral orienta-se que as notícias tenham uma arquitetura aberta e interativa.

Além da presença do texto nas páginas online, Salaverría (2014) comenta sobre a possibilidade de combinar a esse “tronco que sustenta a árvore multimídia”, em uma mesma plataforma e simultaneamente diferentes formatos comunicativos. “Compor eficazmente uma mensagem multimídia implica coordenar tipos de linguagem ou formatos que tradicionalmente se manipulavam em separado” (SALAVERRÍA, 2014, p.). O autor elenca oito elementos que constituem os conteúdos multimídia, são eles: texto; fotografia; gráficos, iconografia e ilustrações estáticas; vídeo; animação digital; discurso oral; música e efeitos sonoros e vibração.

A interatividade, na perspectiva de Rost (2014) é uma das principais características da comunicação na web. Uma ligação presumível que poderá existir entre “[...] o meio e os leitores/utilizadores, porque permite abordar esse espaço de relação entre ambas as partes e analisar as diferentes instâncias de seleção, intervenção e participação nos conteúdos do meio” (ROST, 2014, p. 53).

Palácios (2014) traz o debate sobre jornalismo, memória e história na era digital. O espaço ilimitado da web para expor as informações jornalísticas é visto pelo autor como a maior ruptura após o advento da web. Ao parafrasear Machado (2002), Palácios (2014) assinala a alteração no processo de documentação e memória do jornalismo em rede, distinto das mídias tradicionais. O que era um complemento informativo passa a ser uma fonte noticiosa pela quantidade de dados possíveis arquivados. Porém, alerta o autor que “[...] nossas marcas digitais são extremamente vulneráveis a todo tipo de apagamento” (PALÁCIOS, 2014, p. 105).

Com a velocidade da circulação de notícias através da internet o disputado furo de reportagem torna-se cada vez mais raro. “Trata-se de uma instantaneidade em publicar, mas também em consumir, e, sobretudo, em distribuir” (BRADSHAW, 2014, p. 112). Nessa intensa competitividade em ser o primeiro, em ser instantâneo, as possibilidades tecnológicas têm sido fortes aliadas.

O ato de personalizar as notícias na web altera a lógica das empresas de mídia de entreter milhões, medir o sucesso pela audiência, pontua Lorenz (2014, p. 141). O interesse passa a ser as pequenas audiências, o “grande nicho”, esclarece o autor. Assim, são definidos seis graus de personalização: capacidade de respostas, alterar com base na hora do dia, interação significativa, ajudar nas decisões, calibração e algoritmos e capacidade dos aplicativos de notícias serem adaptáveis às mudanças.

Este é o princípio sob o qual as novas ofertas de sucesso se entenderam mais rápido do que as marcas de *media* mais antigas. Quando o foco se coloca no mais interessante, o conteúdo volta-se para uma audiência específica, embora altamente interessada. (LORENZ, 2014, p. 141-142)

Acrescente-se a essas seis características à ubiquidade. “No contexto da mídia, ubiquidade implica que qualquer um, em qualquer lugar, tem acesso potencial a uma rede de comunicação interativa em tempo real” (PAVLIK, 2014, p. 159). Altera-se a noção do público apenas consumir notícias, ele também pode fornecer material que irá corroborar na elaboração das notícias. Adquire-se ainda novas narrativas como o jornalismo imersivo e o jornalismo de dados.

MAPEAMENTO DOS SITES MARANHENSES

Após o mapeamento dos sites das rádios maranhenses⁷, ou seja, das rádios na web, é possível traçar um breve perfil dessas páginas ao destacar as suas principais características. Para o registro considerou-se tanto os sites que estão em funcionamento seja somente pela atualização das informações, as rádios *off-line*, que não transmitem regularmente o áudio do veículo radiofônico, quanto as emissoras *online*, que fornecem ao público o sinal de áudio pela internet. Na tabela, a seguir, verificam-se os dados sistematizados.

Tabela 1 – Dados do mapeamento dos sites das rádios maranhenses.

Sites de rádios mapeados	Modulação		Modalidade				Não identificado
	AM	FM	Comercial	Comunitária	Educativa	Universitária	
90	10	80	16	47	3	1	23

Fonte: Mapeamento de Nayane Brito

Conforme os elementos da Tabela 1 foram mapeados 90 sites de rádios maranhenses em operação. Este número certamente não corresponde ao valor total de veículos radiofônicos transmitidos por radiação eletromagnética em funcionamento no Maranhão. A nível de estado atualmente são 448 canais de radiodifusão sonora segundo dados registrados na Agência Nacional de Telecomunicações (ANATEL). Mas é possível que entre esses canais alguns não estejam em funcionamento e outros possam existir, mas não tem outorga para operarem. Durante a pesquisa para o mestrado⁸, em que foram realizadas visitas presenciais a cada cidade de que se tinha notícia da existência de rádio e suas respectivas emissoras, registrou-se a presença de veículos radiofônicos que não foram encontrados nas buscas pela internet, por não possuírem liberação para funcionamento, “[...] algumas cidades possuem apenas uma rádio como representação da comunicação local, mesmo que ainda não esteja autorizada a funcionar” (BRITO, 2017, p. 60).

Portanto, o número de sites registrados é inferior a existência de rádios hertzianas, um fator que pode ser analisado devido ao grande número de emissoras

⁷ Esse mapeamento foi realizado em janeiro de 2018.

⁸ Um estudo denominado “Panorama do Radiojornalismo nas Emissoras Radiofônicas do Sul do Maranhão - Mapeamento, Rotinas Produtivas e Produtos Jornalísticos”. A dissertação foi apresentada em março de 2017.

comunitárias, ou intituladas como tal, bem como aquelas que ainda não possuem registro para funcionamento. Veículos que enfrentam problemas financeiros e não tem como investir em uma página da rádio na web. Durante a busca encontrou-se vários perfis no Facebook e registros no “radios.com.br”⁹ com a indicação de endereços eletrônicos, mas ao serem verificados estão fora do ar.

Entre as rádios mapeadas, 10 funcionam na modulação AM e 80 FM. Um indicativo do perfil das FMs em manter os ouvintes, sobretudo, os mais jovens em sintonia. Quanto a modalidade constatou-se 16 sites de emissoras comerciais, 43 comunitárias, três educativas, uma universitária e 23 não identificadas. Consideram-se não identificadas as emissoras que não foram possíveis verificar sua modalidade através do site da rádio, as demais foram identificadas pelas informações registradas ou pelo link com a história da rádio.

Neuberger (2012, p, 125), em seu estudo sobre o rádio na era da convergência, destaca que as rádios de menor porte, semelhantes à maioria das emissoras encontradas no Maranhão, “[...] têm colocado apenas um link em tempo real (por streaming), enquanto as rádios com maior porte buscaram utilizar a web de forma mais completa, a fim de ampliar seus serviços e criar um vínculo mais próximo com seu público”. A autora complementa:

Uma das vantagens interessantes para a rádio na *web* é a valorização da imagem institucional da emissora, já que um *site* bem produzido dá oportunidades de que os usuários conheçam a história, locutores e demais membros da equipe, alguns áudios antigos, além de informações comerciais sobre como anunciar, número de ouvintes, abrangência, formação de rede e até um canal de currículos aos interessados em trabalhar na emissora. (NEUBERGER, 2012, p, 128)

Essas concepções de Neuberger (2012) foram evidenciadas após a verificação das páginas mapeadas. É perceptível a diferença no design dos sites (*layout*) das emissoras comerciais para as demais. Ao ter como investir em seus respectivos sites a maioria dos veículos comerciais maranhenses proporcionam ao público as páginas com os melhores *layouts*, com legibilidade no esquema de cores, dispõe de links e conteúdos acessíveis e com disposição para o fácil acesso do internauta, possivelmente manutenção

⁹ Este é um site e também um aplicativo para celular que possibilita a escuta de algumas emissoras radiofônicas locais, regionais e nacionais.

periódica e algumas com mais possibilidades para a interação com os ouvintes internautas.

Pelos links é possível conhecer a história das emissoras, as programações, os locutores, a indicação para redes sociais e ainda o incentivo para reforçar a audiência da emissora através da utilização de aplicativos. Jenkins (2009, p.138) afirma que “[...] oferecer novos níveis de revelação e experiência renova a franquia e sustenta a fidelidade do consumidor”.

Destaca-se ainda que as cidades de São Luís e Imperatriz comportam o maior número de rádios comerciais, dos 16 sites registrados, entre essa modalidade, 10 são de emissoras dessas respectivas cidades. Avalia-se que esses resultados dar-se por serem os dois municípios maranhenses com maior quantidade populacional¹⁰ e ainda por estarem entre os cinco municípios do estado com o maior Produto Interno Bruto (PIB)¹¹.

Por outro lado, os sites da maioria das demais emissoras não apresentam bons layouts, alguns utilizam cores fortes que prejudicam a verificação dos conteúdos; outros tem excesso de informações e tornam as páginas “poluídas” visualmente; diversos exibem os links, mas ao abrir não existem informações; dos 90, seis estão em plataformas de blogs, com poucas atualizações; e ainda nota-se a ausência de manutenção em mais da metade desses sites.

PERFIL DO RADIOJORNALISMO NOS SITES DAS RÁDIOS

A primeira etapa deste estudo que compreendeu o mapeamento dos sites maranhenses, estabeleceu as especificidades dessas páginas. Elementos fundamentais para compreender as características das informações jornalísticas apresentadas em tais espaços. Em uma análise geral dos dados contidos nos sites registrados organizou-se na

¹⁰ São Luís teve população estimada para 2017 de 1.091.868 habitantes. Dados do IBGE, disponível em: <https://cidades.ibge.gov.br/brasil/ma/sao-luis/panorama>. Acesso em: 15 de janeiro de 2018.

Imperatriz tem 253.123 habitantes. Dados do IBGE, disponível em: <https://cidades.ibge.gov.br/brasil/ma/imperatriz/panorama>. Acesso em: 15 de janeiro de 2018.

¹¹ De acordo com o Instituto Maranhense de Estudos Socioeconômicos e Cartográficos (Imesc), São Luís ocupa a primeira colocação e Imperatriz a segunda na participação do PIB. Disponível em: http://imesc.ma.gov.br/src/upload/publicacoes/PIB_Municipal_2010-2014_divulga%C3%A7ao.pdf. Acesso em: 16 de janeiro de 2018.

Tabela 2 os números das páginas com informações jornalísticas atualizadas, desatualizadas e a ausência delas.

Tabela 2 – Informações jornalísticas presentes nos sites maranhenses.

Informações Jornalísticas		
Atualizadas	Desatualizadas	Ausência
23	47	20

Fonte: Mapeamento de Nayane Brito

Nota-se pela Tabela 2 a pouca atualização das informações jornalísticas nas rádios maranhenses que definiram operar também no modelo online. Predomina os sites com notícias desatualizadas (47), encontra-se páginas com a última atualização em 2014, e a maioria atualizaram as notícias entre outubro a dezembro de 2017. Além disso, também é recorrente a ausência de informações jornalísticas nos sites mapeados, em 20 deles ou existe somente entretenimento sobre o meio artístico ou ausência de informação. O público desses 67 sites não será fidelizado através das notícias, o que pode os atrair é a transmissão ao vivo da programação da emissora ou algumas das estratégias de interatividade através de espaços para recados - verificado na maioria - algumas enquetes e a indicação para redes sociais e aplicativos de celular.

Portanto, o fato dessas emissoras radiofônicas estarem presentes nas plataformas digitais não é sinônimo de atualização em termos jornalísticos. Para analisar o material jornalístico veiculado nos sites mapeados, a partir das sete características de webjornalismo indicadas por Canavilhas (2014), selecionou-se quatro sites entre os 23 que mantêm suas informações jornalísticas atualizadas. Entre elas duas comerciais e duas comunitárias. São elas: Rádio Difusora Sul AM, de São Luís; Rádio Nativa FM, de Imperatriz; Rádio Alternativa, da cidade de Barra do Corda; por fim a Rádio Itapicuru FM, acompanhada pelos ouvintes de Colinas.

Hipertextualidade

A maioria das matérias verificadas nas páginas das quatro rádios analisadas reproduzem textos de sites de notícias, a exceção são alguns textos da Rádio Difusora AM. No que se relaciona à presença de hipertextualidade nas matérias dos sites em análise, constatou-

se que ela é mínima. No site da Rádio Difusora AM, ao final de todas elas tem a indicação para “Artigos relacionados”. Em apenas uma encontrou-se hiperligações para outras matérias, trata-se do texto postado no dia 19 de janeiro, ao se referir a agenda cultura, com o título “Confira os destaques deste fim de semana na Agenda Cultural”, nesse aparece um link com informações sobre a concentração do bloco de imprensa e outro sobre o pré-carnaval na Praça Mário Machado, localizada em São Luís.

As matérias verificadas na página da Rádio Alternativa FM todas são retiradas de sites de notícias, ao clicar no título da matéria, exibido na homepage, o leitor é direcionado para algum site de notícia, seja G1, Terra, Agência Estado, entre outros. Alguns desses textos apresentam hipertexto, principalmente, os retirados do G1. Já nas notícias postadas nos sites das rádios Nativa FM e Itapicuru FM não existem hiperligação.

Multimedialidade

Na compreensão da multimedialidade enquanto uma combinação de linguagens ou de formatos, Salaverría (2014, p. 31) cita o rádio como uma monomídia, “[...] a sua única linguagem foi – e, em grande medida, continua a ser – o som. Da mesma maneira, o autor observou que apesar de não ser um meio multimídia o rádio tem caráter multisonoro, “[...] esse som se compõe de diferentes formas de expressão: palavra falada, música, som ambiente e efeitos sonoros” (SALAVERRÍA, 2014, p. 31).

Com a possibilidade de convergir para a internet o som do rádio passa a compartilhar espaço com as imagens (vídeos, fotografias, gráficos, etc.) e textos. Conforme Jung (2007, p. 73) “o rádio que está na internet e fala para o mundo, interage com o ouvinte, oferece texto e imagem”. Esse meio não se restringe mais somente ao som, a fotografia é um elemento verificado em todas as matérias dos sites analisados. Na página da Rádio Difusora AM alguns textos sobre o Maranhão apresentam um vídeo aproveitado das matérias televisivas produzidas pelas emissoras de TV do Sistema Difusora.

Na página da Rádio Alternativa FM, por serem matérias aproveitadas de sites estaduais e nacionais, é mais comum a verificação de multimídia, um exemplo é a matéria do dia 20 de janeiro reproduzida do G1.com, com o título "Chuva faz cidade de SP entrar em estado de atenção para alagamentos neste sábado", nela verifica-se um vídeo, uma foto e um infográfico.

Interatividade

O reforço da audiência nas emissoras radiofônicas, inicialmente estava pautado apenas nos sons emitidos pelo meio. A sensorialidade, uma das características do rádio, constitui uma relação diferente de outros meios com o público. Porém, com a inserção desse meio na web a interação com os ouvintes alterou-se substancialmente. Atualmente sites, aplicativos, redes sociais (Facebook, Twitter, WhatsApp, entre outras), são utilizados pelas rádios para avigorar a audiência. Kischinhevsky (2012, p.429) concebe que:

A distribuição de conteúdos radiofônicos via internet, por meio de *web radios*, *podcasts* e rádio social, traz o desenvolvimento de novas práticas interacionais e de novas modalidades de recepção, em múltiplas temporalidades e ambiências, reconfigurando o rádio como instância de mediação sociocultural.

Nas matérias analisadas verificou-se espaços para comentários, porém, os únicos textos comentados foram alguns postados no site da Rádio Alternativa FM copiados do G1, ou seja, os comentários não são necessariamente do público da emissora, mas dos leitores desse site de notícia.

Com essa nova configuração de convergência midiática a interatividade no rádio é revitalizada e as rádios pesquisadas utilizam as homepages para incentivar o acesso ao Facebook, Twitter, Instagram, WhatsApp e o envio de mensagens pela própria página no link “Fale Conosco”, esse ausente apenas no site da Rádio Difusora AM. As emissoras comunitárias além dessas alternativas disponibilizam o mural de recados e uma enquete¹². A Rádio Alternativa FM possui ainda o espaço “Ouvinte do Mês”, com a foto de um ouvinte; e a Rádio Itapicuru FM tem o “Mande seu self para o mural” com selfs dos ouvintes.

Nas abordagens de Jenkins (2009, p. 30) “A convergência não ocorre por meio dos aparelhos, por mais sofisticados que venha a ser. A convergência ocorre dentro dos cérebros de consumidores individuais e em suas interações sociais com outros”.

¹² Na enquete da Rádio Alternativa FM o ouvinte internauta deve opinar sobre: “Qual dessas Redes Sociais você acessa?”. E a Rádio Itapicuru FM solicitou o voto do público para a questão: “Você acredita que a Operação Lava Jato pode acabar com a corrupção política?”.

Memória

Uma das grandes dificuldades em pesquisar conteúdos jornalísticos radiofônicos é a ausência da maioria das rádios em arquivar os áudios dos programas. Com a introdução das rádios na internet a expectativa de memorizar os áudios ajudaria os pesquisadores e os ouvintes a verificarem informações de anos ou décadas anteriores. No entanto, os sites das quatro rádios não dispõem de uma base de arquivos da programação ou de algumas matérias sonoras, mas eles servem como repositório dos textos que foram postados.

Instantaneidade

Em seus estudos pioneiros sobre radiojornalismo, Ortriwano (1985) relata que o rádio foi o primeiro meio de comunicação de massa que deu imediatismo à notícia, ao divulgar um fato no momento exato que ele acontece. Logo, “[...] permitiu que o homem se sentisse participante de um mundo muito mais amplo do que aquele que estava ao alcance de seus órgãos sensoriais (...) tornou-se possível saber o que está acontecendo em qualquer lugar” (ORTRIWANO, 1985, p. 84).

Nas páginas verificadas ainda é utilizado o som das rádios transmitidas por ondas hertzianas na constatação da instantaneidade. Isso porque são cerca de três a dez matérias inseridas ao longo do dia nos sites. As rádios Difusora Sul AM e Nativa FM atualizam quatro matérias diariamente, no site da Rádio Alternativa são incluídos entre três a quatro textos e na Rádio Itapicuru FM os ouvintes internautas verificam de oito a 10 matérias.

Personalização

Em nenhum dos sites verificados encontram-se propriedades de Personalização.

Ubiquidade

Pavlik (2004) ao se referir sobre a Ubiquidade no webjornalismo elucida que a noção de presença simultânea vai além do acesso as notícias e entretenimento, também tem relação com a participação e fornecimento de conteúdos pelo público, “[...] o conteúdo noticioso emana de uma variedade de fontes cada vez mais ubíquas [...]” (PAVLIK, p. 160, 2004).

Essa possibilidade de receber e também de contribuir com os conteúdos é cada vez mais presente nas emissoras radiofônicas, os dispositivos móveis aproximam os rádios verificadas desta característica. As quatro emissoras sugerem a utilização de seus respectivos aplicativos, além de também poderem ser acompanhadas na página da “radios.com.br”.

A escuta simultânea também estimula a participação dos ouvintes pela rede social WhatsApp, para o envio de informações, fotos e vídeos quanto aos acontecimentos locais. As reclamações referentes as problemáticas sociais ou casos de polícias geralmente são os temas mais enviados. Segundo Jenkins (2006, p. 29-30), essa convergência midiática ultrapassa a questão tecnológica e “[...] representa uma transformação cultural, à medida que os consumidores são incentivados a procurar novas informações e fazer conexões em meio a conteúdos midiáticos dispersos”.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Com as possibilidades das tecnologias de informação e comunicação as emissoras radiofônicas se adaptam em termos tecnológicos, conteúdo e recepção. Hoje, a interação é ampliada através das redes sociais utilizadas pela mídia sonora, os ouvintes internautas podem enviar textos, comentar, compartilhar informações, entre outras ações. O radiojornalismo hipermidiático estabelece outra dinâmica de trabalho e conteúdo diferenciado para atender às demandas desse momento tecnológico.

Ao mapear as rádios maranhenses na web foi possível traçar um breve perfil dessas páginas. Entre as 90 páginas mapeadas, 10 são da modulação AM e 80 FM. Quanto a modalidade, 16 são sites de emissoras comerciais, 43 comunitárias, três educativas, uma universitária e 23 não identificadas. O esforço das emissoras em se manterem online é reconhecido, porém nota-se que a maioria conserva sites com *layouts* simples, sem muito investimento em ferramentas de interação, jornalismo e arquivamento dos áudios veiculados na programação da emissora.

Na verificação dos sites registrados, cabe ressaltar que as páginas com os melhores *layouts* e funcionalidade são dos veículos comerciais. Um indicativo das dificuldades financeiras das demais emissoras em sustentarem seus sites em plataformas eficientes ou pagar um profissional que possa elaborar uma boa identidade visual. Diante

dessa realidade diversos endereços, além dos que foram mapeados, encontram-se fora do ar.

Sob a perspectiva das características das informações jornalísticas apresentadas nesses sites, percebe-se que, as rádios ainda não exploram todas as possibilidades das propriedades do webjornalismo indicadas com Canavilhas (2014). A hipertextualidade e multimídia inerentes, à web, são comprometidas pelo hábito dos veículos em reproduzirem matérias de sites de notícias. É mínima a produção de notícias inseridas nos sites por esses veículos radiofônicos, um fator que também afeta a instantaneidade e a ubiquidade.

Em termos de radiojornalismo não existe uma produção multimídia, as emissoras maranhenses ainda não conjeturaram ferramentas que colaborem na produção de notícias específicas para suas páginas (LOPEZ, 2010). Semelhante aos primeiros sites de rádios especializados em jornalismo, surgidos em 1996, os veículos maranhenses oferecem somente links com informações sobre a rádio, grade de programação, os locutores, as músicas mais tocadas, notícias, etc. (BIANCO, 2004).

Nota-se que as emissoras de rádio do Maranhão precisam acompanhar as mudanças exigidas não apenas pela tecnologia, mas, principalmente, pelos consumidores e suas relações sociais e culturais (JENKINS, 2009). Transpor a programação das rádios para a web ainda é o mais comum entre os veículos radiofônicos analisados.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

BIANCO, Nélia Rodrigues Del. **A presença do radiojornalismo na Internet** - Um estudo de caso sobre os sites da Jovem Pan e da Bandeirantes. Revista Estudos em Jornalismo e Mídia, Florianópolis: Universidade Federal de Santa Catarina, vol. I Nº 1 - 1º Semestre de 2004. Disponível em: <<https://periodicos.ufsc.br/index.php/jornalismo/article/view/1895>>. Acesso em: 12 de janeiro de 2018.

BRADSHAW, Paul. Instantaneidade: Efeito da rede, jornalistas mobile, consumidores ligados e o impacto no consumo, produção e distribuição. CANAVILHAS, João (Org.). **Webjornalismo: 7 características que marcam a diferença**. Covilhã: Livros LabCom, 2014.

BRITO, Nayane Cristina Rodrigues de. **Panorama do radiojornalismo nas emissoras radiofônicas do Sul do Maranhão** – mapeamento, rotinas produtivas e produtos jornalísticos. Dissertação (Mestrado em Jornalismo) – Universidade Estadual de Ponta Grossa, Ponta Grossa, 2017.

CANAVILHAS, João. Hipertextualidade: Novas arquiteturas noticiosas. CANAVILHAS, João (Org.). **Webjornalismo: 7 características que marcam a diferença**. Covilhã: Livros LabCom, 2014.

FERRARETTO, Luiz Artur; KISCHINHEVSKY, Marcelo. Rádio e convergência: uma abordagem pela economia política da comunicação. **Revista Famecos**, Porto Alegre: Pontífica Universidade Católica do Rio Grande do Sul, v. 17, n. 3, p. 172-180, set.-dez. 2010. Disponível em: <<http://revistaseletronicas.pucrs.br/ojs/index.php/revistafamecos/article/view/8185/5873>>. Acesso em: 10 de janeiro de 2018.

JENKINS, Henry. **Cultura da convergência**. Traduzido do inglês por Susana Alexandria. 2ª ed. São Paulo: Aleph, 2009.

JUNG, Milton. **Jornalismo de rádio**. 3.ed. São Paulo, contexto, 2007. Coleção comunicação.

KISCHINHEVSKY, Marcelo. **Rádio Social**: mapeando novas práticas interacionais sonoras. *Revista Famecos*, Porto Alegre, v. 19, n. 2, p. 410-437, maio/ago. 2012.

LORENZ, Mirko. Personalização: Análise aos 6 graus. CANAVILHAS, João (Org.). **Webjornalismo**: 7 características que marcam a diferença. Covilhã: Livros LabCom, 2014.

LOPEZ, Débora Cristina. **Radiojornalismo hipermediático**: tendências e perspectivas do jornalismo de rádio all news brasileiro em um contexto de convergência tecnológica. Covilhã: UBI, LabCom Ebooks, Livros LabCom, 2010. Disponível em <http://www.livroslabcom.ubi.pt/pdfs/20110415-debora_lopez_radiojornalismo.pdf> Acessado em 13 de novembro de 2016.

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

ORTRIWANO, Gisela Swetlana. **A Informação no rádio**: os grupos de poder e a determinação dos conteúdos. 3. ed. São Paulo: Summus, 1985.

PAVLIK, John V. Ubiquidade: O 7.º princípio do jornalismo na era digital. CANAVILHAS, João (Org.). **Webjornalismo**: 7 características que marcam a diferença. Covilhã: Livros LabCom, 2014.

PALACIOS, Marcos. Memória: Jornalismo, memória e história na era digital. CANAVILHAS, João (Org.). **Webjornalismo**: 7 características que marcam a diferença. Covilhã: Livros LabCom, 2014.

ROST, Alejandro. Interatividade: definições, estudos e tendências. CANAVILHAS, João. (Org.). **Webjornalismo**: 7 características que marcam a diferença. Livros Labicon, 2014.

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

YIN, Robert K. **Estudo de caso**: planejamento e método. 2. Ed. Bookman, 2001.

ZUCULOTO, Valci Regina Mousquer. **No ar** - a história da notícia de rádio no Brasil. Florianópolis: Insular, 2012.