CARLOS AUGUSTO TAVARES JUNIOR

RADIOJORNALISMO:

COMPARTILHAMENTO E EXPRESSIVIDADES NO CIBERESPAÇO

PPGCOM-ECA-USP

São Paulo/2013

CARLOS AUGUSTO TAVARES JUNIOR

RADIOJORNALISMO:

COMPARTILHAMENTO E EXPRESSIVIDADES NO CIBERESPAÇO

Dissertação – Nível Mestrado – apresentada ao programa de Pós-graduação em Ciências da Comunicação da Escola de Comunicações e Artes da Universidade de São Paulo.

Área de Concentração: Estudo dos Meios e da Produção Midiática.

Orientador: Prof. Dr. Luciano Victor Barros Maluly

PPGCOM-ECA-USP

São Paulo/2013

Autorizo a reprodução e divulgação total ou parcial deste trabalho por qualquer meio impresso ou eletrônico, para finalidades de estudo e pesquisa, desde que citada a fonte. Fica vedada a comercialização ou derivação do texto integral, conforme a licença Creative Commons (CC – by/nc/nd) 3.0, com livre permissão para cópia, menção da fonte, retransmissão e redistribuição desonerada.

Dados Internacionais de Catalogação na Publicação (CIP)

Serviço de Biblioteca e Documentação

Escola de Comunicações e Artes da Universidade de São Paulo (ECA/USP)

Tavares Jr, Carlos Augusto

Radiojornalismo: compartilhamento e expressividades no ciberespaço / Carlos Augusto Tavares Junior -- São Paulo: C. A. T. Jr, 2013.

128 p.: il

Dissertação (Mestrado) – Programa de Pós-Graduação em Ciências da Comunicação – Escola de Comunicações e Artes / Universidade de São Paulo

Orientador: Luciano Victor Barros Maluly.

Bibliografia

1. Rádio 2. Radiojornalismo 3. Tecnologia da Comunicação 4. Radiodifusão 5. Cibercultura I. Maluly, Luciano Victor Barros II. Título III. Título: Compartilhamento e Expressividades no Ciberespaço

CDD 21.ed. – 070

Índice para catálogo sistemático:

1. Comunicação

2. Cultura e Tecnologia

Nome: TAVARES Jr, Carlos Augusto

Título: Radiojornalismo: Compartilhamento e expressividades no ciberespaço

Dissertação apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Ciências da Comunicação da Escola de Comunicações e Artes da Universidade de São Paulo para a obtenção do título de Mestre em Ciências da Comunicação.

Aprovado em:

BANCA EXAMINADORA

Prof. Dr. _____ Instituição:_____

Julgamento:_____ Assinatura:_____

Prof. Dr. _____ Instituição:_____

Julgamento:_____ Assinatura:_____

Prof. Dr. _____ Instituição:_____

Julgamento:_____ Assinatura:_____

AGRADECIMENTOS

ב״ה

Aos entrevistados que aceitaram o desafio de escrever este trabalho comigo, em especial: Álvaro Bufarah, Dario Pignotti, Leandro Bollis, Ricardo Martins, José Carlos Gutierrez, Jorge Cury Neto e Juliano Domingues Almeida.

Minha especial gratidão ao meu orientador, Prof. Dr. Luciano Victor Barros Maluly, por acreditar na viabilidade e no desenvolvimento desta pesquisa.

Às minhas colegas de mestrado e irmãs de formação: Beatriz Trezzi Vieira e Nadini Lopes de Almeida; e à minha eterna colega de graduação Francine de Oliveira Santos.

À Sandra Val pelo competente trabalho de revisão desta dissertação e viabilizar a coesão textual.

Aos docentes da Escola de Comunicações e Artes da Universidade de São Paulo: Prof. Dr. Celso Frederico, Prof. Dr. Sérgio Bairon, Profª Drª Lucilene Cury e Profª Drª Alice Mitika Koshiyama, com quem tive o privilégio de aprender com estes, informações valiosas, por meio das disciplinas ministradas, que serviram de base para o desenvolvimento deste trabalho.

Minhas aprazíveis considerações aos membros avaliadores desta pesquisa, Prof. Dr. Dennis de Oliveira e Prof. Dr. Wilton Garcia, que apontaram sugestões pontuais, das quais tentei modestamente atender.

A meus familiares: Carlos Augusto Tavares e Maria Suely Messias Tavares, meus progenitores; Mathilde Bruno Messias e Romilda Dall’Acqua, minhas avós (materna e paterna); e meus tios que exerceram esforços para me apoiar em momentos complicados: João Messias Neto e Rosária Inês Messias Machado.

Don't part with your illusions. When they are gone you may still exist, but you have ceased to live.

Nunca se afaste dos seus sonhos. Porque se eles forem, você continuará existindo, mas terá deixado de viver.

Mark Twain

RESUMO

TAVARES JR, Carlos. *Radiojornalismo: compartilhamento e expressividades no ciberespaço*. 2013. 128f. Dissertação (Mestrado) – Escola de Comunicações e Artes, Universidade de São Paulo, São Paulo, 2013.

O compartilhamento de informação radiojornalística representa um fenômeno contemporâneo observado nas redes virtuais que envolvem a divulgação e uma produção de mídia pessoal, baseada na experiência subjetiva. Desta forma, emergem novas formas de expressividades a partir da dinâmica da interatividade, característica ressaltada por Gisela Swetlana Ortriwano sobre o debate acerca das manifestações radiofônicas. As redes redefinem as pautas e, assim, a cobertura radiojornalística. Também se pretende estudar a constatação de uma expressão alternativa, segmentada em nichos diante de um padrão radiofônico que não supre diversos perfis, a se destacar os conteúdos *on demand*. Entretanto, observa-se que dificuldades de acesso que inviabilizam o modelo convencional. Neste contexto, torna-se essencial detectar as possibilidades de expansão das relações humanas sociais a partir de redes cibernéticas, ou seja, se o compartilhamento de notícias contribui para a ampliação de repertório informativo. A metodologia adotada nesta pesquisa constitui-se de diferentes estudos de caso sobre comunidades virtuais (*weblogs*, portais de emissoras de rádio eletromagnético e serviços de compartilhamento com estímulo à produção coletiva), com base em estudiosos que tentam investigar os processos de troca de ideias, materiais e construção de conhecimento por meio das expressividades do usuário que também assume um papel inato de interator. Para isso, a pesquisa bibliográfica pretende discutir teoricamente o compartilhamento de informação radiofônica, em um primeiro momento, relacionando os principais autores do rádio, como Brecht e Benjamin, com autores do ciberespaço – Howe, Lévy e Castells; bem como do tema da contemporaneidade, a fim de discutir assuntos como a convivência e o diálogo diante do fenômeno da convergência, tratando da Internet se estendendo para o rádio. Por fim, estima-se que o estabelecimento de uma discussão sobre exemplos de compartilhamento de material radiojornalístico e a expressividade dos usuários através de redes virtuais possa abarcar tendências contemporâneas na produção de radiojornalismo e tentar compreender as reais possibilidades da adoção de níveis mais complexos de interação na troca constante dos papéis falante-ouvinte e vice-versa. Então, a premissa a ser debatida divide-se em duas etapas: pautas participativas e, por fim, a produção de notícias em um contexto em que o ato de reportar se trata de uma manifestação a ser realizada por qualquer pessoa, remetendo à tese de Nelson Traquina que incumbe ao jornalista a função de mediador de fatos, com foco na objetividade. Essa pesquisa propõe uma busca sobre as novas plataformas rádio.

Palavras-chave: Compartilhamento. Ciberespaço. Expressividades. Notícia. Rádio. Radiojornalismo.

ABSTRACT

TAVARES JR, Carlos. *Radio Journalism: new ways of expressions and media sharing over the cyberspace*. 2013. 128 p. (Master's Degree) Dissertation – Escola de Comunicações e Artes, Universidade de São Paulo, São Paulo, 2013.

Radio Journalism information sharing from virtual networks involves new ways of producing and diffusion on a personal media within subjective own experiences. So, the interactivity fosters different forms of expression, as Gisela Swetlana Ortriwano has argued, concerning the public radio debates. The networks redefine the journalism agendas and thus, the radio journalism covering. Hence, to study some alternative expression evidences, scattered at marginal media niches in front of main radio standards, which does not supplies different listener profiles, for instance, on demand media. Furthermore, there are some access difficulties to the radio's classic standard. However, the possibilities of social human interaction among the cybernetic networks are detected; the public relations increase insofar as radio journalism media sharing favours each one information index. This research development adopted as methodology some different case studies about virtual neighbourhoods (as weblogs, radio station's portals and media sharing cybernetic services with fostering the crowd production), supported by some existent thesis, argued by media experts that have investigated the ideas and material sharing within the knowledge building through the recorded expression of the networks user, from this point, acquires the interaction role. Then, the literature review intents to deal theoretically the radio journalism and information media sharing by connecting the main radio writers, such Bertolt Brecht and Walter Benjamin, with some cyberspace literacy (Howe, Lévy and Castells) among the contemporary discussions in order to tackle the dialogues and acquaintance in front of convergence phenomena, specially for dealing the Internet support the radio. At least, it is intended to establish a discussion that concerns examples of radio journalism material sharing and user expressions through the virtual network would comprise some contemporary trends on media production and attempt to perceive the real chances of interaction most complex level trades between the roles of speaker and listener. Therefore, this premise is split at two steps: crowded journalism agendas and crowded radio reporting. Hence, the act of report some occurrence as a way of expression which can be done by any person, and, according to Nelson Traquina's thesis, when the journalist has the task of mediator, focused at objectivity. This research brings the purpose to inquiry some possibilities under new radio platforms.

Keywords: Cyberspace. Media Production Sharing. News. Radio. Radio Journalism. Ways of Expression.

LISTA DE ILUSTRAÇÕES

ILUSTRAÇÃO 1: Ilustração do gráfico da “cauda longa”..... 36

ILUSTRAÇÃO 2: Página de resultados do website “Biblioteca sonora”..... 42

ILUSTRAÇÃO 3: Campo de comentários, abaixo do material radiojornalístico em “Biblioteca Sonora”..... 43

ILUSTRAÇÃO 4: Entrevista da candidata à Prefeitura Municipal de São Paulo, Soninha Francine à emissora Bandeirantes AM em 2008, no YouTube..... 43

ILUSTRAÇÃO 5: Capa da Revista do Rádio, número 406, de 22 de junho de 1957..... 51

ILUSTRAÇÃO 6: Revista do Rádio, entrevista com Ângela Maria em 1957..... 52

ILUSTRAÇÃO 7: Página da Webcom Brasil em 2011..... 59

ILUSTRAÇÃO 8: Versão atual da página Webcom Brasil..... 60

ILUSTRAÇÃO 9: Tela de acesso às matérias disponibilizadas na Webcom..... 62

ILUSTRAÇÃO 10: Página web da Radioagência “Notícias do Planalto”..... 64

ILUSTRAÇÃO 11: Weblog “Carmesim”, contendo *links* para a radiorreportagem do “Massacre de Felisburgo (MG)”..... 65

ILUSTRAÇÃO 12: Weblog “The Press Alert Agency”, com a matéria do “Massacre de Felisburgo (MG)”..... 65

ILUSTRAÇÃO 13: O Massacre de Felisburgo (MG) no YouTube..... 66

ILUSTRAÇÃO 14: Portal Guti1001, da emissora 105FM..... 70

ILUSTRAÇÃO 15: Página “Repórter ouvinte” da rede CBN..... 74

ILUSTRAÇÃO 16: Página principal da Radioteca..... 84

ILUSTRAÇÃO 17: Página *web* da NPR..... 86

ILUSTRAÇÃO 18: Página do perfil da NPR..... 87

ILUSTRAÇÃO 19: Portal SoundCloud..... 89

ILUSTRAÇÃO 20: Comentários de usuários no SoundCloud..... 90

QUADRO C1.1.1: MEIOS DE COMPARTILHAMENTO – WEBCOM BRASIL... 61

QUADRO C1.1.2: ACESSO AO CONTEÚDO – WEBCOM BRASIL..... 61

QUADRO C1.1.3: MEIOS DE EXPRESSIVIDADES – WEBCOM BRASIL..... 62

QUADRO C1.1.4: CONTEÚDO HIPERMIDIÁTICO – WEBCOM BRASIL..... 62

QUADRO C1.2.1: MEIOS DE COMPARTILHAMENTO – MASSACRE DE FELISBURGO (MG)..... 64

QUADRO C1.2.2: ACESSO AO CONTEÚDO – MASSACRE DE FELISBURGO (MG)..... 66

QUADRO C1.2.3: MEIOS DE EXPRESSIVIDADES – MASSACRE DE FELISBURGO (MG)..... 67

QUADRO C1.2.4: CONTEÚDO HIPERMIDIÁTICO – MASSACRE DE FELISBURGO (MG)..... 67

QUADRO C1.2.5: ESPECIFICIDADES DO COMPARTILHAMENTO – MASSACRE DE FELISBURGO (MG)..... 68

QUADRO C2.1.1: MEIOS DE COMPARTILHAMENTO – GUTI 1001 (105,1 FM)..... 70

QUADRO C2.1.2: ACESSO AO CONTEÚDO – GUTI 1001 (105,1 FM)..... 71

QUADRO C2.1.3: MEIOS DE EXPRESSIVIDADES – GUTI 1001 (105,1 FM)..... 71

QUADRO C2.1.4: CONTEÚDO HIPERMIDIÁTICO – GUTI 1001 (105,1 FM)..... 71

QUADRO C2.2.1: MEIOS DE COMPARTILHAMENTO – REPÓRTER OUVINTE CBN)..... 74

QUADRO C2.2.2: ACESSO AO CONTEÚDO – REPÓRTER OUVINTE (CBN)..... 75

QUADRO C2.2.3: MEIOS DE EXPRESSIVIDADES– REPÓRTER OUVINTE (CBN)..... 75

QUADRO C2.2.4: CONTEÚDO HIPERMIDIÁTICO COMPARTILHAMENTO – REPÓRTER OUVINTE (CBN)..... 75

QUADRO COMPARATIVO ENTRE OS CENÁRIOS ANALISADOS E CASOS ESTUDADOS..... 76

QUADRO S1: MEIOS DE COMPARTILHAMENTO (RADIOTECA.NET)..... 85

QUADRO S2: MEIOS DE COMPARTILHAMENTO (NPR.ORG)..... 87

SUMÁRIO

1. INTRODUÇÃO..... 12

2. RADIOJORNALISMO NO CIBERESPAÇO: debate em torno da notícia... 25

2.1. Interação..... 25

2.2. Acesso à notícia..... 29

2.3. Um outro cenário de possibilidades..... 30

2.4. Radiojornalismo no ciberespaço..... 34

2.5. Expressividades..... 35

3. COMPARTILHAMENTO E EXPRESSIVIDADES: o radiojornalismo em rede..... 40

3.1. Manifestação das expressividades nas redes cibernéticas..... 44

3.2. Radiojornalismo em rede..... 49

3.3. Desafios de convergências..... 50

3.4. Multimídia e hipermídia no ciberespaço..... 54

4. RADIOJORNALISMO: casos e efeitos no ciberespaço..... 57

4.1.Cenário 1 (emissores no ciberespaço)..... 57

4.2.Cenário 2 (emissoras de rádio)..... 69

4.3. Um ciclo a ser completado..... 77

5. CONSIDERAÇÕES FINAIS..... 80

REFERÊNCIAS..... 91

GLOSSÁRIO..... 98

APÊNDICES

Transcrição da reportagem “Massacre de Felisburgo (MG)”..... 102

Transcrição da entrevista com o Prof. Dr. Sérgio Bairon Blanco Sant’Anna, livre-docente do PPGCOM da ECA/USP..... 108

Transcrição da entrevista com Jorge Cury Neto, produtor e diretor do portal Webcom Brasil..... 110

Transcrição da entrevista com Juliano Domingues Almeida, produtor das radiorreportagens “Massacre de Felisburgo (MG)”..... 113

Transcrição da entrevista com Ricardo Martins, diretor de Jornalismo Esportivo da 105FM (Jundiaí - SP)..... 116

Transcrição da entrevista com Leandro Bollis, jornalista e locutor esportivo da 105FM (Jundiaí - SP) e Onda Livre AM 910 (Piracicaba - SP)..... 118

Transcrição da entrevista com Álvaro Bufarah, professor universitário, jornalista e chefe de reportagem das redes CBN e Globo AM..... 120

Transcrição da entrevista com Dario Pignotti, doutor em Ciências da Comunicação pela Universidade de São Paulo, redator e correspondente do Jornal *Le Monde Diplomatique*..... 121

ANEXO

Transcrição integral do Manifesto dos Intelectuais ao MinC, pela Internet livre e criativa (publicado no sítio “Mobiliza Cultura” em 21 de março de 2012)..... 124

1. INTRODUÇÃO

Esta dissertação buscou realizar um estudo sobre o desenvolvimento do rádio no ciberespaço a partir do contexto das manifestações comunicativas e, também, pela disponibilidade de ferramentas tecnológicas que têm auxiliado o radiojornalismo nas redes de diálogo, e, por conseguinte, tem levado a uma mudança na produção de conteúdos noticiosos.

Para tanto, alerta-se sobre um embate de ideias envolvendo as teorias cibernéticas, que contemplam uma aproximação de termos, diante da diversidade de correntes metodológicas em Comunicação Social. A fim de tratar desta temática, faz-se necessária a menção aos primeiros conceitos que a caracterizariam: a comunicação por dispositivos eletrônicos. Para os publicitários e escritores, Ricardo Ramos e Pyr Marcondes (1995), o uso da palavra *cyber* associa-se aos meios que possibilitaram um contato à distância dentro de um ambiente tecnológico.

Entretanto, constatam-se diversas considerações sobre o caminho a ser trilhado nesta pesquisa: se *cyber* engloba a comunicação eletrônica, logo, as tecnologias que aproximaram espaços em um ambiente virtualmente físico – ainda que os sujeitos façam esse contato à distância: desde o telégrafo, o telefone, o rádio, a televisão, as redes via satélite e, posteriormente, a Internet com aparelhos multimídia – habitariam um mesmo ciberespaço.

O rádio, como tecnologia de comunicação se destaca pela agilidade e facilidade de acesso ao utilizar linguagem oral, instantaneidade e baixo custo, com um diferente recurso de acoplar outras mídias, como o telefone, o texto e a imagem formada pela cognição da narração. Com isso, o sociólogo e radialista alemão, Walter Benjamin (2008), constatou possibilidades que superavam a expansão do som:

> Pois as tarefas impostas ao aparelho perceptivo do homem, em momentos históricos, são insolúveis na perspectiva puramente óptica: pela contemplação. Elas se tornam realizáveis gradualmente, pela recepção tátil, através do hábito. Mas o distraído pode habituar-se. Mais: realizar certas tarefas, quando estamos distraídos, prova que realizá-las se tornou para nós um hábito. Através da distração, como ela nos é oferecida pela arte, podemos avaliar indiretamente até que ponto nossa percepção está apta a responder a novas tarefas. E como os indivíduos se sentem

> tentados a esquivar-se a tais tarefas, a arte conseguirá resolver as mais difíceis e importantes sempre que possa mobilizar as massas. (BENJAMIN, 2008, p. 157).

Por meio desta dinâmica de construção de repertório, o dramaturgo e ensaísta Bertolt Brecht elabora a "Teoria do Rádio", que busca possibilidades e sugere intervenções para estimular o diálogo, como a utilização da "arte com fins pedagógicos". Para discutir a complexidade da cognição, como o entendimento da informação, Brecht também produz o texto "Cinco maneiras de dizer a verdade" (1966, p. 259), em que a descrição de uma ocorrência precisa ser sistematizada, a fim de se evitar: omissões, erros de compreensão e uma provável distorção do que realmente teria acontecido.

Assim, formas de expressão surgiriam em um retorno orgânico, abrindo fisionomias para o diálogo, e este, conduziria ao esclarecimento, como no debate interpessoal à distância. Então, o uso de ferramentas cibernéticas, o aparecimento de formas de compartilhamento de informação e experiências, agregadas à latente ampliação da expressividade de usuários em redes sociais fazem com que se destaque a constante atualização de informações reportadas, assim como os debates decorrentes, por uma esfera de complementação da interação radiofônica.

Neste momento, faz-se necessário destacar que no Brasil, o rádio nasceu oficialmente de uma maneira peculiar: multimídia e interativo, demonstrado pelo:

> [...] discurso de abertura da tecnologia no país na comemoração do centenário da proclamação da Independência, em 07 de setembro de 1922, proferido pelo presidente Epitácio Pessoa [...] por telefone de dentro do palácio, para o transmissor Westinghouse de 500 watts, instalado no alto do Corcovado, no Rio de Janeiro. (ORTRIWANO, 2003, p. 67-68).

Nesta perspectiva, o próprio rádio demonstrou suportes para o acoplamento de outros equipamentos. No ciberespaço, há uma diversidade de canais de interação (de portais, *weblogs*, fóruns e redes sociais), com espaço para o rádio neste lugar: por uma emissora ou por um perfil de produção, por exemplo, a radiorreportagem.

Quando o filósofo e pesquisador de cultura midiática, Pierre Lévy, destacou em seu conceito de "Inteligência Coletiva" (1999) que não apenas um suporte multimidiático ou hipermidiático que comportasse várias formatações havia sido considerado, mas também a

necessidade de se repensar o ser humano como consumidor de mídia diante dessa mudança no cenário de difusão:

> É por isso que *a transmissão, a educação, a integração, a reorganização do laço social deverão deixar de ser atividades separadas. Devem realizar-se do todo da sociedade para si mesma, e potencialmente e qualquer ponto que seja de um social móvel a qualquer outro*, sem canalização prévia, sem passar por qualquer órgão especializado. Existem técnicas adequadas para obter esse resultado? Que engenharia corresponderia à ascendente economia das qualidades humanas? (LÉVY, 1999, p. 45-46, grifos do autor).

Neste processo, também se faz necessário mencionar a convergência, descrita pelo pesquisador e teórico de cultura e comunicação, Henry Jenkins (2009, p. 31), quando descreve os recursos de interatividade no ciberespaço como um lugar multifacetado, que faz existir, ao mesmo tempo, nas mídias tradicionais (impressa e eletrônica) uma coexistência, que não significa repetição ou retransmissão, mas extensões e complementações de determinado produto.

> Pode me chamar de ultrapassado. Algumas semanas atrás quis comprar um telefone celular [...]. Não queria câmera de vídeo, câmera fotográfica, acesso à Internet, MP3 player ou games [...]. Não queria o equivalente eletrônico do canivete suíço [...]. Os vendedores me olharam com escárnio; riam de mim pelas costas. Fui informado, loja após loja, de que não fazem mais celulares de função única. Ninguém os quer. Foi uma poderosa demonstração de como os celulares se tornaram fundamentais no processo de convergência das mídias. (JENKINS, 2009, p. 31)

Entretanto, isso não significa que a restrição aplica-se em uma *versão alternativa* de uma produção radiojornalística, mas sim em sua extensão: passam a desempenhar papéis de comunicação dinâmicos, a partir de espaços proporcionados para a expressão. Para a pesquisadora Gisela Swetlana Ortriwano (1985, p. 76), o potencial de integração do rádio forma-se com um constante intercâmbio de funções: o ouvinte torna-se falante e este passa a se pronunciar, tendo em vista o diálogo com o objetivo de esclarecer as informações trocadas, ou compartilhadas.

Assim, na contemporaneidade, destaca-se o compartilhamento de materiais radiojornalísticos (radiorreportagens, debates, entre outros) por redes sociais e plataformas hipermidiáticas e a expressividade por meio de interação em ferramentas eletrônicas, como fóruns, *websites*, *weblogs* e conferências em tempo real (textual, sonora e audiovisual).

Para o professor da Universidade de São Paulo, Sérgio Bairon Blanco Sant'Anna, o surgimento de dispositivos que transformaram receptores de mídia em *prosumers* possui um significado mais elaborado:

> A essência do encontro entre a noção de interatividade e partilha de conteúdo. De certa forma, as redes praticam essa ideia de dividir informação e entretenimento. Tais categorias remetem à essência da *web* que é o compartilhamento. (SANT'ANNA, Sérgio Bairon Blanco, em entrevista concedida em 23/09/2011).

Este contexto inicial busca abrigar a metodologia a ser utilizada nesta pesquisa, em especial, para analisar o uso de instrumentos cibernéticos no radiojornalismo, a ser enfocado nas seguintes circunstâncias:

1. Material jornalístico em formato sonoro produzido e veiculado em portais cibernéticos, destinados à irradiação por emissoras hertzianas que operam no espectro eletromagnético;
2. A possibilidade contígua de se ouvir materiais radiojornalísticos e de se produzir em meio a equipamentos popularizados com esta característica. Este processo, iniciado com gravador de fita magnética e, atualmente, se desenvolve com computadores conectados à Internet.

Antes que a rede informática operasse em caráter comercial, o jornalista e escritor norte-americano, Alvin Toffler, cunhou em seu livro "A Terceira Onda"[1] (TOFFLER, 2007), a palavra *prosumer*[2], que se refere a dispositivos eletrônicos que proporcionam não apenas a escuta (con*sumer*), mas também a produção de material (*pro*ducer). Com uma relativa acessibilidade e disponibilidade de equipamentos com estas características a um custo acessível, expande-se o número de *prosumers*, juntamente com a facilidade de copiar material – processo análogo à prática correspondente, referida como "radioescuta[3]", que se restringia ao texto verbal no rádio.

A partir destas características, observam-se os seguintes casos:

---

[1] Este livro teve sua primeira edição publicada na década de 1980.
[2] O termo quando foi cunhado não possuía relação direta com Comunicação ou com mídia, como o rádio. A utilização cotidiana de aparelhos gravadores e reprodutores (áudio e videocassetes) contribuiu para a assimilação de *prosumer* como um intermediário ou semiprofissional, que produzia ocasionalmente.
[3] Audição de estações de rádio como fonte de informação noticiosa para uma emissora ou pauta jornalística.

- O aparecimento de prestadores de serviço no ciberespaço que podem atuar como extensão das interações no rádio e fomentar novos debates;
- A extensão do conceito de compartilhamento de radiojornalismo: no ciberespaço, emerge a consideração deste processo, a troca de material – em uma equivalência genérica à radioescuta, cuja diferença se encontra na pronta disponibilidade de audição do conteúdo; a interatividade em tempo real ou com pouco atraso (*delay*) – além das características de partilha realizada antes da "era virtual" (LÉVY, 1999): diálogos, recomendação para amigos e circulação por uma pluralidade de canais (além da concorrência entre emissoras).
- O registro de expressividades, como momento de opinião e apreensão subjetiva do conteúdo noticioso. Conforme mencionado anteriormente, no rádio, tratava-se do intercâmbio de papéis de "ouvinte" e "falante", mas nas redes cibernéticas, existem espaços inatos para a manifestação de ideias, que dependem da permissão do canal, por exemplo: se a emissora julgar conveniente, ativa ou inabilita este recurso, que, neste caso, não se constitui como complementar.

O desenvolvimento deste quadro teórico também remete à exemplificação do conceito utilizado pelo pesquisador espanhol, Mariano Cebrián Herreros (2008, p. 13), sobre a profusão de emissoras virtuais: conduzidas por usuários que buscam experimentar a radiodifusão em um meio que proporciona a transmissão ocasional de conteúdo sonoro sem a constatação de um entrave real de restrição de canais sonoros. Trata-se de uma forma análoga às manifestações das emissoras de rádio livre (AGUILERA, 1985), ainda que se considerem as novas formas de interação pelo ciberespaço e do processo de adaptação do hábito da escuta a partir do computador com conexão à Internet.

Cebrián Herreros (2008, p. 85) também questiona se as emissoras estariam realmente prontas para a convergência da Internet no rádio, atentando para a seguinte particularidade: as redes de troca ou redes sociais se tornariam chamarizes para a audiência, ao invés de abrir canais de interação com os "potenciais ouvintes". Isto condiz com tal constatação sobre a necessidade de se preservar formas de compartilhamento, que remetem à sociabilidade, mas abre uma lacuna sobre o que a pesquisadora da Universidade de São Paulo (USP), Gisela Swetlana Ortriwano (1998, p. 34), considera como um dos

elementos da saturação do rádio: não abrir canais para o público se expressar e a repetição de ciclos.

Nesse contexto, surge uma premissa que permeia este trabalho e, no tocante às possibilidades de vislumbrar novos contextos radiofônicos , divididos em duas partes (ou etapas): a partir do aumento da interatividade, se estabelece um canal efetivamente aberto na(s) emissora(s), com possibilidades de interferência dos usuários com a equipe de radiojornalismo durante o processo de desenvolvimento de pautas e registro de material radiofônico por meio de dispositivos portáteis conctados ao ciberespaço, ocasionando a interatividade no rádio, ao ganhar mais força e o usuário desfrutar do papel de *prosumer* ao produzir materiais radiojornalísticos.

Diante desse cenário, caberia ao jornalista a função de mediar e analisar o conteúdo com base na objetividade e nos critérios de credibilidade, demonstrados por Nelson Traquina (2005, p. 88), sobre a produção normatizada do jornalismo: as notícias são como são por terem sido elaboradas com base em normas.

Nesse ponto, justifica-se que a prática do compartilhamento de material radiojornalístico no ciberespaço focaliza-se na difusão de informações e se estende por meio das manifestações dos usuários. Um dos desafios deste estudo tenta estabelecer um parâmetro para um fenômeno que ocorre no ambiente virtual e que abrange desde a difusão de informação a partir do formato radiofônico até sua extensão aos espaços de compartilhamento.

Para definir os objetivos, houve a necessidade de se estabelecer um recorte, considerando-se uma série de questionamentos a serem resolvidos ou discutidos, sendo que o tópico norteador decorre a partir da constatação do registro da expressão de sujeitos no ciberespaço, dedicadas ao rádio e, de certo modo, segmentada em nichos ou espaços em que os diálogos ocorrem, como *weblogs*, redes sociais e serviços de compartilhamento de mídia.

Em termos gerais, a definição de um nicho voltado ao segmento radiojornalístico não recorre a uma versão cibernética de emissoras de rádio dedicadas exclusivamente ao noticiário, como Gisela Swetlana Ortriwano (1985, p. 22) se referiu a uma etapa de segmentação neste setor na metade da década de 1950:

> Já no final do decênio, em 1959, o rádio brasileiro está em condições de acelerar a sua corrida para um jornalismo mais atuante, ao vivo, permitindo que reportagens fossem transmitidas diretamente da rua e

> entrevistas realizadas fora dos estúdios [...] A Rádio Jornal do Brasil, do Rio de Janeiro, lança um tipo de programa que seria depois adotado pelas emissoras de todo o país: os serviços de utilidade pública. A inovação foi introduzida pelo jornalista Reinaldo Jardim, que teve como objetivo restabelecer o diálogo com os ouvintes. (ORTRIWANO, 1985, p. 22).

Desta maneira, o contato interpessoal faz parte da função do usuário no ciberespaço. Assim, para discutir o radiojornalismo no ciberespaço em um âmbito geral, foram considerados quatro métodos, dos quais se compreendem os procedimentos para a análise, que se decorrem nos objetivos referidos anteriormente:

- Estudos de casos para aproximação com o impacto da disponibilização de ferramentas cibernéticas na produção e difusão de material radiojornalístico;
- Levantamento bibliográfico de produções que possam construir um quadro teórico de referenciais conceituais;
- Pesquisa de campo, por meio de entrevista com pesquisadores teóricos e produtores de material radiojornalístico no ciberespaço, como radialistas, e jornalistas;
- Análise técnica por meio de tabelas sobre o material radiojornalístico selecionado dentro das condições mencionadas até então.

Contudo, o termo metodológico que mais se aproxima destes procedimentos propostos pode ser definido com base na forma com que o pesquisador Earl Babbie argumenta sobre metodologia, no livro *"The practice of social research"* (A prática da pesquisa social*"* 2013):

> Assim sendo, a pesquisa social *exploratória*, se conduzida adequadamente, pode esclarecer falsas conclusões e contribuir para enfocar futuras pesquisas (BABBIE, 2013, p. 17 – grifos do autor e nossa tradução).

A fim de esclarecer objetivos e testar possibilidades em um assunto relativamente recente, a metodologia de *pesquisa exploratória*, com base em questões indefinidas, justifica-se ao abrigar os estudos de casos, pesquisas bibliográficas e de campo (entrevistas) e a elaboração de tabelas com resultados obtidos diante da utilização destes recursos. Para Babbie (2013, p. 18), apesar do rótulo "*pesquisa exploratória*", convém ressaltar que os procedimentos mencionados dificultam essa caracterização, uma vez que

se utilizam de outros elementos metodológicos com influência direta, sobretudo os estudos de casos.

Para realizar a análise, foi necessária a construção de um quadro teórico elaborado que disponibilizasse os resultados dos estudos de casos com cada ferramenta tecnológica, seguido pelos recursos virtuais e as possibilidades de impacto na produção radiojornalística.

Dessa forma, foram estabelecidos os seguintes parâmetros:

Compartilhamento: sobre as formas de difusão de produção radiojornalística, em especial a radiorreportagem, e material sonoro na *web*, seja diretamente pelo gerador (ou emissor) seja por usuários que interferem na propagação, ou proliferação de material radiojornalístico por redes de compartilhamento, como SoundCloud, YouTube e *weblogs*, e caso tenha existido algum impacto, procurar registrar de que forma esta prática ocorreu;

Contatos sociais: formas de interação por telefone ou via ferramentas cibernéticas (*e-mail*, *chats* e redes sociais);

Campo para comentários: registro de interação em formato hipertexto, com finalidades multifacetadas e variáveis. Diretamente, reflete na expressividade subjetiva de um usuário, por sua percepção de materiais radiojornalísticos. De modo indireto, significa participar da pauta, de maneira que a dúvida ou incompreensão se transforme em argumento para a produção de um material com mais explicações e diversos conteúdos;

Hipermídia: a forma com que o conteúdo multimidiático se apresenta e estimularia um contato que atinja os demais sentidos, complementando a descrição sonora, como o uso de ferramentas cibernéticas que visem estimular a interação e, em uma possível ausência deste fator, a proposição de uma busca pelos elementos multimídia (som, texto e imagens) tentaria justificar se estes proporcionariam o espaço de imersão hipermidiática. Com base nestes requisitos, seriam considerados os materiais disponibilizados em diferentes formatos, ainda que, de forma desconexa;

Convergência: para este tópico, foram elencadas as possibilidades que os campos anteriores abordaram e, com base no material técnico, como o conteúdo fora conduzido para as finalidades dispostas em serviços *web* ou radiodifusão.

Assim, o primeiro procedimento metodológico utilizado empregou a observação de comunidades virtuais, a partir da pesquisa desenvolvida por estudiosos que tentam investigar os processos de compartilhamento e expressividades de usuários no ciberespaço,

além da consulta a radiojornalistas que produziram materiais que foram afetados pelas novas mudanças de dinâmica, tendo em vista uma discussão teórica sobre o compartilhamento de informação radiofônica, em um primeiro momento; relacionar os autores como Brecht (2005), Benjamin (2008) e Ortriwano (1998) com autores do ciberespaço, como Howe (2008), Castells (2007) e Lévy (1999), e da contemporaneidade, como Jenkins (2009) e Anderson (2008), a fim de discutir assuntos como a convivência e o diálogo diante do fenômeno da convergência, especificamente, sobre como o rádio utilizaria recursos da Internet. Para reforçar o entendimento, foram entrevistados especialistas para o esclarecimento dos conceitos e estratégias sobre o radiojornalismo no ciberespaço, entre eles: Sérgio Bairon (Professor da Universidade de São Paulo); o professor e chefe de reportagem das emissoras CBN[4] e Globo AM, Álvaro Bufarah; o pesquisador Dario Pignotti (correspondente da ANSA e Le Monde Diplomatique); os jornalistas Juliano Domingues Almeida (produtor e mantenedor do *weblog* "Propagamos"), Jorge Cury Neto (diretor do portal Webcom Brasil), Ricardo Martins (diretor de Jornalismo Esportivo da emissora 105FM de Jundiaí - SP) e Leandro Bollis (locutor esportivo), que atua nas emissoras Onda Livre AM Piracicaba e 105FM de Jundiaí - SP, que conta com o Portal Gutierrez 1001, voltado à interação entre emissora e usuários por meio de compartilhamento de material e expressividades nas redes sociais Twitter e Facebook e *e-mail*.

Esses especialistas foram entrevistados para discutir algumas lacunas, como o estabelecimento de redes efetivas de diálogo e prováveis obstáculos para a produção coletiva de materiais, diante do compartilhamento de material radiojornalístico no ciberespaço: a expressividade dos usuários no rádio, a possibilidade de desenvolvimento de pautas coletivas e o dilema da credibilidade decorrente desta expressão a partir de uma produção realizada pelo emissor, mas que teve contribuição de material pelos usuários que teriam participado desta pauta.

Então, os elementos colocados nesta dissertação visam discutir aplicações cibernéticas no radiojornalismo. O primeiro capítulo dirige-se ao debate em torno da notícia, sobre como este se processa no rádio, e inclui um breve histórico com a finalidade de demonstrar as particularidades do radiojornalismo: a construção e uso de várias

[4] Ver página 108.

plataformas com possibilidade de expansão dos diálogos com recursos cibernéticos que possam colaborar com a produção de material radiojornalístico.

O segundo capítulo propõe a elaboração de um quadro teórico-conceitual referente aos temas de compartilhamento e expressividades, com auxílio das plataformas cibernéticas que possibilitariam um rádio mais participativo e que atingisse perfis diferenciados de pessoas, além dos *targets* (ou públicos-alvo), uma vez que a notícia compreende uma parcela maior.

O terceiro capítulo destina-se à apresentação e análise de casos existentes no radiojornalismo e que apresentam uma relação com o ciberespaço. Para isto, foram selecionados quatro objetos que se diferenciam em termos de dinâmica (tecnologia e conteúdo) dentro de cenários específicos. O primeiro caso, *Webcom Brasil* – destina-se à divulgação de serviços e portfólios de uma empresa que atua no jornalismo de rádio. O segundo refere-se ao compartilhamento de uma radiorreportagem por meio de redes de diálogo ou multimídia, sendo que esta matéria analisada faz parte de um especial de seis programas sobre o *Massacre de Felisburgo (MG)*, produzido por Juliano Domingues Almeida. O terceiro, *website* Guti1001 (Emissora 105,1 FM de Jundiaí - SP), e o quarto caso, Rede CBN de Rádio, tratam de emissoras eletromagnéticas ou hertzianas que também utilizam o ciberespaço como canal de comunicação.

A realização da análise se embasou no quadro teórico elaborado até então para disponibilizar os resultados dos estudos de casos com cada ferramenta tecnológica, seguido pelos recursos virtuais e as possibilidades de impacto na produção radiojornalística.

Para analisar o material, foi escolhido o período de maio de 2011 a maio de 2013, com a finalidade de monitorar mudanças de abordagem, como o caso do portal *Webcom Brasil*, que mudou o perfil de atuação junto ao público: materiais radiojornalísticos foram disponibilizados para se baixar em arquivo digital e escutar em outro(s) aparelho(s) sob a licença *Creative Commons* (LESSIG, 2006), na modalidade de obrigatoriedade de manutenção da referência (quem produziu o material) e livre compartilhamento – para um formato mais fechado: o acesso gratuito permitido apenas para a escuta por meio de um navegador *web*. Para baixar arquivos, foi criado um cadastro de usuários, de pessoas físicas, “web rádios”, emissoras comunitárias e comerciais. O problema constatado consiste na obrigatoriedade de um CNPJ (Cadastro Nacional de Pessoa Jurídica) para o uso

privado (pessoa física) e emissoras da *web*, que não possuem a obrigatoriedade deste documento. No caso de rádios comunitárias, existe a emissão de um cadastro "isento".

Então, alguns critérios de análise tiveram um planejamento para fins de interpretação de dados: o primeiro revela a questão do compartilhamento destinado à relação com o material desmobilizado, diante do meio e do acesso ao conteúdo. Já os tópicos subsequentes tentam abordar o recorte desta pesquisa: expressividades, formas de interação e, por fim, considerar as premissas da pauta participativa e o surgimento de um espaço para a produção de material radiojornalístico respaldado pela emissora ou serviço *web*.

Em um primeiro momento, constrói-se um quadro com as seguintes áreas de análise: *Meios de Compartilhamento*, com base na: (1) disponibilidade dos materiais radiojornalísticos produzidos em plataforma multimídia; (2) quais formas de compartilhamento foram utilizadas; (3) além de se considerar se existem restrições neste contexto e (4) qual a probabilidade de o resultado obtido acarretar na dinâmica da interação, além do rádio, em um meio cibernético que já possui estes recursos inatos, e de modo literal, se estão ativos ou desligados.

O segundo quadro, por sua vez, relaciona os *Meios de Expressividades*, redireciona em diferentes tipos de interação, com vistas ao registro da opinião expressada sobre um material radiojornalístico, compreendendo: (1) contatos por *e-mail* (ou serviços de *newsletter*: aviso sobre uma produção importante); (2) formas de debate ou bate-papo, como os *chats*; (3) utilização do telefone (tanto em emissoras eletromagnéticas quanto em serviços *web*); (4) espaço para a publicação das opiniões ou comentários em uma área com este destino e (5) o uso das redes sociais (de compartilhamento ou de relacionamentos), como YouTube, SoundCloud, Google Plus, Twitter, Facebook e *weblogs*.

O terceiro quadro trata das formas de *Acesso ao Conteúdo*, com a análise abordando as questões relacionadas à (1) disponibilização: *links* ou *player* que executa conteúdo multimídia; (2) se há permissão para baixar material para ser executado posteriormente ou em outro dispositivo, além do computador; (3) formato jornalístico do material analisado, como a reportagem, a nota, o boletim informativo, entre outros; (4) licenciamento de retransmissão: o compartilhamento atua na forma de difusão ou propagação de um conteúdo, que implica no intercâmbio de papéis que o usuário empreende como retransmissor. Então, considerar a adoção do licenciamento por Creative

Commons, formato implantado pelo advogado e jurista norte-americano Lawrence Lessig, implica na partilha do material além da irradiação eletromagnética, podendo se considerar segmentos (ou nichos) que certas redes sociais e *weblogs* atingiriam.

Os quadros seguintes destinariam-se às finalidades descritivas e explicativas sobre *Conteúdo Hipermidiático*, com destaque ao leque formado pelas opções multimídia, como: (1) áudio, recurso principal do rádio; (2) imagem ou fotografia; (3) vídeo e (4) hipertexto, se o processo de elencar em cadeia os textos ocorre para múltiplas páginas ou espaços externos (outros sítios); e, principalmente, como estes itens se encontram disponibilizados nos *websites*. Assim, a análise dos campos consideraria, além dos formatos utilizados, a possibilidade de cada elemento multimidiático, para propor mais interação ou apenas dar uma finalidade explicativa.

Após a análise do material, já nas considerações finais, pretende-se discutir a análise dos resultados obtidos pela pesquisa, por meio da relação entre a teoria e os dados obtidos. Com o intuito de alcançar uma aplicação prática das possibilidades levantadas pelos estudos de caso dentro de cenários específicos, também se busca encontrar espaços de criação e produção coletiva de material radiofônico no ciberespaço, como o projeto *Radioteca.net*, inspirado por um congresso realizado pelo Ciespal (Centro Internacional de Estudos Superiores de Comunicação para a América Latina) e o Serviço Norte-Americano Público de Rádio (NPR), que congrega e destina conteúdo de emissoras livres e independentes. Então, não se pretende realizar outro estudo de caso em um cenário diferenciado, mas constatar se as causas latentes existiriam neste contexto e se seria viável a premissa da produção coletiva.

A escolha de cenários diferenciados envolveu a questão acerca do compartilhamento e expressividades do radiojornalismo no ciberespaço, a se ter em vista que o uso de ferramentas *web* contribui ou modifica a forma com que esse material venha a ser produzido, conforme os cenários dispostos abaixo:

Cenário 1: Serviços hipermidiáticos, baseados na *web*, enfocados exclusivamente em radiorreportagem, a partir dos objetos *Webcom Brasil*, que mantém uma emissora virtual, produz material que abastece emissoras radiofônicas e ainda atua como agência de jornalismo no ciberespaço; e o acompanhamento de um material radiojornalístico compartilhado de forma espontânea, com referências em *websites* e *weblogs* da radiorreportagem *Massacre de Felisburgo*, em canais diferentes;

Cenário 2: Emissoras de rádio que utilizam ferramentas cibernéticas como meio de ampliar os canais de interatividade no rádio: o *Website Gutierrez 1001*, da Rádio FM 105,1 de Jundiaí, que aborda os assuntos tratados pela equipe de esportes desta emissora; disponibiliza trechos de programas, *links* para redes sociais de cada um dos integrantes, cujo destaque refere-se à interação dos ouvintes desta emissora a partir das redes cibernéticas – e o *Portal da rede CBN (Central Brasileira de Notícias)*, com destaque à seção *Repórter ouvinte*.

2. RADIOJORNALISMO NO CIBERESPAÇO: debate em torno da notícia

> "A comunicação acontece por vários motivos, mas é possível distinguir [...] razões principais, frequentemente misturadas e hierarquizadas conforme as circunstâncias, que nos estimulam a querer entrar em contato com alguém. Primeiramente *compartilhar*."
>
> WOLTON, D. 2011, p. 17 (grifos do autor)

Enquanto a radiodifusão remete à primazia das relações humanas permeadas pelo ambiente tecnológico, o ciberespaço apresenta novas plataformas com possibilidades de diálogo em tempo relativamente real, favorável às manifestações das expressividades no universo virtual, com destaque às características básicas dos equipamentos que acessam este espaço, ou seja, proporcionam fácil gravação, cópia, montagem e publicação. Dispositivos eletrônicos assumiram papéis decisivos no processo da comunicação, como se observa nas discussões sobre o rádio e, por conseguinte, fez-se uma leitura do jornalismo, no primeiro momento, sobre a interatividade e, a seguir, sobre o compartilhamento atrelado às possibilidades da produção coletiva de material (HOWE, 2009).

1.1. Interação

Entretanto, os indícios de que o rádio também possui características inatas de suporte a outras mídias sonoras e de outra natureza, na forma verbalizada, denotam os indícios que os espaços "ciber" e "rádio" apresentam-se de maneira mais complexa: ambos proporcionam o intercâmbio e têm natureza eletrônica. Assim, as tecnologias comunicacionais se localizam no espaço cibernético.

Essas tecnologias remetem à imanência da amplificação dos sentidos humanos que alçam voos que perpassam distâncias formais. No rádio, por exemplo, é possível expressar a voz sem a necessidade do traslado de interlocutores. Sob esta perspectiva, surge o desenvolvimento de dispositivos eletromagnéticos, influenciados a partir das descobertas de Nikola Tesla: "Ao inventar o transmissor de alta potência, Tesla criou também uma forma de canalizar ou 'individualizar', nas suas palavras, a energia transmitida". (MOREIRA, 2005, p. 29)

Já no século XX, o rádio trouxe desafios importantes para a aproximação dos povos, principalmente, por causa das informações difundidas pela voz, que foram codificadas no padrão elétrico de Hertz (ondas hertzianas) e recebidas por aparelhos captadores destes sinais livremente (BIANCO, 2001, p. 25).

A rapidez da circulação de notícias e o baixo custo reforçam uma das características intrínsecas ao rádio – a instantaneidade. A influência desta atua diretamente na condução de noticiários, em especial em coberturas diárias. Neste ponto iniciam-se várias discussões sobre o radiojornalismo, entre elas, a reportagem *in loco*, por exemplo, possui uma maneira descomplicada com a qual a voz se propaga por ondas hertzianas, em relação a outras tecnologias, sendo inclusive mais ágil que o hipertexto, muito utilizado na Internet.

Enquanto a atualização de uma página ou plataforma cibernética exige que o equipamento cibernético (computador, telefone celular ou *tablet*) tenha conexão estabelecida e que *funcione*: o fato de se ligar o dispositivo na eletricidade ou bateria não significa que o sítio possa ser alterado imediatamente. No rádio, esse processo não existe, pois apenas o ajuste da sintonia e a alimentação elétrica determinam a transmissão. Com o benefício da miniaturização, a possibilidade de irradiar *de imediato* supera os processos mais complexos dos quais as ferramentas *web* dependem.

Em um contexto das décadas de 2000 e 2010, quando dispositivos móveis proporcionam a gravação de conteúdo e o envio direto ou indireto (com o uso de um computador), existe a iminente disponibilidade de ferramentas de registro de um acontecimento em progresso e, por fim, disseminar informação em portais (*websites* que marcam um ponto de encontro com usuários) e redes sociais (fóruns, comentários em páginas e conferência audiovisual).

Porém, a simples transmissão de conteúdo multimídia não significa comprometimento com a notícia ou uma utilidade pública: no meio deste caminho, Nelson Traquina (2005, p. 190) evoca a afirmação “porque as notícias são como são”, por conta de uma funcionalidade normativa do trabalho desenvolvida pelo jornalista em meio aos processos de reportar uma ocorrência fazendo uso de normas específicas ou “teorias do jornalismo”, enfocadas no objeto informado dentro de suportes que visam normatizar a credibilidade de um relato.

> Este livro é uma sociologia dos jornalistas. Tem como base a avaliação das teorias que foram expostas ao longo de quase cem anos de pesquisa

> acadêmica no campo da sociologia do jornalismo: uma compreensão do porquê as notícias serem como são tem que partir de uma análise da cultura profissional das pessoas que produzem as notícias – os jornalistas. (TRAQUINA, 2008, p. 188)

Na Internet, as relações ocorrem simultaneamente entre usuários, que interagem entre si. Essas comunicações paralelas se processam como algo além do conteúdo dos principais portais mais acessados na *World Wide Web*. Recria-se um ambiente de relacionamento humano, ainda que à distância e desprovido do "contato pessoal presencial" (GAIARSA, 1984, p. 33). A comunicação cibernética apresenta-se como forma de contato intersubjetivo mediado por dispositivos eletrônicos.

O rádio proporciona a intercomunicação e, de certa maneira, torna-se um meio propagador de informação e, por conseguinte, um canal de comunicação (BRECHT). O recurso da *instantaneidade* demonstra que existe um meio ágil capaz de assegurar uma comunicação direta. Então, o rádio proporciona formas de compartilhamento em complementaridade com a inserção do ciberespaço, como esclarece Sérgio Bairon:

> Então, como ser invisível, àquilo que não se vê? Tudo no cotidiano é perceptível. Este problema também se refere às ações pouco abordadas: o princípio teórico-filosófico defende a construção do quadro da ação institucional, quando disponibilizar espaços que se abrem e assim, partilhar o conhecimento produzido. Essa relação é verdadeira quando falamos do rádio, já que há lugares em que ele é a única saída... E ainda é por causa da fala local. (SANT'ANNA, Sérgio Bairon Blanco, em entrevista concedida em 23/09/2011).

Entretanto, o dilema da restrição de canais (ORTRIWANO, 1998, p. 13) e a atual convenção sobre o modelo radiofônico intensificam certas discussões sobre a questão do compartilhamento. A ideia de autoria entra em xeque, por exemplo, quando se disponibilizam materiais radiojornalísticos, como no ciberespaço (formatos "ao vivo", *live*; ou gravado, *podcast*). O *autor* (neste caso, *o repórter*), mantém seu *status* de agente da matéria, mas quem compartilha esta reportagem passa a ser visto como preposto. Um exemplo concreto foi quando um usuário publicou em um *weblog* a radiorreportagem sobre o massacre dos sem-terra em Felisburgo (MG), cuja produção fora realizada pelo repórter Juliano Domingues Almeida. Neste caso, ouve-se a matéria produzida por Almeida, disponibilizada pelo usuário LEOSM51.

De acordo com Robert Park, a circulação de informação *a priori* configura-se como expansão do conhecimento (STEINBERG, 1996, p. 169) – ou seja, o ato de reportar (a ação pública) socializa o conhecimento. O compartilhamento de material, no caso da radiorreportagem no ciberespaço, mostra-se como reinterpretação desta forma de se *pensar* o jornalismo.

Para aprofundar esta discussão diante do livre repasse e compartilhamento de materiais radiojornalísticos, considera-se que a prática de se "cortar o ouvinte" não consegue fazer com que este se cale e que procure formas alternativas de manifestação, tampouco deixe de abrir um canal para o diálogo (POPPER, 1994, p. 8).

A radiorreportagem no ciberespaço se apresenta de forma diferenciada devido às exposições de diversos materiais (áudio, imagem e texto) que podem ser difundidos, comentados e rediscutidos, mesmo em outras plataformas (blogs, chats, mídias sociais, fóruns e outros). É necessário salientar que o excesso de informações, no caso do ciberespaço, pode ampliar ou mesmo conduzir outras formas de interação (contato entre ouvintes e possivelmente, a equipe de produção de radiojornalismo). Todavia, existe a necessidade de um cuidado, por conta da ocorrência de um risco quando há uma hiperexposição de informações, cuja consequência imediata ocasiona a desinformação (BLÁSQUEZ, 2000, p. 23).

A extensão do tipo de conhecimento a partir da multiplicação e seleção de conteúdo circulado na rede acarreta uma eventual troca de experiências, reafirmação e convivência (RUSSELL, 2007, p. 107). O modo profícuo de avaliar a repercussão do acontecimento reportado no ciberespaço encontra-se no modo como as discussões proliferam: um usuário acessa o conteúdo radiojornalístico e publica em seu *weblog* um comentário particular que desencadeia novas pesquisas.

Uma das vantagens da veiculação do conteúdo radiojornalístico é a intensidade dos diálogos paralelos (BOHM, 2005, p. 106), quando um ouvinte torna-se falante e participa do debate em condições iguais. Devido às redes de convivência mútua, esse contato pode estar fisicamente distante, mas ao contatar indivíduos por aparelhos que acessam tais redes as posições se equilibram.

O pesquisador Celso José Loge (1989, p. 18) relata que o teórico Walter Benjamin utiliza a curiosidade como artifício para atrair ouvintes, cujas dúvidas suscitadas pelo diálogo popular somente serão explicadas pela ciência e pela educação da população.

Como detalhe, não se exclui o rádio desse processo, já que uma programação de âmbito educativo pode ser viabilizada, desde que este seja o objetivo principal. Neste sentido, um curioso, quando ouve rádio, se informa e a seguir passa a empreender esforços para esclarecer dúvidas e tem a capacidade se manifestar na condição de falante.

Particularmente, essa possibilidade de diálogo no rádio possui condições de percurso. Para o pesquisador peruano, Sandro Macassi (1997, p. 109), um cenário de abertura de diálogo, em particular, parte do pressuposto de que a cidadania, partindo do âmbito individual com destino ao coletivo proporciona o acesso à democracia, que decorre na reivindicação pela igualdade e justiça. As tecnologias, abordadas por Macassi, corroboram essa premissa:

> As novas tecnologias, como partes de um sistema de acesso desigual à informação, surgem repentinamente na dimensão doméstica, eliminando as já poucas barreiras entre o público e o privado. E a tendência aponta para que desde a mudança do âmbito doméstico, se possa exercer ações públicas (o trabalho à distância e a participação nos debates [...] é uma realidade. Não é em vão que muitos autores falam atualmente da tendência da dissolução do público. (MACASSI, 1987, p. 109-110, nossa tradução).

2.2. Acesso à notícia

Dispor de um cenário ambientado pela interação com dispositivos eletrônicos que proporcionam acessar informação não significa *a priori* mudar a forma com que o jornalismo atua, pois tanto a produção como o consumo de notícias não se estabeleceu repentinamente na forma de uma atividade estruturada conforme a anotação do pesquisador Ênio Moraes Júnior: “A nova sociedade capitalista é que vai forjar as condições para o desenvolvimento e sedimentação das empresas de comunicação” (2007, p. 01).

O desafio lançado a partir da atividade jornalística pressupõe não apenas divulgar informação relevante que impacta o cotidiano e fornece condições para o exercício da cidadania, mas algo que a prática do radiojornalismo estaria por constatar no século XX. O radialista Edgar Roquette-Pinto compara o analfabetismo à forma com que várias informações divulgadas não são compreendidas:

> A alma coletiva já se deu conta de que todos os males do país não podem ser curados nem com o *voto secreto*, nem com a *organização dos partidos*,

> nem com o *serviço militar obrigatório*, nem com a *reforma da Constituição*, nem com o *protecionismo às indústrias*, nem com a *reforma do ensino* (ROQUETTE-PINTO, 2005, p. 22 – grifos do autor).

O modo de produção da notícia, descrito por Traquina (2005), afirma que o jornalismo permeia e intermedeia as áreas política, social, jurídica e econômica. Contudo não deve se restringir a nenhuma destas, pois a verdade sobre os acontecimentos reflete a prioridade e uma obrigação em última instância (TRAQUINA, 2005, p. 53). O que decorre da prática do jornalista diz respeito à reportagem dos fatos sem ceder às pressões da política (o convencimento e eliminação das oposições), da justiça (as ocorrências não devem ser julgadas) e da economia (a venda de informação, publicidade noticiosa) – que além das questões ideológicas, reside ainda a implicação factual: os embustes encadeados que conduzem ao mascaramento da realidade (ARENDT, 1973) e à decorrente imprecisão da reportagem.

O radiojornalismo traz consigo vários desafios: divulgar a notícia com a maior proximidade semântica da verdade (BARTHES, 2005, p. 216); as limitações (KAPLÚN, 2005, p. 83-86) da unidirecionalidade (ou restrição da interatividade); a fugacidade, quando a reportagem não pode ser retomada como a releitura de um parágrafo de jornal ou revista. De fato, o recurso da repetição no rádio, mesmo em casos que exigem atenção, acaba sendo pouco utilizado e, assim, torna-se complicada a retomada do conteúdo oral ou a própria fala. Aliado com uma prévia desatenção, o excesso de informação se agrava pela irradiação de um vasto número de notícias exageradamente simplificadas, ou como diz o escritor Guillermo Piernes: “uma forma menos grosseira de escamotear a autêntica verdade a um panorama noticioso” (PIERNES, 1990, p. 37).

2.3. Um outro cenário de possibilidades

A disponibilização de ferramentas interativas não iria pressupor um jornalismo comprometido com a apuração dos acontecimentos, em grande parte referente às mazelas da sociedade, que conduziriam a uma melhora das condições cotidianas? Uma fração deste problema se refere a uma questão, ainda a se resolver no rádio (ORTRIWANO, 1998): a participação do ouvinte e a dinâmica do diálogo como meio de aprendizagem (LOGE, 1988), lembrando que o legado de Roquette-Pinto aponta que um cenário ideal de

radiodifusão informativa deve condizer com um público que possua um conhecimento geral prévio a fim de poder conhecer, de fato, o conteúdo reportado.

Essa indagação se mostra preponderante em casos isolados, como a conjuntura de "escândalo" desencadeada pelo WikiLeaks[5], sítio criado pelo jornalista Julian Paul Assange, como um portal cibernético especializado em divulgar documentos governamentais de âmbito secreto para o público, e que tem gerado discussão sobre a eficácia deste portal; se esta seria a maneira ubíqua de desnudar as ações dos governos sem a amortização das diplomacias (CARVALHO, 2013). A hipótese de Roquette-Pinto pode ser demonstrada se um documento secreto acessado no WikiLeaks for lido por um sujeito que desconheça previamente o real cenário mundial, além dos embustes e mascaramentos, e as condições sociopolíticas abordadas – resultando em uma leitura de um texto técnico que pouco elucidará ou repercutirá em seu cotidiano.

Isso reforça as condições descritas por Agnes Heller (1997) sobre a constatação de um cotidiano fortemente ideologizado, reforçado pela repetição e preconceitos, que atuam como artifícios do mascaramento da História e da própria condição humana, ontológica. Nesse caso, o radiojornalismo possui a tarefa de ser concomitantemente coeso com os acontecimentos reportados, lidar com a oralidade verbalizada pelo som e não contradizer o percurso histórico.

Além da missão de "escrever a história" (CERTEAU, 1982, p. 12), com base na apuração de fatos e descoberta de embustes contraditórios, o radiojornalismo traz outra questão particular além da questão educativa: mesclar corretamente as linguagens oral e escrita, e devendo possuir uma tenacidade persistente ante as tentações das interpretações paralelas que decorrem à inversão da conotação de verdade, ou o estabelecimento de uma mentira (IDEM, p. 239).

Não seria ocasionalmente que as "Teorias de Produção do Jornalismo" (TRAQUINA, 2005) também estabeleçam critérios específicos para a realização de materiais radiojornalísticos, em especial, as reportagens, têm como base elementos primários que conduzem às regras de cada uma. Os elementos primários visam estabelecer: a informação relatada com fidelidade à ocorrência, a apuração de causas que

[5] Disponível em: http://g1.globo.com/globo-news/noticia/2013/02/assange-diz-como-internet-se-tornou-maior-arma-de-espionagem-da-historia-da-humanidade.html. Acesso em: 22 mar. 2013.

desencadearam o fato, a objetividade, o distanciamento do sujeito relator com mais ênfase no objeto reportado.

Entretanto, outra característica intrínseca do papel do jornalista se encontra no encadeamento correto da informação dentro da realidade e do processo histórico. Neste caso, o jornalista aparece como alguém que intermedeia a notícia e adapta de forma imparcial a reportagem para o contexto sociocultural, faz com que um recorte particular da realidade reflita suas implicações no cotidiano. A forma de apresentar a verdade no cotidiano (HELLER, 1997) requer ambas as habilidades de estar íntimo com a cultura e a capacidade de discernir os valores de mentira, mascaramento e omissão.

Em particular, a radiorreportagem lida concomitantemente com os desafios de evitar incompreensões decorrentes da escamoteação das coberturas e a manifestação da dúvida pelos ouvintes em um processo ainda não concluído de interatividade (ORTRIWANO, 1998), do qual se normatizou no rádio a restrição dos diálogos entre quem escuta e quem fala. Se as teorias de radiojornalismo (MEDITSCH, 2005) sugerem que a participação da audiência na programação poderia ser explorada de maneira mais intensa, a emergência de plataformas que permitam não apenas a interação, então há a disponibilização de fontes informativas, como revela o professor da Universidade Federal de Santa Catarina, Elias Machado Gonçalves:

> Nenhum tipo de jornalismo pode, em troca do acompanhamento das ações restritas ao mundo das redes, menosprezar a cobertura de centros que irradiam parcela considerável do poder político de uma sociedade, instâncias dedicadas a elaborar as normas essenciais para o funcionamento das instituições capazes de alterar a rotina de todos (GONÇALVES, 2003, p. 32).

A Internet e as redes de troca cibernéticas oferecem não apenas as ferramentas de interação, mas a retomada dos processos interativos do rádio, podendo constituir canais de intercomunicação instantânea entre ouvintes e repórteres, que pressupõem uma produção jornalística participativa. Entretanto, isto não sugere que, em primeira instância, a interação de radio-ouvintes mudaria o processo de realização de notícias, tendo em vista os critérios produtivos, de estabelecimento de sentido, da isenção das partes.

A diferenciação entre jornalista e público deve ocorrer pela forma que o cenário de interação viabilizada pela mídia cibernética proporciona: o repórter deve conduzir a forma

com que as notícias são realizadas, porém, a abertura de pautas retoma o questionamento de Roquette-Pinto: informar os ouvintes que têm dúvidas (ROQUETTE-PINTO, 2008, p. 21). Então, as sugestões levantadas durante os debates implicariam na realização de matérias complementares, apuração de novas evidências e inclusive reivindicar ações das autoridades e da própria equipe de radiojornalismo, como, por exemplo, saber como terminou uma ocorrência reportada anteriormente, inclusive as de repercussão pública.

No caso do massacre dos Sem-Terra em Felisburgo (MG), fez-se necessária uma pesquisa e apuração para saber se os jagunços e o fazendeiro, acusados das mortes, foram condenados; se o sistema de propriedade de imóveis rurais sofreu alguma mudança por meio da proposta de alterações na jurisprudência; ou porque os acusados continuam impunes, as leis inalteradas e a conjuntura favorável à população de grande poder aquisitivo.

Estes questionamentos conduzidos pelo público como demanda por um jornalismo mais assertivo condizem com o processo de construção da notícia: reivindicar a compreensão, informar e defender a prática da cidadania, como observa o jornalista e doutor em Ciências da Comunicação, Dario Pignotti, ao fazer uma analogia com outros conflitos:

> Nas redes sociais, os protagonistas têm sido os movimentos de revolta, como o caso da Primavera Árabe, do norte da África em 2010. Esse tipo de mobilização põe à prova a capacidade de defesa de um inimigo durante uma guerra: para dar fim às manifestações, o governo egípcio cortou o acesso às redes, mas estas eram repassadas por sujeitos solidários à revolta – em específico, a disputa do controle midiático. O problema é: quando a causa reivindicada é atendida, a mobilização pelas redes não se sustenta. Resumindo: depois que toma o poder, acaba. (PIGNOTTI, Dario. Em entrevista concedida em 23/05/2013)

Isso reflete que sem o estímulo de opinar sobre o conteúdo ou reivindicar mais apuração, o enfoque da *construção da pauta coletiva* não ocorre espontaneamente a partir de um dado *a priori*. Assim como no radiojornalismo convencional, um *feedback* (MEDITSCH, 2005) não diz respeito a uma interação sobre o conteúdo, mas sobre impressões particulares.

Enquanto isso, o incipiente campo da notícia radiofônica que utiliza as fontes cibernéticas, de uma maneira metódica, demonstra que poderia utilizar tais ferramentas para conferir mais imediatismo ao sistema de cobertura, que, além de ser ágil, poderia ser

mais *interativo e colaborativo*, no sentido de ser construído junto com o público. De certa maneira, a participação do público depende da sugestão que pode ou não ser desenvolvida na pauta, seguida pela apuração, o que acrescenta certo atraso, em termos de imediatismo, na cobertura radiojornalística, em um meio que, apesar dos avanços tecnológicos, possui simplicidade e agilidade (ORTRIWANO, 1998). A apuração de fatos não compromete a credibilidade da informação no rádio, porém, exige que um jornalista conduza este processo.

Diante das teorias do jornalismo (TRAQUINA, 2005), as plataformas cibernéticas não representam um ambiente ou contexto diferenciado para a produção de matérias, pois os papéis desempenhados não preveem a substituição dos postos de cobertura, apenas a perspectiva das "declarações ou repercussões para aprofundar o interesse coletivo e a forma de participação nos fatos" (GONÇALVES, 2003, p. 32). Portanto, a forma com que o radiojornalismo utiliza as fontes cibernéticas e os canais de interação (redes sociais) fica subordinada às teorias de produção do jornalismo.

Então, a noção de radiojornalismo cumpre, ao mesmo tempo, os quesitos da produção noticiosa (enfoque no objeto reportado) e a mediação do jornalista, diante da correta articulação das ocorrências na atualidade: "a estratégia da prática implica um estatuto da história" (CERTEAU, 1982, p. 89). Com isso, o próprio jornalista tem, por necessidade, que estar ciente dos processos históricos e como a reportagem atua como registro: não se trata apenas de complementar, questionar ou refutar atos ocorridos, mas evidenciar de que modo partes do cotidiano influem nessa "construção histórica".

2.4. Radiojornalismo no ciberespaço

A Teoria do Rádio de Bertolt Brecht (2005, p. 35-45) tem influência na experiência do estímulo à participação dos espectadores, a partir das peças de teatro montadas por ele. A base para esta teoria demonstra que um falante não fica restrito à enunciação e que a manifestação do espectador não se restringe a reações de passividade. O contínuo diálogo estabelecido em cenários que favoreçam os debates demonstra que a curta informação ou um conteúdo irreal não se enquadram no processo de conhecimento adquirido e necessário à educação.

A questão de como o usuário-interator se pronuncia diante dos canais cibernéticos se diferencia do rádio tradicional: o ouvinte teria plataformas de conversação não apenas com locutores ou intermediários, mas sujeitos comunicativos em uma rede de diálogos. Desta maneira, a informação articulada, a partir do canal que a veiculou pode ser comentada para ser criticada, ou então, para destacar os aspectos que atraíram a atenção. Neste contexto, faz-se necessária a distinção dos termos designativos à comunicação: enquanto no rádio tradicional o ouvinte pode se comunicar via *feedback* com o emissor, no ciberespaço, as decisões que recaem sobre os espectadores requererão mais ações, desde acessar informação, expressar opiniões até interpretá-las.

Desta forma, a interação realiza-se opcionalmente, caso este deseje publicar suas impressões nos canais de audiência cibernéticos. As sugestões expressas nestes canais ajudariam a criar a demanda para a realização de pautas desenvolvidas coletivamente, via multidões (HOWE, 2009). Desta maneira, se estabelece um forte elo entre o emissor e a audiência, principalmente, diante do compartilhamento e expressividades manifestadas durante a produção e a difusão de radiorreportagens no ciberespaço.

Neste ponto, ressalta-se que a ideia de aproximação e repulsa de pessoas também se associa com a noção de público-alvo trabalhado por emissoras eletromagnéticas: quando um sujeito não se enquadra em um perfil predeterminado, a tendência natural aponta para que este desconsidere o canal, que não supre suas necessidades. Entretanto, o ciberespaço possui ferramentas de aproximação, na forma de comunidades que deixaram de ser atendidas em determinado nicho e, repentinamente, o alternativo alcança visibilidade.

2.5. Expressividades

A discussão deste termo no radiojornalismo se amparou na proposição do escritor e jornalista Chris Anderson, que define a mídia convencional controlada pelo tipo de obra e perfil de público. Neste caso, a “cauda longa” (ANDERSON, 2008) refere-se a um gráfico exponencial, com formato de apêndice, cujos vértices controladores consistem em:

- Público: acima, os perfis alternativos; no meio, os segmentados; por fim, a popularidade, que implica diretamente na vendagem;

- Obra: na extremidade, encontram-se os alternativos; ao centro, versões pouco conhecidas; no início, o material conhecido e trabalhado.

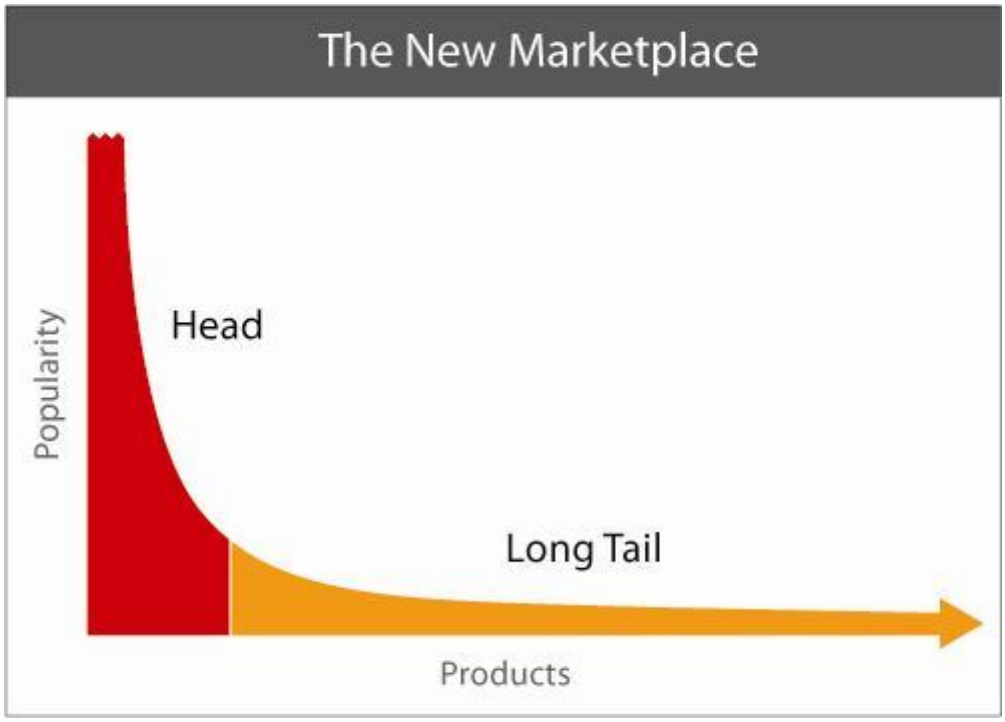

Ilustração 1: ilustração do gráfico da "cauda longa", a partir do conceito de Chris Anderson. Disponível em: http://thelongtail.com. Acesso em: 26/03/13.

Neste caso, para Anderson, o "meio da curva" simboliza o "sucesso de público e de consumo", já que as extremidades da linha gráfica trazem os materiais alternativos e os nichos de mercado que não consomem os conteúdos destinados a um "público genérico". Entretanto, os conteúdos com pouca vendagem, pouco conhecidos e geralmente produzidos por populares, em âmbito alternativo, se situariam nos extremos do gráfico, ao contrário do que demonstraria o perfil "sucesso de mídia e público", cuja localização se aproxima dos eixos "produtos" e "popularidade" (ANDERSON, 2008, p. 35).

O material repassado a outros usuários possibilita ampliar as formas de expressividades por meio do registro de opiniões dos usuários e, desta maneira, as interações que podem fomentar debates. Esta condição retroalimenta os canais de respostas, que possibilitam uma multiplicação das condições para a realização e interpretação das pautas desenvolvidas pela equipe de jornalismo. O mesmo acontece com

as multidões, ou *crowdsourcing* (HOWE, 2009), em moldes que possibilitem mais interferência dos usuários na produção de materiais radiojornalísticos.

Assim, a tese levantada pelo escritor e jornalista Jeff Howe (2009, p. 65) menciona a criação coletiva de obras: tanto a Internet como o barateamento de equipamentos impossibilitaria uma distinção entre consumidor e produtor, já que os computadores não apenas acessam, mas geram conteúdo pessoal. Nesse caso, as produções caseiras serviriam para o aparecimento de obras elaboradas a partir do aprimoramento por meio da participação de várias pessoas em um mesmo projeto.

Esse processo consiste em uma constante lapidação da primeira versão, porém, a *melhoria* referida se contextualiza na interação de pessoas interessadas em participar do "acabamento de uma obra" por meio da participação, cujo exemplo preliminar refere-se aos *softwares* de código aberto. Nessa dinâmica, o compartilhamento em redes de troca estabelece a divulgação de um possível projeto, e como forma de reunir os primeiros contatos, a partir de uma dinâmica de um trabalho constantemente aprimorado, com base nas discussões suscitadas nos fóruns virtuais. O professor da Escola de Comunicações e Artes da Universidade de São Paulo, Sérgio Bairon Blanco Sant'Anna completa que:

> A cultura permeia as direções do que se compartilha, considerando que a própria comunicação vem do compartilhamento. Já o acesso, como base da democratização, é pouco, porque limita as potencialidades do que se pode fazer e construir: ter ou não acesso afeta as dinâmicas da construção coletiva, mas em termos genéricos não a impede. (SANT'ANNA, Sérgio Bairon, em entrevista concedida em 23/09/2011).

Desse modo, para viabilizar meios alternativos para a resolução do embate de emissores *versus* ouvintes-falantes, faz-se necessária a multiplicação de canais de comunicação para a interação, tanto para que os diálogos contribuam para a elucidação das notícias quanto para possíveis demandas de aprofundamento da cobertura jornalística.

Outra distinção a ser realizada decorre dos modos de produção e disponibilização dos conteúdos, já que o cenário preliminar aponta para a seguinte configuração:

- A manifestação de usuários-interatores em redes cibernéticas em defesa de uma identidade própria (ou uma espécie de público diferenciado dos *targets*), segmentada em gêneros, descrita por Gerd Leonhard (2008, p. 35),

como forma de sobrevivência dos nichos diante de mudanças de perfis da programação de emissoras eletromagnéticas;

- Com o surgimento dos gravadores portáteis, um perfil intermediário na radiodifusão foi viabilizado pela ação do *prosumer*: durante as décadas de 1990 e 2000, os processos de gravação e armazenamento de áudio têm se tornado acessíveis, de uso simplificado, a ponto de disponibilizar material sonoro pelo ciberespaço, de modo que o impacto do acesso a portais hipermidiáticos remete à busca por títulos em uma vasta biblioteca, que compreende catálogos raros, pouco difundidos ou alternativos.

Ao refletir sobre as condições de acesso ao ciberespaço, as condições da democratização de conteúdo, de múltiplas formas de ação midiática e dos modelos atuais de disponibilidade de conteúdo radiojornalístico para finalidades informativas, sociais, culturais e cidadãs, considera-se que existem outros desafios referentes ao assunto aqui abordado, como os seguintes temas: a questão intermitente sobre as possibilidades da democracia digital e "cibercidadania", que fazem parte da tese da jornalista Maria Lúcia Becker (2009, p. 19), a partir de um estudo que considerou tanto as possibilidades de inserção e expressão no universo virtual, quanto o efetivo acesso, limitado por equipamentos, preço e tempo.

No contexto do mercado informático brasileiro, a tese de Becker (2009, p. 112) impacta no cuidado com os termos "acesso" e "democracia", diante dos fatores agravantes que atuam em detrimento do sentido causal: a disponibilização de equipamentos obsoletos com custo relativamente alto, a baixa qualidade de conexão e da falsa impressão de estar informado com farto conteúdo hipertextual (ou sensação ingênua de *poder*), conforme a pesquisa de campo realizada pela pesquisadora:

> [...] eu não tenho tempo para ficar o dia inteiro na CBN, e, na internet, você vê direto que eles atualizam bastante as notícias... (M.V.P., usuário do Telecentro CDHEP, em São Paulo);
> [...] tudo o que você quiser saber você vai lá e já está lá; assim, matou alguém hoje, morreu, um acidente, já está lá na internet... (P.G.S., usuário do Telecentro Cidade Tiradentes, em São Paulo). (BECKER, 2009, p. 101).

Outros agravantes tratam-se de dificuldades financeiras para tal "acesso" (aquisição) de dispositivos eficientes para um *prosumer* do ciberespaço: no Brasil,

equipamentos obsoletos possuem um custo maior que um modelo recente em outros países e, desta forma, a entrada na mídia virtual passa por uma verticalização desigual às tecnologias de informação e comunicação (BECKER, 2009, p. 89).

Desta maneira, não basta pensar na efetiva interação enquanto acesso efetivo ao ciberespaço e de que forma uma mídia se ampara, complementa e participa dos processos de produção e criação de material com outra como, neste caso, o rádio.

3. COMPARTILHAMENTO E EXPRESSIVIDADES: o radiojornalismo em rede

A dinâmica do hipertexto, segundo o físico britânico Tim Berners-Lee, criador deste conceito (2000, p. 11), em que a interconexão de conteúdos sob a forma de atalhos ou de incorporar o conteúdo original se realiza para exemplificar o comentário e explanar posicionamentos, permite ao usuário experimentar as possibilidades de criação coletiva. Embora o termo soe como um jargão das utopias da livre informação, as práticas reais coletivas demonstram uma profunda imersão na recepção e produção de material feito para a mídia (em áudio digital para uso no rádio ou em portais cibernéticos). Este material está próximo da prática da convivência midiática (CABRAL, 2002, p. 44) a partir da informação, e da mesma forma que o diálogo dinamiza, também retroalimenta canais de interação entre os ouvintes, que atuam como resposta, indagação e proposição frente ao conteúdo veiculado no rádio.

Entretanto, o rádio, desde sua normatização como serviço de entretenimento e informação pública, no alvorecer do século XX, trouxe uma perspectiva diferente para a circulação de informações: retomar tópicos das discussões apontadas pelo público ao mesmo tempo em que lança notícias em “tempo real”. Ou seja, a necessidade de se lidar com a dúvida de quem faz a leitura e não de quem escreve.

No ciberespaço, existe uma diferença circunstancial: não se constata uma gratuidade *a priori* sobre a captação de serviço; já que uma conexão viabiliza ou não o acesso, enquanto a agilidade do rádio, comprovada por Gisela Swetlana Ortriwano (1998), caracteriza-se por seu baixo custo, fácil transporte e locomoção e – pelo fato de contar com a energia elétrica como componente opcional –, já que o uso de fones de ouvido de alta impedância dispensa a alimentação de amplificação do som captado no ar.

Mas o início das transmissões do rádio demonstrava que a interação do público com a comunicação sonora (BRECHT, 2005, p. 38) aguça o ouvinte a procurar esclarecimento: para obter respostas, precisaria buscar e adquirir conhecimento. Então, este passa a articular os contatos mais próximos até a transposição das fronteiras locais. Dessa maneira, o rádio em si visa o compartilhamento, ao difundir ideias e dúvidas, que se transformariam na busca da compreensão.

De antemão, o suporte que viabilizou o deslocamento do rádio para o local da notícia não foi o transistor ou a miniaturização dos receptores, mas o gravador magnético:

> Desde os finais dos anos [19]50, foi um dos primeiros aparelhos de fixação e de montagem, permitindo a audição imediata após o registro, ao contrário do som óptico do cinema sobre película, que tinha de passar por um desenvolvimento em laboratório.
>
> A fita magnética, regravável, permitia também esta novidade: a montagem das obras [...] de longa duração registradas em fita, reunidas como um *puzzle* e depois gravadas em disco – uma prática que se tornou muito corrente. (CHION, M., 1997, p. 42-44)

A facilidade do processo de gravação e montagem, descrita pelo músico e teórico Michel Chion (IDEM, p. 44), ressalta que o potencial *prosumer* de rádio passa a contar com mais qualidade e melhoria do som, à medida que a tecnologia se desenvolve e torna acessível, por exemplo, o refinamento da gravação magnética para um formato compacto, o cassete, além do refinamento deste material, a partir dos formatos Dolby e da composição química das fitas, com a adição de cromo e posteriormente, metal, atingindo qualidade próxima ao disco. Durante este recorte, verifica-se que o processo de montagem torna-se facilitado com som mais apurado e, no entanto, as cópias consumiam tempo, pois possuíam a limitação da quantidade de material junto como o tempo real do material já finalizado (montado ou editado).

Apesar de propiciar a comunicação com a interação por meio de um equipamento eletrônico, o rádio sofreria um revés nesta perspectiva: a normatização da programação, o fechamento de canais de expressão e formas sistemáticas de “cortar o ouvinte” fariam com que os nichos específicos das redes cibernéticas passassem a abrigar o rádio com as características marcantes da interatividade, constatada por Brecht e ressaltada por Ortriwano:

> A revolução que as novas tecnologias causaram nas comunicações e nas relações humanas individuais e grupais mudou as noções de tempo e espaço e, certamente, o universo informativo permitiu que o coletivo social seja testemunha ao vivo, via satélite, de tudo quanto acontece no mundo. (ORTRIWANO, 1998, p. 25)

Assim, o rádio fica inserido no contexto de uma nova plataforma, que consagra os canais de comunicação entre o público, como o repasse de materiais radiojornalísticos

entre sujeitos inseridos na condição de ouvintes. Entretanto, a diferenciação ocorre quando o processo de difusão da matéria deixa de depender exclusivamente dos emissores: a intermediação entre ouvintes a partir da interação em redes de troca resulta na prévia enunciação do sujeito que compartilha o material radiofônico, ao expressar suas próprias opiniões sobre o conteúdo repassado além deste próprio material referido.

Entretanto, o fato de a linguagem radiofônica (BALSEBRE, 2005) possuir um espaço na Internet a fim de contornar restrições vigentes no rádio tradicional, suscitaria a seguinte indagação: se o ciberespaço viabilizava a comunicação "adormecida", esta ainda não pode ser considerada como descartada.

Assim, a expressividade dos usuários nas redes sociais cibernéticas seria apenas uma questão de retorno, já que a convergência (JENKINS, 2009, p. 176) demonstra a possibilidade da extensão dos debates na mídia virtual e, ainda, deixa em aberto a probabilidade de que o próprio rádio utilize o conteúdo destas discussões como argumento para uma produção subsequente de conteúdo.

Contudo, os usuários ganharam canais de expressão para o diálogo: o rádio não permitira que estes se viabilizassem dentro de suas extensões convencionais, por conta das restrições, mas, com o ciberespaço, o público interessado pela informação no rádio passaria a utilizar canais alternativos de interação como meio de expressar as ideias da informação do rádio entre si. Como exemplo, o *weblog* "Biblioteca sonora"[6] disponibiliza um material sonoro diversificado, não apenas restrito ao país-base (Argentina); o conteúdo de emissoras brasileiras que geram boletins em espanhol também pode ser encontrado.

Ilustração 02: Página de resultados do *website* "Biblioteca sonora", com os assuntos relacionados à palavra-chave "radio". Disponível em: http://www.caseteca.wordpress.com. Acesso em 10/12/2011.

[6] Disponível em: http://www.caseteca.wordpress.com

Além das matérias publicadas pelos usuários, existe um campo de comentários, no qual se registra uma impressão pessoal.

Ilustração 03: Campo de comentários, abaixo do material radiojornalístico em "Biblioteca Sonora". À direita, uma lista com atalhos para *websites* de emissoras de rádio da Argentina. Disponível em: http://www.caseteca.wordpress.com. Acesso em 10/12/2011.

Em linhas gerais, a interação entre os usuários pode ocorrer de maneira indireta, ao concentrar o enfoque à informação radiofônica, porém, críticas podem ser dirigidas entre estes, incluindo citação a partir do nome ou pela divergência. Todavia, a manifestação da expressividade dos usuários não se restringe ao tema ou a críticas, quando a publicação de conteúdo alheio à discussão ocorre livremente nas redes sociais.

Ilustração 04: Entrevista da candidata à Prefeitura Municipal de São Paulo, Soninha Francine à emissora Bandeirantes AM em 2008, no YouTube. Abaixo, do conteúdo principal, a expressividade dos usuários, registrada por comentários publicados. Disponível em: http://www.youtube.com/watch?v=NUtdNDiXZfY. Acesso em 23/06/2011.

3.1. Manifestação das expressividades nas redes cibernéticas

O modo como o ciberespaço proporciona o barateamento de material para a circulação de arquivos gerados por usuários permite uma extensão da representação da reação do público, o *feedback*, em níveis semânticos que integram uma dinâmica de produção interligada, na qual há interferência dos usuários nos materiais em circulação, como observa o jornalista e escritor Jeff Howe:

> Quando alguém corrige um erro de ortografia na Wikipedia, faz o *upload* de um vídeo no YouTube ou sugere que uma editora publique a obra de determinado autor (...) que divulgou partes do seu livro *online*. No que tange a conceitos abrangentes, ergue uma tenda enorme, assim como os mercados de previsão aproveitam a inteligência coletiva para obter soluções inovadoras, outra forma de *crowdsorcing* explora a energia criativa das pessoas, um recurso que tem se mostrado tão infinitamente inesgotável quanto renovável. (HOWE, 2009, p. 157).

O contexto em que uma obra desenvolvida no meio cibernético representa um recorte de um indivíduo diante da miríade de desdobramentos que acarretaram no resultado: o conceito de obra coletiva, ou *crowdsorcing*, descrito pelo jornalista e escritor Jeff Howe (2009), decorre da interação intersubjetiva a partir da mídia cibernética rumo ao estabelecimento de diálogos. Tais processos remetem à projeção do ideal da radiodifusão de Roquette-Pinto (2008, p. 21), que se constituía na superação das dificuldades de compreensão por meio do diálogo.

> Todos os lares espalhados pelo imenso território do Brasil receberão, livremente, o conforto moral da ciência e da arte; a paz será realidade definitiva entre as nações. Tudo isso há de ser o milagre das ondas misteriosas que transportam no espaço, silenciosamente, as harmonias. (ROQUETTE-PINTO In: MEDITSCH; ZUCULOTTO, 2008, p. 22)

Com isso, o processo formal que delimita os papéis estáticos da produção de material passa a se romper, devido ao estabelecimento de fluxos interativos: quem elabora uma radiorreportagem precisa saber se atende a alguma expectativa com relação à importância desta no contexto cotidiano de quem ouve, se esta também faz parte desse mesmo universo.

Logo, o *feedback* transforma-se em uma alavanca para o estabelecimento de diálogos, de modo que a parcela que genericamente não se pronuncia passa a falar e delimitar os critérios de adequação contextual, cuja intervenção resulta em uma forma simples de obra coletiva. Entretanto, a transposição dos papéis mencionados em torno de redes de convivência (BOHM, 2005) para modos complexos de expressão no ciberespaço, por voz (*chats*, de modo análogo à fala oral), textos (*weblogs*) e vídeos (mensageiros instantâneos), compreende uma forma diferente de congregar estes diferentes formatos, em um *website* caracterizado como portal, que recebe os usuários e os redireciona para uma experiência hipermidiática, com o viés latente de interação com outros sujeitos.

A constatação da dinâmica intercomunicativa como recurso inerente das redes cibernéticas de convivência exprime uma consideração a se realizar no papel definido de usuário. Assim como este acessa, ele também se expressa e pode intervir na produção coletiva, em uma parte ou em um todo; logo, essa atuação remete à interação. Assim como Brecht (In: MEDITSCH, 2005, p. 35) constatou no rádio o *ouvinte-falante*, no ciberespaço contemporâneo, o *usuário-interator* surge como alguém que não apenas acessa as redes virtuais, mas intervém e participa:

> Hoje, o sujeito passa a ser considerado como usuário-interator, sobretudo na internet, cuja situação parcela, compartilha, coopera e conecta. Essa experimentação interpela, interfere e se confirma por meio de um diagrama transversal que utiliza um amplo descrever de características complementares. (GARCIA, 2011, p. 55)

Quando Ortriwano ressalva que a audiência toma parte dos diálogos, há uma justificativa de “atender aos interesses do próprio sistema” (ORTRIWANO, 2008, p. 58), leva-se em questão o desdobramento da dinâmica dessas redes de convivência a um tipo de produção, pretensamente coletiva, para o estabelecimento de artifícios de atração de audiência. Com relação a este aspecto, observam-se diferentes formas de expressividade diante do compartilhamento de material no ciberespaço: o recurso *embed* (encaixar), por exemplo, grosseiramente adaptado do inglês como “incluir”, por se revelar como uma vertente multimídia do *hyperlink*, ou seja, quando uma palavra ou texto nos redireciona a locais diferentes (BERNERS-LEE, Tim, 2000, p. 12). Da mesma forma, conteúdos multimídia passam a fazer parte dos sítios *web*.

Em páginas com material compartilhado, há a possibilidade latente do registro de comentários ou da inclusão de redes sociais como recursos da discussão e do debate, por conseguinte, um movimento de delimitação dessa difusão pode ocorrer, referente à menção textual ou recomendação por hipertextos. Por exemplo, na rede de relacionamentos Facebook[7], a definição de compartilhar envolve a ação de recomendar o trecho de uma produção disponibilizada por um autor de projeção global, não considerando um viés artístico ou informativo (com exceção das palavras do usuário que retransmitiu o texto em um cabeçalho).

Assim, uma possível alteração no material não seria considerada "compartilhamento", pois existe uma chance de confusão com o *remix* (justaposição de materiais), que, nessa circunstância específica, ameaçaria a originalidade, que passou a contar com "elementos alheios". Em um certo momento de defesa da *centralidade da difusão*, o estímulo ou testemunhal velado para a compra de um produto de expressão cultural à venda se apresentaria, quando o embate da disseminação de material só seria legitimado se efetuado apenas pelo rádio eletromagnético.

Porém, as discussões sobre as esferas sensíveis (de teor emocional-subjetivo) e sensoriais (os sentidos como meio de interpenetração da realidade) incidem sobre um ponto em comum, ainda que isso ocorra de forma discreta: a manifestação do *ethos*, ou princípios morais que atuam na separação de elementos concebidos como exagero, apelo e indignação (CABRAL, 2006, p. 70). Nesse sentido, notícias que causam repercussão pública, com relação à indignação, se estendem no meio cibernético para que o público se pronuncie quando discorda da forma como são conduzidas as radiorreportagens consideradas de pouco teor informativo.

Portanto, o conceito de Walter Benjamin (1994) refere-se à noção do sentido/*sensorium* novo da obra de Baudelaire: a expressão de um novo modo de sentir. Em meio à realidade expressiva, considera-se que a perda das relações afetivas diante de uma interação primária com um dispositivo eletrônico e, em segundo plano, com frações dos sentidos que representam o sujeito em um diálogo retratam a emergência de uma esfera sensível na comunicação midiática. O modo de se expressar por apenas uma das funções sensoriais não pode ser considerado regra, principalmente por causa da convergência, não

[7] Rede de relacionamento social utilizada para contatar usuários-interatores individual ou coletivamente por grupos. Disponível em: http://facebook.com. Informações detalhadas podem ser encontradas na página 98.

de plataformas, mas de formas mescladas de expressão. Desta maneira, Benjamin demonstra que o "escritor atuante" (1994, p. 148) na era da mídia não traz apenas o diferencial da narração, mas do ensino em processo de construção.

Como resultado, um áudio, que evoca a característica auditiva, passa a ser engendrado em vídeos contendo imagem estática ou, no caso de radiorreportagens, em fotografias ou capas de jornais – em uma espécie de convergência direcionada para se destacar o conteúdo sonoro.

Os casos citados anteriormente sugerem a constatação da seguinte configuração da produção radiojornalística, a partir das ferramentas cibernéticas: os aparelhos permitem não apenas receber informação, mas produzir conteúdo em formato hipermidiático e, diante da convergência de plataformas, também abarcar a linguagem (BALSEBRE, 2005) específica.

Com isso, a demarcação de uma diferença relativa diante das figuras de sensibilidade (ou expressão de diferenças), segundo o filósofo Jesús Martín-Barbero (2010), ao se deparar com uma situação genérica de hegemonia midiática, a solução direcionada para romper o ciclo midiático fechado consistiria na apropriação das indumentárias restritas como forma de garantir as expressividades:

> Uma evolução que mostra o passo de uma *empresa de mera difusão* [...] a outra de *composição* de conexões (notícias) dos sucessos e de almanaques. Evolução que acompanha a maturação do gosto da ruptura, que desde o final do século XVII se aprofunda barateando a impressão dos textos e escritos, e exacerbando o tremendismo[8] sensacionalista. (MARTÍN-BARBERO, 2010, p. 115, grifos do autor, tradução nossa).

Esse fato recai sobre as noções de democratização e limitação, em certa medida, utilizadas para mensurar uma efetiva participação na mídia cibernética. Porém, a diferença dos cenários a serem analisados envolve tópicos de similaridade, ainda que a defasagem de equipamento informático se constitua como empecilho para a existência de um acesso amplo aos recursos da produção. Desse modo, não convém estabelecer o parâmetro da intervenção popular em servidores cibernéticos a fim de garantir tanto a expressividade quanto um nivelamento de qualidade do radiojornalismo "comunitário".

---

[8] Gênero da literatura espanhola. Surge como resposta à censura imposta pelo ditador Francisco Franco, cuja técnica emprega o uso de figuras linguísticas como elipse e hipérbole para destacar a censura pelo desprezo e ignorância social.

Tal proposição baseia-se nas condições de produção cibernética, mencionadas por Howe (2009, p. 64), por causa da seguinte condição: descentralização da produção no ciberespaço e circulação da mídia alternativa personalizada, ao tomar como exemplo, a participação crescente dos repórteres amadores que atuam como as equipes de plantão e, ainda assim, se fazem presentes em situações que exigem rapidez para a cobertura de eventos.

Enquanto se questiona sobre canais hegemônicos existirem como forma de indexar e aglomerar a audiência em torno de um cardápio de atrações convencionadas pela generalidade de busca e simplicidade dos conteúdos, o YouTube[9] congrega com maior eficácia semântica a audiência em torno da socialização da programação hipermidiática – considerando que nem tudo que fora disponibilizado seja constituído de formatação audiovisual – tendo em vista que portais focalizados em um tipo de produção, como por exemplo, as emissoras de rádio, além dos serviços *web*, utilizam esse portal para difundir seu próprio material.

Em termos práticos, significa que um canal, ainda que hegemônico em audiência, não estabelece a circulação de informação sobre o ciberespaço, ou mediação pelo meio, devido às convergências (produções externas e alternativas), interações (disseminação do fluxo informativo) e descentralização de materiais (quando os conteúdos gravitam por diversos centros midiáticos). Logo, a prática do jornalismo exige processos de aproximação com a comunidade, a partir da captação de espaços que propiciem a prestação de serviços, por meio dos diálogos paralelos entre usuários; o radiojornalismo passa a reencontrar (ORTRIWANO, 1998) um cenário profícuo para a produção de notícias junto à comunidade devido à iminência do elemento "democratização".

Essa questão sobre o acesso se depara com o dilema da restrição econômica: pelo tipo de equipamento ou conexão. Entretanto, se for considerado que cada interação cibernética cria demanda por mais informação ou conhecimento, as ondas do rádio para a difusão de materiais jornalísticos, que tiveram um embrião criado pelo debate entre usuários, mobilizaram equipes a produzir um conteúdo que retornasse de forma gratuita, na sintonia do rádio.

---

[9] Rede de compartilhamento de material audiovisual, cujo conteúdo pode ser criado, repassado ou justaposto por usuários-interatores. Tal justaposição caracteriza uma marcação social e se constitui em um espaço aberto para a disponibilização de produções de *prosumers*. Disponível em: http://youtube.com. Mais informações podem ser obtidas na página 101.

Isso reflete uma forma alternativa que se constitui como democratização. No bojo circunstancial, se proporia uma diversificação nos papéis participativos: significa dizer que o ouvinte do radiojornalismo ganha, além de voz, o texto das redações, a imagem do repórter no local da ocorrência e a sugestão nas pautas, quando questiona nas redes sociais sobre uma cobertura abrangente.

3.2 Radiojornalismo em rede

A circulação de informação no ciberespaço ocorre sob algumas circunstâncias, como a notificação de rumores (fatos ocorridos não apurados ou confirmados por usuários de redes sociais não especializados em jornalismo) ou por diferentes formas de compartilhamento de uma mesma notícia já publicada.

A primeira descrição se refere a informações descritas na ordem em que foram expressas por usuários interessados na difusão de informação, porém, sem existir de fato um tratamento jornalístico, enquanto a seguinte tentará considerar as formas de expressividade ocasionadas por uma radiorreportagem em redes sociais, buscando um cenário característico para o desenvolvimento de diálogos decorrentes, por meio de ferramentas cibernéticas que atuam no desenvolvimento da interatividade relacionada ao rádio.

Assim, a notificação de uma ocorrência, ainda que reportada com extrema primazia diante da divulgação de notícias pela mídia, constitui-se exatamente como atividade jornalística, mas com pouca apuração. Para Nelson Traquina (2005), a necessidade de busca por outras versões, corroborações e contestações não atesta àquela informação lançada em redes sociais a real veracidade. As implicações acarretam desde uma afirmação falsa ou inventada até especulações sobre o desfecho de algo ainda em progresso e sem definição.

O uso do termo “compartilhamento” ocorre com uma implicação na finalidade concentrada na troca ou intercâmbio de ideias e pensamentos, acarretando no debate que demandaria, em pontos específicos, a realização de novas matérias, em especial, as radiorreportagens para fins de esclarecimento e complementaridade.

Dessa forma, o estabelecimento de uma rede de radiojornalismo, tanto pelo ciberespaço quanto pela mídia eletroeletrônica, compreende ações complexas que

demonstram ir muito além dos diálogos entre usuários das redes cibernéticas e das notícias partilhadas. O tema do compartilhamento e das expressividades nessas circunstâncias faz emergir outras constatações acerca das implicações apresentadas: o radiojornalismo abre concomitantemente um espaço para a experimentação e, por conseguinte, de comunicação, em uma circunstância específica, quando o equipamento que acessa, também produz e repassa conteúdo.

Assim, uma referência com uma particularidade específica para o diálogo, referida pelo pesquisador peruano Sandro Macassi, aborda a "transformação no cenário midiático por deslocamento de hibridação de gêneros comunicativos" (MACASSI, 1997, p. 117). Este processo ainda considera que o ciberespaço, além de atuar como fonte para cobertura jornalística (GONÇALVES, 2006, p. 58), com a disponibilização de portais e serviços cibernéticos de informação gratuitos, ainda publica informações passíveis de inclusão em pautas jornalísticas, apesar da existência de certa desconfiança diante de produções amadoras, tangenciando a credibilidade do conteúdo.

A complexidade do tema e a miríade de casos levam à consideração de um estudo que contemple casos e efeitos das ferramentas cibernéticas como forma de melhorar as características de interatividade no rádio e, no caso da produção de materiais radiojornalísticos, em espaços de troca de informação, a partir do estabelecimento de canais para o debate, como por exemplo, as redes sociais.

3.3 Desafios de convergências

Apesar do uso da palavra "convergência" atingir notabilidade com o livro de Henry Jenkins (2010), faz-se necessário registrar que a plataforma radiofônica, no Brasil, que possibilitava acoplamento com outras mídias, não fica restrita à sonoridade, já que a linguagem verbal oralizada nutria o jornalismo ao reportar acontecimentos. Entretanto, Jenkins descreve um entrecruzamento de mídias cibernéticas, no qual um evento desencadeia produções paralelas, como por exemplo, no radiojornalismo: um fórum virtual debatendo um assunto transmitido por ondas hertzianas.

Além disso, faz-se necessária a ressalva de que o ciberespaço, por mais complexo e multifacetado que esta forma se apresente, não se divide ou disputa a hegemonia com outros lugares. Para relembrar, o conceito *cyber*, mencionado por Pierre Lévy (1999), Elias

Machado Gonçalves (2003), Ricardo Ramos e Pyr Marcondes (1995), trata-se de uma comunicação à distância realizada por dispositivos eletrônicos. Porém, se há uma "guerra" entre formatos, isso não significa a divisão do ciberespaço, pois as tecnologias desde a imprensa, telégrafo, rádio, televisão e Internet continuam a atuar nele.

Para exemplificar, nas décadas de 1940 e 1950, especificamente, o rádio teve uma convergência específica para o formato *magazine*, com a "Revista do Rádio".

Ilustração 05: Capa da Revista do Rádio, número 406, de 22 de junho de 1957, com destaque para uma entrevista com a cantora Ângela Maria. Disponível em: http://bimg1.mlstatic.com/revista-do-radio-n-406-220657-pster-central_MLB-F-3194992591_092012.jpg. Acesso em 22/04/13.

Como as edições desta publicação eram realizadas oficialmente pelas editoras, o foco se centrava no conteúdo dos programas de entretenimento, a realização e produção de material midiático paralelo, com relativa interação de ouvintes (na seção de cartas publicadas), demonstra que o potencial de convergência, se não fora testado nos termos de Jenkins, havia um cenário midiático profícuo para que diferentes formatos possibilitassem a produção de materiais diversificados. No exemplo da Ilustração 05, a entrevista com a cantora Ângela Maria passa a discorrer entre diferentes formatos de conteúdo, pois uma pessoa, quando sintonizava a estação radiofônica e escutava uma canção, ao mesmo tempo poderia ler a matéria na "Revista do Rádio".

Para informações mais detalhadas sobre diversas publicações que já foram editadas no Brasil, além desta revista, menciona-se a dissertação de mestrado do jornalista e radialista Pedro Serico Vaz Filho, "Jornalismo Sobre Rádio" (2009), que estudou especificamente o tema. Porém, a proposição de configurar a convergência, como objetivo

desta pesquisa, busca compreender um histórico de acoplamentos de outras mídias que teriam acontecido no rádio brasileiro.

Ilustração 06: Revista do Rádio: entrevista com Ângela Maria em 1957, com o *lead* situado no topo direito da página, seguido por chamadas contendo destaques do texto principal. Disponível em: http://img2.mlstatic.com/revista-do-radio-406-1957-cauby-angela-isaurinha-emilinha_MLB-O-3365879082_112012.jpg. Acesso em: 22/04/13.

Ao abordar aspectos diferenciados sobre as plataformas digitais no rádio, deve-se considerar a disponibilização reticular de conteúdo multimidiático que pode ser elencada por gosto e critério de quem os escolhe e elenca. Esse tipo de audição personalizada se define como um mercado *on demand*, caracterizado pela montagem por meio de um mapeamento do áudio disponível e como cada som será ordenado, com base nos filtros de um sujeito que atua como quem constrói uma dependência com estruturas pré-moldadas, ou o verbete "imbricamento", como disposição dos tijolos ao gosto de quem os assenta.

O aspecto a ser discutido, no enfoque aqui proposto, diz respeito ao radiojornalismo e a forma com que as notícias são irradiadas: enquanto o padrão *on demand* pode justificar a expressão de nichos musicais pelo agrupamento por gênero e estilo, o jornalismo aponta sinais de que não possui uma dinâmica que se mostre satisfatoriamente ajustável em padrões pré-formatados.

A fragilidade deste tipo de perfil se constata pela natureza da radiorreportagem: o acontecimento possui um tempo determinado em certo local e de maneira repentina. Não

basta o repórter ter contato ou buscar em portais informativos um assunto para se noticiar, pois as circunstâncias do fato se apresentam de uma forma súbita, ao mesmo tempo em que a importância de se reportar um acontecimento, também, possui relação tanto com a abrangência de quem vai ouvir quanto da forma que irá afetar tais sujeitos. A manutenção do contato do radiojornalista com o público faz-se necessária para que as pautas se aproximem do local e principalmente das pessoas. O professor na Universidade Federal de Santa Catarina, Jorge Kanehide Ijuim, menciona que:

> Vivências como as expostas aqui lembram o que Luis Carlos Restrepo chama de 'analfabetismo afetivo' (1998, p. 18-20). Para o autor, "ricos e pobres, iletrados e pós-graduados, todos acabam igualmente enredados em suas relações afetivas, provocando escândalos e maus-tratos que os dilaceram numa frustrante solidão [...] Parece estar claro que a educação tem por papel fundamental preservar e transmitir, de maneira crítica, o conhecimento historicamente acumulado. Mas essa maneira crítica supõe, no entanto, atitudes e valores que podem determinar como e com que finalidade esse conhecimento acumulado é trabalhado". IJUIM, 2006, p. 26-27.

Dessa forma, consolida-se um ciclo de repetição das mesmas notícias em períodos determinados. Tal *saturação* de informações idêntica à primeira veiculação deixa de esclarecer para se tornar mero acúmulo, ou "desinformação", por conta da falta de contextualização e articulação: sem os vínculos históricos e os complementos, não significa que uma informação seja entendida em diversas dimensões. Então, um formato com a pretensão de expor conteúdo *all news* baseado na repetição, deixa de contribuir na formação de repertório, devido à reminiscência da dúvida sem a possibilidade de esclarecê-la.

Neste ponto, os educadores Paulo Freire e Sérgio Guimarães (1983, p. 32) afirmam, mencionando "vamos botar o rádio", de modo categórico, que essa mídia contribui no ensino, desde que os diálogos sejam mantidos, com estimulação pedagógica – e, de certo modo, a própria maneira com que a linguagem oral simplifica o entendimento pressupõe um fluxo dinâmico em duas vias, análogo a uma conversa interpessoal.

O pesquisador português Pedro José Ermida Figueiredo Fernandes Portela (2010) considera que os dois tipos de convergência, a internet no rádio de Portugal e esta mídia no ciberespaço, quando o pilar da democratização radiojornalística se estrutura para a abertura e ao diálogo. Em termos mais simples, "estimular a participação em um meio em

mudança" com atitudes assertivas: abrir espaço para o público se expressar – não se referindo apenas à metáfora da *porta aberta*, mas à metáfora do rádio *cobrir* a população, ao "buscar um contato direto e individual com o ouvinte" (2010, p. 86).

3.4 Multimídia e hipermídia no ciberespaço

O fato de englobar ou suportar o acoplamento de tecnologias eletrônicas no rádio não significa que este necessite, de modo primordial, do vídeo e da imagem. O foco desta mídia se mantém na oralidade e na realização de diálogos. Porém, não significa que o conteúdo imagético precise ser marginalizado, pois na versão cibernética do radiojornalismo, a própria plataforma digital viabiliza a referência em múltiplas camadas, herdadas, a partir das múltiplas possibilidades dispostas pelo hipertexto.

Se existir uma referência principal em vídeo ou em texto, a melhor maneira de se referir a um material diferenciado sem necessidade da verbalização encontra-se nesta confluência de formatos e se realiza pela referência encadeada dos conteúdos. Por exemplo, a imagem e o formato de revista não podem ser considerados como "alheios ao rádio", porque o primeiro tem a importância fundamental de representar uma identidade visual, a partir de um emblema com cores e desenhos que a distinguem. Para se constatar, a "Revista do Rádio", nos anos 1940, e as equipes de promoção das emissoras convencionais (por meio de adesivos em logotipos) lidam com essa característica. No caso do formato revista, trata-se de um caso típico de convergência, em que o conteúdo principal seria irradiado, enquanto informações complementares ou de expectativas da programação seriam desenvolvidas em outro meio.

Sumariamente, não se trata do intuito de contestar que a convergência teorizada por Henry Jenkins (2009, p. 52) fique restrita ao aparecimento do computador ou um desdobramento após a multimídia cibernética. A principal diferença, no entanto, concentra-se na forma de interações do rádio brasileiro entre as décadas de 1930 a 1960. A restrição do ouvinte em prol da enunciação (ou comunicação de uma via) acontecia diante das possibilidades latentes de interação, diante da redução física dos estúdios para se evitar uma eventual manifestação espontânea ou, então, de se acoplar outras tecnologias sonoras, como o telefone. Neste contexto, a produção de reportagens escritas no ciberespaço nos *websites* de provedores de notícias contribuiu para a inclusão de fontes, além da

radioescuta, mas reforçou, de fato, que os papéis deveriam se manter estáticos entre ouvintes e falantes.

Mas nem todo o conteúdo disponível no ciberespaço fica restrito à única via falante: o aparecimento de fóruns, seguido pelos *weblogs* e redes de relacionamento propuseram a interação como elemento principal e, desta forma, só não se expressaria quem realmente não desejasse.

Em um âmbito de circulação não presencial de sujeitos, a hipermídia contempla a consolidação dos conteúdos multimídia em um aparelho. Porém, estes dispositivos não são o rádio nem as plataformas virtuais, mas computadores ou consoles (terminais com menos funções). Ao se pensar o rádio no contexto do digital ou da hipermídia, o professor Álvaro Bufarah menciona:

> "O rádio é multimídia. Não podemos pensar hoje o rádio apenas como um produto, restrito a um aparelho ou ao som. Deve se pensar em novas formas de produção, com imagem e vídeo. A rádio CBN já produz esse conteúdo para quem acessa o *[web]site*. É tudo hipermídia. E, por isso, precisamos pensar nesse tipo de profissional, que saiba lidar com essas várias mídias. Então, digo que o rádio não existe mais como um "mercado etéreo". Porque mercado somos todos nós [que consumimos hipermídia] e por isso, todos nós fazemos parte desse mercado e dessas mudanças". (BUFARAH, Álvaro. *Entrevista concedida em 30 de setembro de 2012*)

Entretanto, a preocupação suscitada neste tópico demonstra que a inclusão do rádio na hipermídia possa causar, inicialmente, um potencial problema identitário. Na década de 1960, a televisão brasileira utilizava como base o rádio, conforme a informação da doutora em História pela Universidade Federal Fluminense, Lia Calabre:

> Nos anos 1960 o formato de programas de rádio que havia feito tanto sucesso nas décadas anteriores já havia se transferido, em grande parte para a televisão. Essas mudanças deram origem a novos modelos de programação radiofônica, cada vez mais distantes daquele que prevaleceu nos "anos dourados[10]" do rádio brasileiro (CALABRE, 2004, p. 08)

A partir dessa informação, toma-se como exemplo a narração de detalhes (visíveis na tela) em uma partida de futebol, que precisou redefinir o tipo de cobertura, como uma locução mais pausada e voltada para a identificação das ações.

---

[10] Período que compreende as décadas de 1940 e 1950, no Brasil, segundo Ortriwano (1985, p. 19).

Da mesma forma que o rádio foi televisionado na fase de adaptação, existe a probabilidade de que cada elemento das mídias se apresente na versão hipermidiática com a linguagem do vídeo e venha a prescindir do detalhamento da reportagem. Segundo o jornalista Jorge Cury Neto[11]: "no rádio, deve-se dar toda a informação possível em uma linguagem oral [...], daí, a pessoa forma, na mente dela, a cena que o repórter narra", ou seja, um processo de visualização de uma imagem por meio da descrição.

Por estas circunstâncias, um rádio em formato hipermídia não significa ampliar a capacidade desta mídia além de uma "limitação visual". O motivo desta premissa aborda a própria linguagem hipermidiática, do envolvimento e participação, e não é à toa que tal plataforma seja mais utilizada para jogos eletrônicos. A barreira da imagem (estática ou em movimento) não se constitui de um subterfúgio para a adoção do formato múltiplo, já que a experimentação interativa pode explorar a "presença" do usuário em um programa radiofônico e deveria fazer parte desse tipo de dinâmica, conforme a experiência com os programas de utilidade pública, como menciona Gisela Swetlana Ortriwano:

> A inovação foi introduzida pelo jornalista Reinaldo Jardim, que teve como objetivo restabelecer o diálogo com os ouvintes. Inicialmente, o Serviço de Utilidade Pública surgiu nas rádios divulgando notas de "achados & perdidos". Posteriormente, os serviços vão se ampliando, chegando a criar setores exclusivos dentro das emissoras. (ORTRIWANO, 1985, p. 23)

Contudo, as possibilidades de ampliação dos diálogos nas redes cibernéticas, de conteúdo hipermidiático, partem do pressuposto de que a interação se processa de maneira muito mais complexa, ao exigir do usuário a tomada de ações, a partir do seguinte exemplo: se um navegador de internet pode ser considerado como plataforma hipermídia, este não funciona sozinho a menos que um endereço seja acessado, que ocorra a clicada de um *hiperlink* e assim por diante. Mas, as práticas do ciberespaço não se limitam a essas finalidades: quando se aborda compartilhamento de material e redes de troca, a mínima atitude exigida requer a manutenção de diálogos, seja por hipertextos, *weblogs*, *chats* (conferências audiovisuais cibernéticas) ou na manutenção de comunidades.

[11] Em entrevista concedida em 07 de janeiro de 2011, por telefone.

4. RADIOJORNALISMO: casos e efeitos no ciberespaço

A partir da formação do quadro conceitual no capítulo anterior, se estabelece uma relação entre os casos analisados, permeados pelas probabilidades latentes de interação. Com isso, não existe apenas o objetivo de constatar o fechamento de recursos inatos nas ferramentas da *web*, mas a forma com que o compartilhamento se apresenta como recurso de retransmissão e divulgação. Além disso, a permissão de publicar opiniões diferenciadas (ou expressividade dos usuários) estimularia a continuidade dos debates em redes de diálogos.

4.1. CENÁRIO 1 (emissores no ciberespaço): Serviços originados na web, com natureza multimidiática, enfocados exclusivamente em radiorreportagem: *Webcom Brasil*, e a série de seis radiorreportagens sobre o *Massacre de Felisburgo (MG)* que fora compartilhada pelos seguintes meios virtuais: *weblogs* "The Press Alert Agency", "Biblioteca Sonora" e a rede social audiovisual "YouTube". Para este tópico, foram selecionados dois casos específicos, sendo que o conteúdo originado parte da Internet por meio de empresas prestadoras de serviço, ou seja, destinadas às emissoras radiofônicas.

a. Webcom Brasil (radiojornalismo.com.br)

O surgimento desta empresa focada na prestação de serviços de rádio coincide com o período de implementação e expansão da Internet no Brasil, em 1996. Para o proprietário da empresa Webcom, Jorge Cury Neto[12], o perfil de agência de jornalismo para rádio não pode ser usado para definir a área de atuação, já que a disponibilização de conteúdo (gravações e ao vivo) se destina ao público em geral.

Na verdade, esta empresa iniciou suas atividades como agência de radiojornalismo, mas, desde 2008, começou a ampliar a atuação com a disponibilização dos áudios das reportagens anunciadas e lançou uma emissora virtual (que transmite apenas pela Internet) com programação ao vivo. De certo modo, essa programação disponível com vistas à interação não repercute diretamente sobre a atuação da empresa enquanto agência, já que

[12] Em entrevista realizada em 07 de janeiro de 2012, por telefone.

os serviços prestados para outras emissoras de rádio não atuam, diretamente, sobre o público-alvo.

A interatividade teria causado tanto o lançamento da emissora *web* quanto dos áudios para se baixar gratuitamente. “A internet deu nova vida ao rádio, por conta das interações que possibilita, mas comunicando em nível mundial”, destaca Cury Neto. A dificuldade em delimitar o campo de atuação desta prestadora de serviço em áudio ocorre pelos diferentes perfis: o empresarial (originado com a Webcom), o pessoal-comunicativo (áudios e emissora virtual) e o educativo, com uma “Central de Treinamento” dedicada à educação oralizada.

> Há várias coisas em muitos assuntos, quando se educa através do rádio: somos um país predominantemente oral, a alfabetização ainda é limitada e o acesso à leitura é difícil. Então, a educação pelo rádio é legítima, pois informa pelo verbal (verbal-oralizado), o ideal da Webcom Brasil (CURY NETO, Jorge. *Entrevista concedida em 16/01/2012*).

Sobre o quesito *desenvolvimento das interações* acerca da ampliação da participação dos usuários-interatores (GARCIA, 2011, p. 55), incluindo uma possível participação nas pautas, Cury Neto define os usuários que acessam a página “radiojornalismo.com.br” como *modestos* diante das grandes redes de radiojornalismo, como CBN, Jovem Pan, Bandeirantes e Gaúcha – pela quantidade de ouvintes e pela facilidade que cada uma pode estimular a interação por meio de serviços cibernéticos.. Cury Neto define os usuários que acessam a página “radiojornalismo.com.br” como *modestos* diante das grandes redes de radiojornalismo, como CBN, Jovem Pan, Bandeirantes e Gaúcha – pela quantidade de ouvintes e pela facilidade que cada uma pode estimular a interação por meio de serviços cibernéticos.

Até 2012, o portal Webcom disponibilizou o conteúdo em áudio das notícias para ser baixado gratuitamente, sem a necessidade de registro. A partir de 2013, passou a ser exigido um cadastro com CNPJ[13] para se ter acesso aos arquivos digitais de forma gratuita.

Nas ilustraçõess a seguir (07 e 08), as diferentes formas de apresentação deste sítio tentam documentar as mudanças descritas e, neste caso, salienta-se que a identidade visual não pode ser confirmada como alteração, já que as ferramentas de acesso sofreram alterações. Ao se comparar as imagens, a principal área afetada se relaciona propriamente

[13] Cadastro Nacional de Pessoa Jurídica: documento que identifica uma empresa devidamente estabelecida no Brasil.

ao acesso: em 2011, a existência de uma seção específica “condições de acesso” passou a não existir na atualização de 2013. De certa maneira, não de modo sumário, a inclusão do item “cadastre-se” e as áreas para o *login* em todas as páginas se distancia da abordagem que visa identificar o usuário, pois ao exigir CNPJ, este acesso se limita a empresas.

Ilustração 07: página da Webcom Brasil em 2011: *banner* visual com os destaques e as radiorreportagens apresentadas a cada três divisões. Entretanto, não havia o campo *“login”* para cadastro. O conteúdo dos boletins informativos e do radiojornal se concretizava por meio de *hyperlinks* para as radiorreportagens individuais. Cada radiorreportagem de curta duração era disponibilizada para o usuário baixar e ouvir em outros dispositivos sem estar necessariamente conectado com o *website*.

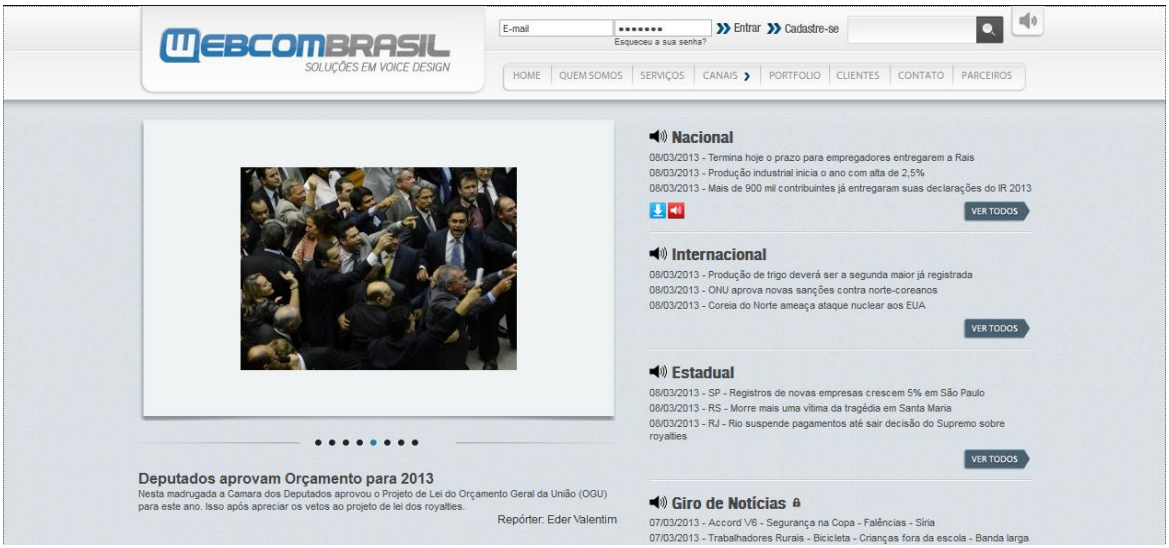

Ilustração 08: Versão atual da página *Webcom Brasil*, com três radiorreportagens divididas por região: nacional, internacional e estadual. Os *links* do boletim informativo e radiojornal não redirecionam matérias correlatas, mas ao cadastro com CNPJ válido.

A partir dos recursos disponibilizados nas páginas *web* para a finalidade de acessar o material sonoro em arquivo digital, questiona-se qual tipo de produção fora disponibilizada, se esse acesso se concretiza ou existe alguma restrição. Como decorrência destes dados, a discussão de uma probabilidade teria a finalidade de tratar *a priori* dos desdobramentos que as ferramentas cibernéticas incrementariam na interação interpessoal e nos debates relacionados dos materiais jornalísticos, como as radiorreportagens.

QUADRO C1.1.1: MEIOS DE COMPARTILHAMENTO – *WEBCOM* BRASIL

PRODUÇÕES	COMPARTILHAMENTO	RESTRIÇÕES	PROBABILIDADE
Reportagem (versão *website*); Áudio (*podcast*) formato *nota*, com duração entre 01 minuto a 02 minutos. Webrádio: musical com jornalismo eventual; Giro de notícias (boletim informativo); Radiojornal.	*Podcast* e *Download*. Página no Facebook traz manchete e o *link* para se ouvir a radiorreportagem na página *web*.	Exige registro CNPJ. Exigido para Webrádios e emissoras comunitárias para um cadastro que permite baixar as notas, sob uma assinatura de R$4,99.	Criação e manutenção de uma pequena comunidade. Comunicação simples e breve dentro de um nicho de radiojornalismo *on demand* voltado para empresas

QUADRO C1.1.2: ACESSO AO CONTEÚDO – *WEBCOM* BRASIL

TIPO DE ACESSO	DISPONIBILIZAÇÃO DO ÁUDIO
Ouvir a radiorreportagem direto da página	Sem restrição. Há a possibilidade de repetir o material indefinidamente ou a partir de um trecho
Baixar o arquivo	Necessidade de cadastro com CNPJ, incluindo emissoras comunitárias e "webrádios", para baixar o arquivo digital e poder escutar o conteúdo em diversos dispositivos cibernéticos.
Boletim informativo e Radiojornal Licenças de retransmissão	Há a exigência de uma assinatura mensal de R$ 4,90 Creative Commons (em 2011 e 2012).

QUADRO C1.1.3: MEIOS DE EXPRESSIVIDADES – *WEBCOM* BRASIL

E-MAIL	CHAT	TELEFONE	CAMPO PARA COMENTÁRIOS	REDES SOCIAIS
Sim	Não	Sim	Não	Facebook (*fan page*); Twitter (@webcombrasil); edIn (webcombrasil) YouTube

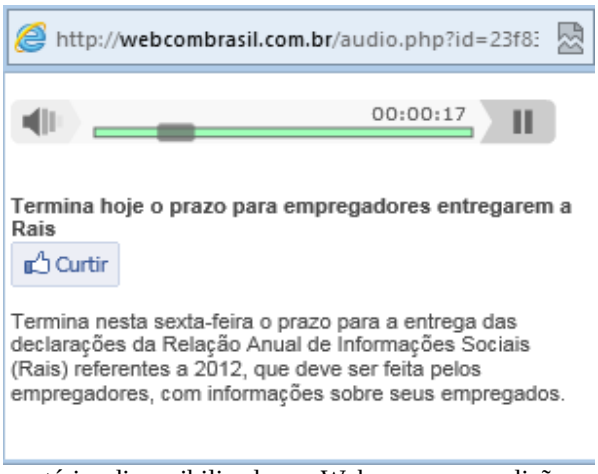

Ilustração 09: Tela de acesso às matérias disponibilizadas na Webcom, para audição gratuita. Disponível em: http://webcombrasil.com.br/index.php/audio/1/?audio=8138. Acesso em 08/03/2013.

QUADRO C1.1.4: CONTEÚDO HIPERMIDIÁTICO – *WEBCOM* BRASIL

ÁUDIO	IMAGEM (OU FOTOGRAFIA)	VÍDEO	TEXTO EM *HYPERLINK*
Sim. Requer complementos no navegador para a audição gratuita, como o Adobe Flash Player.	Ocasionalmente. Destaque no *slideshow* das matérias em destaque (vide Ilustração 8); Vídeos no YouTube contém apresentações como um *videolog* (*weblog* em vídeo)	Ocasional. Não há relação direta com as radiorreportagens.	Não há redirecionamento para conteúdo externo à Webcom e páginas de outras empresas de conteúdo em áudio.

A obtenção dos dados referentes à *Webcom Brasil* demonstrou a forte destinação institucional acerca da atuação: a empresa, como prestadora de serviço, que atua em um setor que fornece conteúdo para emissoras de rádio. Apesar da mudança de abordagem, com identificação, mostrou-se perceptível o reforço do papel que tenciona as áreas de agência de jornalismo e *briefing* radiofônico, como a identificação de negócio constituído e os cursos ministrados sobre "palavra falada", da "Central de Treinamento". Assim, um usuário que se enquadre no perfil *on demand* não poderá ser plenamente atendido, pois a principal diferença está neste setor: a *Webcom* visa atender a um público corporativo, pela venda de serviços para emissoras de rádio.

O fato que corrobora esta alegação se baseia na versão radiofônica ou webrádio dessa empresa: ao invés de se escutar uma programação essencialmente jornalística, a pessoa que acessa a "emissora virtual" irá se deparar com uma programação musical no estilo "adulto-contemporâneo", formado pelos gêneros *soft pop*, *blues*, *soul* e clássicos de "MPB": música brasileira derivada do *pop standards*, com influência do *jazz* e *big bands*. Então, o destaque oferecido pela *Webcom* seria a irradiação eventual de notas, disponíveis no portal da emissora e do serviço cobrado, boletim informativo, sem horário específico.

b. RADIORREPORTAGEM "MASSACRE DE FELISBURGO (MG)"

A escolha desta radiorreportagem ocorreu devido ao critério de buscar uma radiorreportagem que possuísse menção em outras páginas, principalmente em *weblogs*, de cunho pessoal. Também foi esperado que o material fosse compartilhado e o especial de seis programas, produzido pelo jornalista Juliano Domingues Almeida, sobre o assassinato de trabalhadores sem-terra em Felisburgo (MG), atendesse às expectativas de uma expressividade espontânea: o áudio, acompanhado pelas fotos estampadas nos jornais impressos se encontra disponível no portal de compartilhamento audiovisual "YouTube", enviado por um usuário que não aparenta ligações com a produção das matérias.

Para o jornalista Juliano Domingues Almeida, produtor da série de seis episódios sobre o massacre de trabalhadores rurais sem-terra em Felisburgo (MG) e os possíveis desdobramentos do caso, que se mostravam latentes, como o latifundiário Adriano Chafik, acusado de desencadear a matança, aguardar em liberdade seu julgamento:

> Na época que estava prestes a completar cinco anos do massacre, representaria uma chance de incrementar os debates sobre a reforma agrária na região nordeste do Estado de Minas Gerais, que teve

> trabalhadores assentados. Essa ideia da pauta representava uma esperança de levar o caso à tona na discussão pública, para no fim, ajudar a acelerar o julgamento do Chafik. (ALMEIDA, Juliano Domingues. Entrevista concedida em 22/03/2013)

A Situação Atual em Felisburgo

Brasil

Está faltando algum conteúdo do Flash que deveria aparecer aqui. Talvez seu navegador não possa exibi-lo. Instale a última versão do Flash em seu computador, ou atualize sua versão.

Baixar

(7'29" / 1,71 Mb) - Fica difícil narrar o sofrimento vivido pelas famílias que perderam seus parentes e as que viveram aqueles momentos no dia 20 de novembro de 2004.

Ao andar pelo o acampamento Terra Prometida, nota-se que as pessoas não se sentem muito à vontade quando questionadas sobre o episódio. Parece que os traumas e as imagens do massacre ainda se fazem presentes, mesmo passados quatro anos do massacre. A psicóloga Fabiana de Andrade trabalhou durante três anos com as famílias. O objetivo era tentar fazer com que elas assimilassem da melhor maneira possível os traumas que o massacre provocou. Fabiana conta como as famílias reagiam logo no início do tratamento:

"Tiveram prejuízos em termos de saúde mental. Eles narraram principalmente os acontecimentos traumáticos, os danos psicológicos como insônia, depressão, pesadelos e também compartilhavam visões. Visões de companheiros mortos, conversas com companheiros mortos. Esse tipo de conteúdo. Muito sofrimento, muito choro, insônia, conversas de passar a noite sem dormir pensando no massacre. Medo, um medo de tudo quanto é barulho que existisse."

Todas as viúvas dos trabalhadores assassinados sofrem de depressão e são obrigadas a tomar remédios para combater os sintomas. Dona Tereza, viúva de Miguel José dos Santos, dá o seu relato de como tem lidado com a morte do marido:

"As pessoas me perguntam o que eu vi, se eu estou triste, se estou doente. Eles dizem que eu não era assim. Eles falam que eu era uma pessoa que andava alegre, que saía. Agora eu levo uma vida dentro de casa. Para mim acabou aquela natureza que eu tinha de achar que tudo estava lindo. Para mim acabou tudo."

Dona Maria, viúva de Joaquim José dos Santos, conta que teve sua vida praticamente destruída depois do massacre. Mãe de três filhos, ela conta que se não fosse a ajuda das famílias que hoje ainda resistem no acampamento, ela seria uma pessoa completamente sem amparo:

Dona Maria, viúva de trabalhador assassinado."Depois que eu fiquei sem ele minha vida é sofrida. Fiquei com duas meninas e um rapaz. O rapaz é meio problemático, não me ajuda em nada. Eu que tenho que sofrer na roça para trabalhar, para dar a eles o que

ACOMPANHE A REGIÃO

Sul Sudeste Norte Nordeste Centro-Oeste Brasil

ÚLTIMAS NOTÍCIAS

- Trabalhadores alcançaram ganho real em 95% das negociações salariais de 2012
- SUS gasta meio bilhão de reais por ano com doenças associadas à obesidade
- O vale tudo pela coalizão de governo
- O vale tudo pela coalizão de governo

Ilustração 10: página *web* da Radioagência "Notícias do Planalto", realizadora do especial Massacre de Felisburgo (MG). Detalhe para o texto "baixar", com a duração da radiorreportagem e o tamanho em megabytes do arquivo digital.

QUADRO C1.2.1: MEIOS DE COMPARTILHAMENTO – MASSACRE DE FELISBURGO (MG)

PRODUÇÕES	COMPARTILHAMENTO	RESTRIÇÕES	PROBABILIDADE
Realizada pela Radioagência "Notícias do Planalto" (NP) em seis programas, com (seis) arquivos sonoros disponibilizados para *download*.	*Weblogs* (Carmesin e The Press Alert Agency), com *links* para a página *web* da empresa que produziu o material e disponibiliza o arquivo digital. YouTube (usuário "leosm51"). Compartilhamento efetuado por usuários, descentralizado da empresa realizadora.	Não há.	Criação de comunidades mobilizadas pelo assunto; Comunicação voltada para a abertura de debates entre os usuários; Canais para discussão da cidadania e conteúdos alternativos.

A menção do termo “compartilhamento espontâneo” se embasou na tentativa de acompanhamento da divulgação de um material radiojornalístico produzido por um personagem do ciberespaço, neste caso, a empresa “Radioagência Notícias do Planalto”, que disponibilizou em sua página o conteúdo e, por conseguinte, as páginas pessoais (*weblogs*) e redes sociais (YouTube), conforme as imagens a seguir:

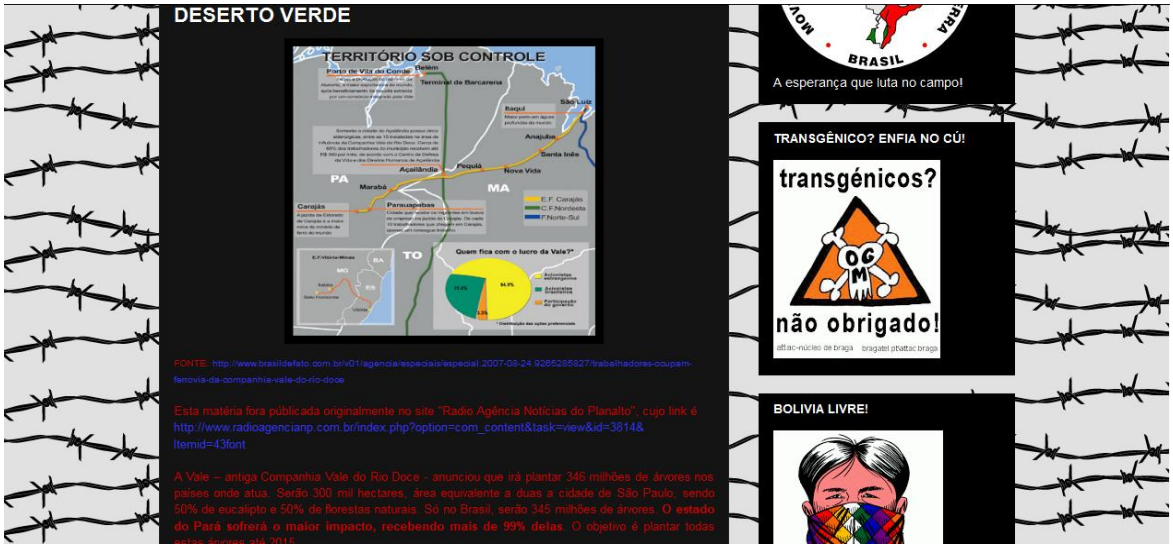

Ilustração 11: *Weblog* “Carmesim”, contendo *links* para a radiorreportagem do “Massacre de Felisburgo (MG)”. No destaque, a opinião do redator do tópico sobre o cenário político e as impressões sobre a morte de trabalhadores sem-terra em Felisburgo (MG). Disponível em: http://carmesincarmesin.blogspot.com.br/2008_02_01_archive.html. Acesso em 21/03/2013.

Ilustração 12: *Weblog* “The Press Alert Agency”, com a matéria do “Massacre de Felisburgo (MG)” e o *link* para a página da matéria. Disponível em: http://thepressalertagency.blogspot.com.br/2010/11/destaque-acusados-do-massacre-de.html. Acesso em 21/03/2013.

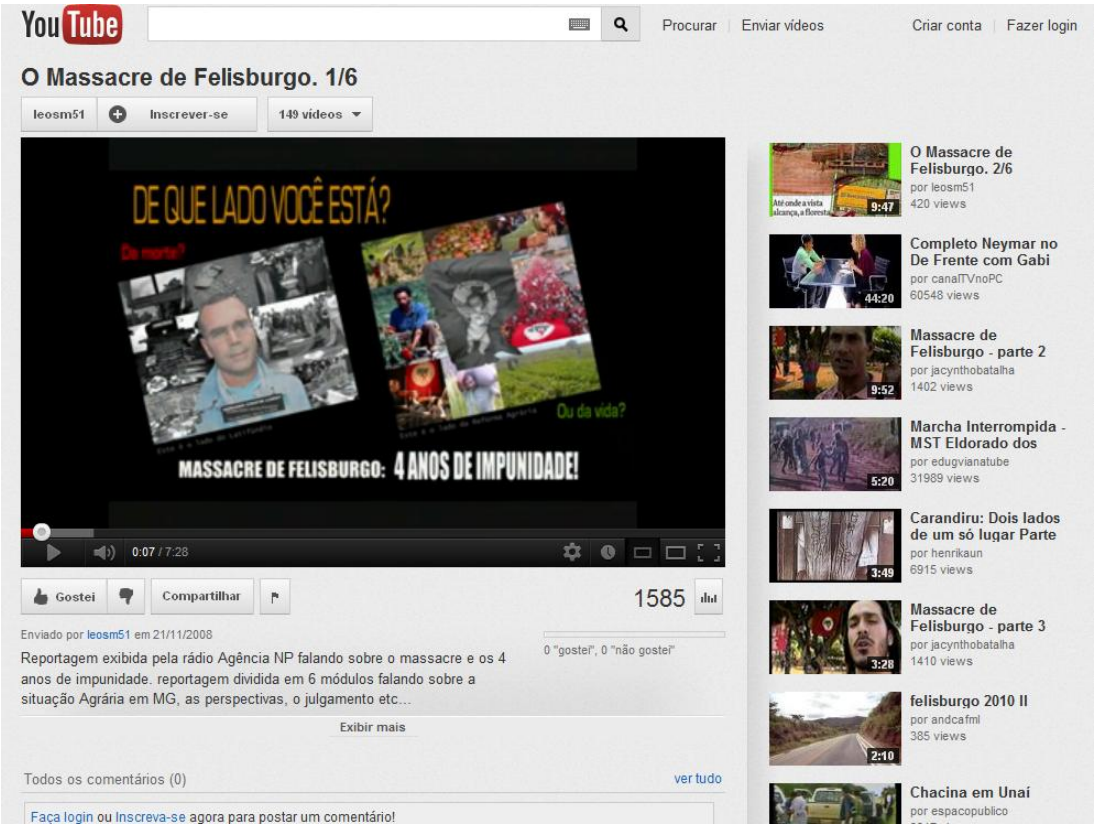

Ilustração 13: *O Massacre de Felisburgo (MG)* no YouTube: áudio original, igual ao disponibilizado pelo produtor (Radioagência "Notícias do Planalto"). Identidade visual (imagens do evento e textos expressados) pelo usuário "Leosm51". Disponível em: http://www.youtube.com/watch?v=VWswErztBcE. Acesso em: 20/06/2011.

QUADRO C1.2.2 – MEIOS DE EXPRESSIVIDADES – MASSACRE DE FELISBURGO (MG)

E-MAIL	CHAT	TELEFONE	CAMPO PARA COMENTÁRIOS	REDES SOCIAIS
Sim (contato dos *Weblogs*)	Não	Não	Sim: nos *Weblogs* (com comentário do mantenedor ao recomendar a radiorreportagem e para usuários comentarem)	YouTube; Google Plus (por recomendação de página entre usuários desta rede por meio de um botão disponível nos *weblogs*.

QUADRO C1.2.3 – ACESSO AO CONTEÚDO – MASSACRE DE FELISBURGO (MG)

TIPO DE ACESSO	DISPONIBILIZAÇÃO DO ÁUDIO
Ouvir a radiorreportagem direto da página	Sim.
Baixar o arquivo	Sim, na página da Radioagência "Notícias do Planalto".
Formato	Radiorreportagem em seis episódios, com reconstituição de cenas (ruídos sonoros)
Licenças de retransmissão	Creative Commons, sem restrição ou identificação de usuários.

QUADRO C1.2.4 – CONTEÚDO HIPERMIDIÁTICO – MASSACRE DE FELISBURGO (MG)

ÁUDIO	IMAGEM (OU FOTOGRAFIA)	VÍDEO	TEXTO EM *HYPERLINK*
Sim. Para baixar ou direto na página (requer complementos no navegador para a audição gratuita, como o Adobe Flash Player).	Sim (caráter ilustrativo). Vídeos no YouTube contém as fotografias do massacre publicadas nos jornais de 21 de novembro de 2004	Formato *slideshow*, com destaque para o conteúdo sonoro.	Sim (redirecionamento para a produtora da radiorreportagem e para os episódios).

A elaboração do próximo quadro considerou a classificação do material radiojornalístico "Massacre de Felisburgo", porque os demais estudos de caso se constituem em tipificações próprias, como o *Webcom Brasil*, Guti1001 e Repórter Ouvinte CBN (informação reportada e conteúdo dos sítios *web*). Deste modo, a seguinte tabela adicional para a formatação, sobre o caso "Massacre de Felisburgo", foi desenvolvida:

QUADRO C1.2.5: DESCRIÇÃO DO FORMATO DA SÉRIE ESPECIAL – MASSACRE DE FELISBURGO (MG)

Formato	Data de publicação	Duração	Local	Compartilhado em
Radiorreportagem. Série especial dividida em seis episódios: 1 – o massacre, 2 – a situação agrária, 3 – o julgamento, 4 – a situação atual em Felisburgo, 5 – conflitos pela terra no Brasil, 6 – perspectivas para o campo brasileiro.	Novembro de 2008, por Juliano Domingues Almeida na Radioagência "Notícias do Planalto" (NP)	De 06 a 12 minutos (o tempo varia entre os seis episódios)	Felisburgo - MG.	*Weblog* "Carmesim" (novembro de 2008); *Weblog* "The Press Alert Agency" (28 de novembro de 2008); YouTube (usuário "leosm51", em 21 de novembro de 2008).

O "Massacre de Felisburgo (MG)" foi estudado a partir de uma busca preliminar sobre manifestações decorrentes de uma cobertura transmitida e compartilhada em ferramentas virtuais. Entretanto, deve se considerar que, mesmo ocorrendo de maneira prévia, o resultado deste estudo comparativo, entre outros casos abordados nesta pesquisa, decorre da seguinte maneira: os comentários diretos da radiorreportagem no YouTube se encontram desativados e as páginas pessoais que mencionaram o especial de seis reportagens não apresentaram sinais de desenvolvimento da pauta entre os ouvintes (comentários que iniciam uma discussão paralela) em cada um dos *weblogs*.

> A Internet, por mais que se fale, é algo muito novo. Hoje, o poder de difusão que ela tem é mais claro, mas na época que produzi o programa, a gente estava vendo isso [como fenômeno] acontecer. O compartilhamento [espontâneo] foi uma surpresa. De fato, não tinha ideia de que essa difusão iria tão longe, a ponto de ultrapassar o limite do local ou estadual [MG], que na época, seria concentrado nesse foco. De certa forma, o resultado final foi maior que o esperado. Esse compartilhamento foi possível, porque se tratava de um produto alternativo, que não contava com uma máquina impulsionando na repercussão e o fato de ter pessoas interessadas ou engajadas sobre a questão impulsionou para um ponto em

> que isso fluísse de forma orgânica. (ALMEIDA, Juliano Domingues. *Entrevista concedida em 22/03/2012).*

Ao mesmo tempo em que a produção deste material sobre o massacre de sem-terra, em uma região de disputa agrária do Estado de Minas Gerais, buscou atender a uma reivindicação como forma de chamar a atenção da sociedade civil, dos poderes legislativos e judiciário, o compartilhamento e a forma com que a radiorreportagem "Massacre de Felisburgo" encontrou apoio em *weblogs* e redes sociais demonstrou uma forma de expansão para além de um único ponto de referência: MST ou Radioagência "Notícias do Planalto".

Entretanto, a motivação sobre um tema que mobilizasse o público demonstrou que o viés político em torno de uma causa e não da difusão para nichos específicos se apresentou preponderante, ainda que as potencialidades de expansão para camadas diferenciadas de usuários no ciberespaço permaneçam incipientes para essa atuação.

4.2. CENÁRIO 2 (emissoras de rádio): Emissoras comerciais de rádio eletromagnético (ou hertziano) que utilizam ferramentas cibernéticas como meio de ampliar os canais de interatividade: portal Guti1001, da 105,1 FM (Jundiaí - SP) e Repórter ouvinte (rede CBN).

c. *Website* Guti1001 da Emissora 105 FM de Jundiaí – SP

Esta página, produzida pela Equipe de Jornalismo Esportivo da FM "Estação de Frequência Modulada" (105 FM) de Jundiaí, apresenta aspectos latentes de uma emissora de rádio que empreende uma iniciativa de integração das ferramentas cibernéticas, no contexto de proporcionar canais de participação. O *website* Guti1001 – mantido pelo especialista em Tecnologia da Informação (TI) da emissora, José Carlos Gutierrez – apresenta os seguintes recursos: áudio ao vivo da emissora, em diversos formatos, disponibilização de trechos da cobertura dos jogos de futebol, com referências junto ao resultado das partidas e os contatos virtuais de cada um dos membros da equipe. Contudo, faz-se uma ressalva acerca de que a participação do público concentra-se a partir do portal "Twitter", referente à emissora e, em seguida, às manifestações captadas nas redes sociais de cada um dos integrantes da equipe de jornalismo esportivo, considerando alguns filtros (TRAQUINA, 2005, p. 145) estabelecidos para manter o debate coeso.

Ilustração 15: portal Guti1001, da emissora 105FM, com contatos das redes sociais dos membros da equipe de radiojornalismo esportivo, e-mail e *link* para os melhores momentos das partidas irradiadas, disponibilizadas no YouTube. Disponível em: http://www.guti1001.com.br. Acesso em 15/09/2011.

QUADRO C2.1.1: MEIOS DE COMPARTILHAMENTO – GUTI 1001 (105,1 FM)

PRODUÇÕES	COMPARTILHAMENTO	RESTRIÇÕES	PROBABILIDADE
Ao vivo e transmitido na emissora 105,1 FM (Jundiaí - SP) nos horários destinados à programação esportiva	Canal oficial no YouTube, disponibilizado pelos membros da equipe que produziu e editou os melhores momentos (em *flashes*) das partidas. Páginas no Facebook e Twitter destinam-se ao registro de comentários dos usuários e à interação com os membros da equipe de jornalismo esportivo da emissora 105,1FM de Jundiaí - SP.	Não há.	Formas indiretas de se atuar na pauta da programação esportiva: o usuário faz perguntas nas redes sociais e a equipe, se julgar conveniente, inclui o assunto nos debates ou em uma entrevista.

QUADRO C2.2.2: ACESSO AO CONTEÚDO – GUTI 1001 (105,1 FM)

TIPO DE ACESSO	DISPONIBILIZAÇÃO DO ÁUDIO
Ouvir a emissora direto da página	Automático. Há maneiras específicas para escolher como escutar: em *smartphones*, *tablets* ou computadores – e, na frequência da emissora (de alta potência), que cobre aproximadamente 30% do Estado de São Paulo.
Baixar o arquivo	Não há.
Boletim informativo e Radiojornal	Agenda da emissora: das 18h às 19h (semanal) – "Futebol Club"; e "Jornada Esportiva" (horário depende da realização da partida de futebol).
Licenças de retransmissão	Não há especificação. Possibilidade de usar o compartilhamento como propagador da difusão eletromagnética

QUADRO C2.1.3: MEIOS DE EXPRESSIVIDADES – GUTI 1001 (105,1 FM)

E-MAIL	CHAT	TELEFONE	CAMPO PARA COMENTÁRIOS	REDES SOCIAIS
Sim (contato e notificação) *Weblogs*)	Não	Sim (participação ao vivo)	Sim: nas redes sociais *Twitter* e YouTube	YouTube (gutierreSP); *Twitter* (cada membro da equipe); *Weblog* e *website* (alguns).

QUADRO C2.1.4 – CONTEÚDO HIPERMIDIÁTICO – GUTI 1001 (105,1 FM)

ÁUDIO	IMAGEM (OU FOTOGRAFIA)	VÍDEO	TEXTO EM *HYPERLINK*
Áudio da emissora ao vivo e *link* principal para a página da 105FM. "Hospedagem" e compartilhamento pelo YouTube, à pronta disposição.	Sim (identidade visual: logotipos, ícones de futebol); Fotografia da equipe se encontra em uma seção à parte.	Parcialmente: YouTube contém imagem estática com a identidade visual da emissora, com destaque para o conteúdo sonoro.	Sim (serviços de contato, manchetes do UOL). Eventualmente, o *link* "ouça aqui" para o áudio no YouTube.

Questionar sobre a disposição de recursos e ferramentas que as tecnologias proporcionam, não apenas aos usuários, mas, de certa forma, a qualquer pessoa que utilize dispositivos de acesso, produção e cópia; e como isso contribuir para a produção de

informação no rádio pode ser uma primeira impressão sobre os resultados obtidos com o *website* Guti1001 da emissora 105,1 FM (Jundiaí - SP). A geração dos programas parte desta estação eletromagnética e utiliza os potenciais cibernéticos não apenas para mostrar presença em outra mídia.

Para o editor-chefe da equipe de jornalismo esportivo, comentarista de televisão e radialista, Ricardo Martins[14], "a Internet é ajudar a aproximar o ouvinte [...] e queremos estar nos canais para comunicação com o ouvinte". Dessa maneira, as expressividades manifestadas nas redes sociais passam a integrar os programas esportivos transmitidos, como o levantamento de dúvidas nos debates e nas partidas de futebol narradas ao vivo.

Em decorrência disso, as "intervenções" expressadas no ciberespaço começam a fazer parte da pauta, por exemplo: o torcedor de determinado clube, que percebe movimentações sobre a equipe, publica no canal cibernético um pedido de esclarecimento de determinado rumor. A partir disso, o editor pode deslocar repórteres que estão próximos ao clube, para apurar o que ocorre.

De certo modo, os jornalistas esportivos da emissora 105,1 FM (Jundiaí - SP) utilizam os canais de interação como forma de incluir a manifestação de um usuário do ciberespaço nas pautas. A impossibilidade de afirmar que as pautas se realizam conforme a noção de produção coletiva, a partir do que o escritor e jornalista Jeff Howe (2009) propõe:

> Os amadores são o combustível que alimenta o motor do *crowdsourcing*, e o movimento do software de código aberto deu forma ao fenômeno. *Contudo, é ampla a disponibilidade dos meios de produção que permite à multidão participar de um processo há muito tempo dominado pelas empresas*. Como consequência, o "consumidor" em sua acepção tradicional, está se tornando um conceito antiquado. (HOWE, 2009, p. 63, grifos nossos).

Porém, o modo com que a Internet contribui na aproximação do ouvinte ao rádio, se demonstrou diferenciado, porque a forma com que a mídia cibernética participa e complementa a forma com que se efetua a cobertura jornalística não ocorre desta forma nos outros estudos analisados.

d. *WEBSITE* CBN "REPÓRTER OUVINTE"

Ao pensar em desenvolver iniciativas de oferecer produtos radiofônicos hipermidiáticos, o diretor de reportagem da emissora e professor universitário, Álvaro

[14] Em entrevista concedida em 23 de maio de 2013, por telefone.

Bufarah (em entrevista concedida em 30/11/2012), considera que a Internet complementa o rádio em termos de recursos que não existem na versão eletromagnética, como imagens e vídeos. Por conta da relativa facilidade na aquisição de dispositivos de perfil *prosumer* (acessam e produzem), a Central Brasileira de Notícias (Rede CBN) disponibilizou na página da emissora a seção *Repórter Ouvinte*, que se apresenta como uma forma de estreitar o elo entre emissora e ouvinte, em que se permite o envio de uma fotografia que detalhe uma ocorrência ou mesmo de um vídeo, com os elementos em movimento.

O envio do material visual (imagem ou vídeo) requer um cadastro gratuito, com a função de identificar o perfil do colaborador, incluindo idade, escolaridade e profissão. Enquanto serviço hipermidiático, o usuário tem acesso a *links* de envio para o serviço Globorádio: apesar de a CBN ser uma rede radiojornalística, outras redes e emissoras locais pertencentes ao grupo Globo poderão utilizar a "colaboração do ouvinte", por exemplo, as redes Globo AM, Globo FM, Multishow FM ou a Beat98 (98,1 FM), na capital fluminense.

Considerar uma probabilidade do reaproveitamento de material em emissoras diferentes que pertencem ao mesmo proprietário se mostra como uma alternativa de melhor viabilidade, pois além da facilidade de cópia, enquanto uma opção cômoda ou "econômica" se encarregaria na consolidação de uma única equipe de jornalismo para atender vários perfis, ainda que pelo aparente rótulo *on demand* e levar em conta que a atuação dessas rádios não se destine exatamente a nichos, conforme o jornalista e escritor Chris Anderson menciona na teoria da "cauda longa"[15], sobre uma necessidade de se atender diversos nichos ou segmentos. Se for sugerido um olhar para além da visão mercadológica entre produto e comprador, possivelmente os setores pouco atendidos não trazem consigo apenas uma "parte do todo", mas a afirmação e sustentação de identidades que moldam o usuário-interator.

[15] O termo "cauda longa" de Chris Anderson fora explanado anteriormente na página 36.

Ilustração 16: página "Repórter ouvinte" da rede CBN, com material enviado pelo público, também veiculado na emissora via-satélite. Disponível em: http://cbn.globoradio.globo.com/servicos/reporter-ouvinte/REPORTER-OUVINTE.htm. Acesso em 22/10/2012.

QUADRO C2.2.1: MEIOS DE COMPARTILHAMENTO – Repórter Ouvinte (CBN)

PRODUÇÕES	COMPARTILHAMENTO	RESTRIÇÕES	PROBABILIDADE
Repórter ouvinte: consiste na gravação em vídeo de uma ocorrência em andamento. Caso o material seja julgado como "notícia", cria-se uma referência à "matéria videográfica" no *website* da emissora.	Não há. O material em áudio digital faz parte de um serviço de *podcast* por assinatura. *Links* para recomendações por redes sociais a partir da página da emissora (Twitter, Orkut e Facebook).	Usuário deve criar um *login* para depositar o material documentado em vídeo.	Concentração de serviços multimídias em torno da marca da emissora. Como o vínculo entre cada serviço se apresenta parcial ou separado, existe uma chance de dispersão de informações por conteúdos diferentes.

QUADRO C2.2.2: ACESSO AO CONTEÚDO – Repórter Ouvinte (CBN)

TIPO DE ACESSO	DISPONIBILIZAÇÃO DO ÁUDIO
Ouvir a emissora direto da página	Sim.
Baixar o arquivo	Sim. *Podcasts* disponíveis com identificação do usuário
Boletim informativo e Radiojornal	Grade da emissora eletromagnética (e rede via satélite) voltada ao conteúdo noticioso. Há distinção de publicidade (que não pode ser falada pelo apresentador)
Licenças de retransmissão	Não há especificação. Possibilidade de usar o compartilhamento como propagador da difusão eletromagnética

QUADRO C2.1.3: MEIOS DE EXPRESSIVIDADES – Repórter Ouvinte (CBN)

E-MAIL	CHAT	TELEFONE	CAMPO PARA COMENTÁRIOS	REDES SOCIAIS
Sim (contato e notificação) *Weblogs*)	Não	Sim (participação ao vivo)	Sim: nas redes sociais *Twitter* e YouTube	YouTube (gutierreSP); *Twitter* (cada membro da equipe); *Weblog* e *website* (alguns).

QUADRO C2.2.4 – CONTEÚDO HIPERMIDIÁTICO – Repórter Ouvinte (CBN)

ÁUDIO	IMAGEM (OU FOTOGRAFIA)	VÍDEO	TEXTO EM *HYPERLINK*
Áudio da emissora ao vivo e *link* principal para a página da 105FM. "Hospedagem" e compartilhamento pelo YouTube, à pronta disposição.	Sim (identidade visual: logotipos, ícones de futebol); Fotografia da equipe se encontra em uma seção à parte.	Parcialmente: YouTube contém imagem estática com a identidade visual da emissora, com destaque para o conteúdo sonoro.	Sim (serviços de contato, manchetes do UOL). Eventualmente, o *link* "ouça aqui" para o áudio no YouTube.

A partir dos resultados colhidos com as análises realizadas nos quatro estudos de caso, os termos considerados como importantes na classificação da interação proporcionada pelos recursos cibernéticos no rádio, pelos cenários distintos: emissores *web* e eletromagnéticos e formas de participação de *prosumers* na produção de material radiojornalístico, abaixo:

QUADRO COMPARATIVO ENTRE OS CENÁRIOS ANALISADOS E CASOS ESTUDADOS

Objeto analisado	Webcom Brasil	Massacre de Felisburgo (MG)	Guti1001 105,1 FM	Repórter ouvinte CBN
Cenário analisado	1. *Web*	1. *Web*	2. Rádio hertziana	2. Rádio hertziana
Compartilha material?	Sim (*download* restrito à empresas com CNPJ)	Sim (geradora "Radioagência Notícias do Planalto"; *weblogs* e canais de usuários no YouTube	Sim (emissora)	Sim. (conteúdo acessível apenas na página). *Podcast* oferecido à parte (exige assinatura).
Permite interação (ou expressividades)?	Restrito (comunidades virtuais)	Sim (por usuários em *weblogs*)	Sim (por telefone, campo "pedidos" e redes sociais), com retorno na emissora	Sim. Comentários dos usuários são identificados por *login*. Conteúdo do comentário tem retorno na emissora e depende de mediação;
Conteúdo educativo?	Sim: "Central de Treinamento" traz entrevistas e palestras sobre o rádio e a informação sonora.	Documentário	Tira-dúvidas (em debates ou entrevistas) com perguntas sugeridas pelos usuários.	Relativo: "Oficina do Rádio" se trata de um projeto à parte do "Repórter Ouvinte" e ocorre em eventos nas capitais: São Paulo, Rio de Janeiro, Belo Horizonte e Brasília.
Conteúdo independente?	Não	Restrito (percepção dos usuários em redes)	Não	Apenas imagem estática (fotografia) ou em movimento (vídeo)

Quadro comparativo entre os cenários analisados e casos estudados

4.3. Um ciclo a ser completado

A tese do pesquisador português Pedro José Ermida Figueiredo Fernandes Portela retrata um cenário semelhante ao obtido neste estudo, do qual se considera que essas comunidades "utilizam o MySpace e YouTube [...] enquanto trocam impressões com seus amigos" (2006, p. 149) em locais diferentes. Assim, se o tradicional ouvinte de rádio não se sente amparado ou abrigado pelas estações ou serviço informativo disponível em seu *dial*, a maneira conveniente de contornar esta lacuna consiste na construção e manutenção de grupos virtuais dedicados ao material sonoro e então, o consumo *on demand* passaria a ter um significado além da "autonomia": uma independência necessária para os "ouvintes perdidos", sob interações e debates por fóruns virtuais atuando no lugar da emissora de rádio. Com isso, não se considera que a Internet roubou ouvintes, mas possibilitou que as ferramentas cibernéticas agissem no lugar da estação eletromagnética que, em certo momento, deixou de suprir essa parcela "perdida" e, portanto, o ciclo que fica latente ou que, não se fecha.

Uma solução cogitada por Portela seria a retomada da função agregadora, ou simplesmente, de buscar ouvintes e dar-lhes espaços diferenciados e abrangentes. Esse motivo condiz com os resultados obtidos sobre "convergência e hipermídia", uma vez que os estímulos da interação, principalmente no radiojornalismo *online*, apresentaram condições insulsas à manifestação das expressividades, já que a palavra do usuário se profere apenas em redes sociais desvinculadas dos portais de radiojornalismo. Duas condições promissoras, levantadas durante a pesquisa, a se considerar, foram propiciadas pelas versões cibernéticas de emissoras eletromagnéticas: fazer com que o ouvinte participe e interaja no rádio, e se abra espaço para que as expressividades possam ser manifestadas.

Pensar sobre um motivo pelo qual os resultados obtidos com a tabela influenciaram diretamente na paráfrase deste tópico com o trabalho de Portela, pela proximidade com resultados obtidos e, principalmente, por questionar a viabilidade de uma "produção radiofônica de todos para todos" (PORTELA, 2006, p. 62), ou "produções de materiais radiojornalísticos", como se lida aqui, a discussão da coletividade com ferramentas do ciberespaço.

A similaridade de resultados analisados, ainda que em circunstâncias específicas: transmissões, interações em português para um público brasileiro – sugere que não apenas

a *web*, mas o rádio superam as fronteiras transnacionais sem abrir mão da cobertura local e que possa vir a amplificar a informação radiofônica em uma escala global, devem-se considerar os limiares desta expansão. Por exemplo, imigrantes ou trabalhadores em território estrangeiro que desejam ter informação proveniente do país ou cultura proveniente, conforme o professor Sérgio Bairon Blanco Sant'Anna afirma:

> Essa relação é verdadeira quando falamos do rádio, já que há lugares em que ele é a única saída... E ainda é por causa da fala local: na região sul existe lugarejos remotos em que os colonos só se comunicam por dialetos e pouco compreendem a fala nacional. Então, só o rádio consegue chegar a eles com eficácia e informar a eles. (SANT'ANNA, Sérgio Bairon. *Entrevista concedida em 23/09/2011*).

Entretanto, a definição de um motivo específico para que as ferramentas cibernéticas utilizadas na produção de materiais sonoros ocasionem certa dispersão em torno das possibilidades possa refletir não somente nas iniciativas das emissoras ou produtoras radiojornalísticas originadas na rede: constata-se que há um ciclo que não se completa, principalmente entre os produtores de conteúdo e as comunidades digitais.

Para Portela, uma parcela de mudança no perfil da produção de material radiofônico considera que:

> O novo ouvinte necessita de informação credível de assuntos por si selecionados e, como tal, as estações devem procurar endereçar essa necessidade fazendo-lhe chegar [...] os principais títulos informativos das áreas temáticas que mais lhe interessam. Complementarmente, a rádio disponibiliza no seu *website* uma peça multimídia sobre as notícias assim difundidas e abre-se à análise não só de novos *faróis*, que podem ser comentadores renomados, como à partilha de opiniões com e entre os seus ouvintes. O resultado pode ser, ele próprio, um programa de rádio disponibilizado via *podcast*. (PORTELA, 2011, p. 148 – grifo do autor).

Entretanto, a principal diferença desta pesquisa com a mencionada, além do contexto geográfico, deve considerar o desenvolvimento da mídia radiofônica em processo diferente entre Brasil e Portugal. Assim, os resultados obtidos com os espaços cibernéticos das emissoras eletromagnéticas trouxeram o seguinte aspecto: empatia com um segmento maior, principalmente se comparado com os dois casos analisados do *cenário 1*, destinado a uma análise sobre a produção de material radiojornalístico e a maneira de lidar com a participação de usuários interagindo na programação.

Já, o *cenário 2*, com emissoras hertzianas, apresentou a seguinte configuração: a "105,1 FM de Jundiaí - SP" abriu um espaço para o que ouvinte da programação esportiva entre em contato com a equipe em redes sociais para opinar e demandar esclarecimentos sobre um acontecimento reportado. Desta forma, a interferência indireta na pauta propicia maior aproximação entre emissora radiofônica e o público, além de fortalecer um elo fragilizado. Como consequência direta, observa-se que nas redes sociais se constrói um conteúdo condizente com a ideia de convergência apresentada por Jenkins (2009):

> Se os criadores, em última análise, não controlam o que fazemos com suas histórias transmídia, isso não evita que tentem moldar nossas interpretações. Neil Young fala de "compreensão adicional". Ele cita o exemplo da versão do diretor de *Blade Runner* [Ridley Scott], em que a inclusão de um pequeno segmento adicional, mostrando Deckard descobrindo um unicórnio de origami, levou os espectadores a questionar se Deckard seria um replicante. (JENKINS, 2009, p. 176).

Por outro lado, a "Rede CBN", com a proposta de fomentar o ouvinte a produzir material e enviar à emissora, por meio da *web*, trilharia um caminho ainda inexplorado no rádio brasileiro, devido a uma provável atuação de filtros, que operam da seguinte maneira:

> A teoria do *gatekeeper* analisa as notícias apenas a partir de quem as produz: o jornalista. Assim, é uma teoria que privilegia apenas uma abordagem microssociológica, ao nível do indivíduo, ignorando quaisquer fatores macrossociológicos, ou mesmo, microssociológicos como a organização jornalística. (TRAQUINA, 2005, p. 151).

Então, se existir uma diminuição da abrangência vínculo na grade da emissora eletromagnética, ao deixar de explorar canais para a retomada de diálogos, torna-se previsível a dispersão do conteúdo multimídia, com pouca ênfase ao estímulo reativo das hipermídias, ao deixar de explorar canais para a retomada de diálogos e, assim, torna-se previsível a dispersão do conteúdo multimídia, com pouca ênfase ao estímulo reativo das hipermídias. Deste modo, os usuários-interatores que não se sentem amparados pela emissora passam a buscar alternativas *on demand* como reafirmação de identidade.

5. CONSIDERAÇÕES FINAIS

Os resultados obtidos no Cenário 1 (emissores na Internet) apontam, dentro das circunstâncias e das limitações identificadas, para um tipo de *rede desconexa*, devido ao pouco aproveitamento dos recursos de interatividade, muitos inatos nos computadores. Como exemplo, se ressaltam os serviços oferecidos pela *Webcom Brasil*. Mesmo que se baseiem na linguagem radiofônica, pouca bagagem da interação se aproveita para a construção de comunidades dedicadas ao segmento radiojornalístico, principalmente quando se considera que houve uma mudança na maneira de atuação. O portal se comporta como uma emissora eletromagnética que altera a grade para conquistar anunciantes e públicos genéricos, já que, dentro da proposição de Chris Anderson, "A cauda longa" (2008), a *mídia tradicional* fecha espaços para os conteúdos alternativos e pouco conhecidos.

De uma forma direta, se trataria de um *meio que não procura a audiência*, agravado pelo fato de se tratar de uma mídia no ciberespaço. Considerando os potenciais da "Inteligência Coletiva" (LÉVY, 1999), o caminho teria sido realizado em sentido inverso: de um sistema pretensamente digital/imanente para o midiático/transcendente. Uma das causas para a baixa visibilidade se deve à natureza da própria empresa, que atua no setor corporativo, que pode ser considerado como foco principal.

No segundo caso, relacionado ao "Massacre de Felisburgo - MG", houve uma articulação moderada tanto do lado de quem gerou (Radioagência "Notícias do Planalto"), como de usuários-interatores: a página *web* da Radioagência NP possui *links* de materiais em formato *Creative Commons* (livres para redistribuição), mas com uma projeção maior no redirecionamento, com *Weblogs* e cópias no YouTube.

O problema da mobilização em torno de um assunto de cunho político aponta a um dos porquês sobre o material compartilhado no ciberespaço, justificado por possibilitar certas expressividades das comunidades dedicadas ao tema da reforma agrária no Brasil.

Nas redes sociais, a circulação de produções que beneficiam a discussão do tema, mencionada pelo jornalista Dario Pignotti, esbarra na natureza da *reivindicação* como obstáculo. Se houver alguma solução, as informações deixam de ser relevantes, já que o importante fora cumprido:

> Neste caso, há um problema que trata da disputa pelo controle midiático. As redes sociais contribuem para a mobilização política. Entretanto, são mobilizações de curta duração e poucos objetivos: depois que toma o poder, acaba. (PIGNOTTI, Dario. *Entrevista concedida em 23/05/2013, na ECA-USP*).

A pouca exploração sobre o tema da hipermídia, sobretudo ao estímulo às interações, pode ser percebida nos dois cenários, da seguinte maneira: *o emissor disponibiliza e fomenta essa ação*, pois, nos casos que contaram com o registro da interação, há uma expressão típica (ou particularizada) do usuário, sobre o que este pensa e a forma como o conteúdo fora processado.

Ao pensar esse comportamento nos termos do sociólogo e pesquisador, Manuel Castells (2006), o mesmo se enquadraria em uma função intermediária da rede além dos nós (ou pontos) aos fluxos. Como na rede informática, se compara ao termo *hub*: retransmite e reforça os contatos entre conexões, para níveis mais complexos de encadeamento, de modo que o tema em destaque na Internet passa a ser aquele que teve mais projeção nas redes sociais (*weblogs*, canais de relacionamentos, teleconferências, entre outras).

No Cenário 2 (emissoras de rádio), os resultados obtidos sugerem que as expectativas sobre convergência podem ser modestas, mas ainda trouxeram dinâmicas diferentes para viabilizar um dos enfoques desta pesquisa: a interação no rádio. Neste caso, as redes sociais foram adotadas pelas equipes do jornalismo das emissoras 105,1 FM (Jundiaí - SP) e rede CBN, como abertura de canais de diálogo.

Na 105,1 FM, por meio do portal Guti1001, se congregam os contatos, da seguinte maneira: este lugar acolhe os usuários da rede e lhes dá o acesso para os perfis sociais dos integrantes, à medida de disponibilizar com quem se deseja entrar em contato. De certo modo, os comentários expressados nas redes *Twitter* e *Facebook* se tornam – mesmo que indiretamente – sugestões de pauta para uma cobertura que pode acontecer. Nestes termos, a emissora busca ouvintes que querem dialogar além do telefone e outras formas de interação.

O desafio, entretanto, diz respeito à produção aberta, envolve dificuldades sobre o *prosumer* de jornalismo esportivo. Ao colaborar de outras formas como, por exemplo, quando jogadores e torcedores enviam alguma contribuição baseada na experiência, essas se tornam complementares à cobertura.

O quarto caso estudado do *Repórter Ouvinte (Rede CBN)* apresentou outras possibilidades, mas sem atingir uma conexão mais direta, como o que fora estudado anteriormente: existem diversos serviços virtuais da hipermídia, como as reportagens audiovisuais, a programação extraordinária (como o Jornal da CBN 2ª edição, transmitido exclusivamente pela Internet, enquanto as versões eletromagnéticas dessa cadeia retransmite a programação governamental obrigatória da *A Voz do Brasil*) e os espaços em que os apresentadores mantêm o seu próprio *weblog*.

A interferência dos ouvintes na CBN, entretanto, acontece da seguinte forma: por telefone e Internet (por textos escritos), porém, torna-se perceptível, porque a participação de quem ligou e conversou em antena ocorre de maneira mais marcante. As dificuldades que comprovariam esta alegação retomam os tópicos sobre as restrições constatadas no *Repórter ouvinte*, como a ausência de canais de interação com as afiliadas localizadas fora das coberturas das principais cidades (São Paulo, Rio de Janeiro, Belo Horizonte e Brasília). Por exemplo, o usuário de Campinas (SP) fica inapto a enviar seu material para a *CBN*, ainda que a emissora possua programação local. Não se tem um espaço para se comunicar com as afiliadas fora desse eixo.

Outro obstáculo diz respeito à necessidade da colaboração a ser enviada para a emissora, que precisa ser em formato visual (vídeo ou fotografia), com exata dependência da imagem. A irradiação do *Repórter ouvinte* ocorre com uma recodificação daquele conteúdo no formato radiofônico, ou uma *dependência do verbal-oralizado*, carente de uma comprovação derradeira. No caso, o locutor precisa descrever o conteúdo da imagem. De certo modo, constitui-se como uma tentativa de apuração simplificada que tem, como obstáculo, sua própria característica: "o que não se vê, deixa de ser crível". Entretanto, essa prática chama a atenção, em particular, pela narração feita pelo locutor a partir do vídeo envidado pelo Repórter ouvinte, que é montada em detalhes, mesmo sem possuir o som ambiente.

O potencial que a Internet proporciona ao rádio põe em destaque outro tipo de emergência: a criação de modelos diferenciados, principalmente quando o meio não se adapta para uma parcela compreendida além da noção de público, como usuários-interatores, que se manifestam e, caso não possuam espaço nas emissoras, passam a procurar alternativas, como o rádio *on demand*. Se há uma necessidade de se perguntar por que ouvintes de rádio têm abandonado as emissoras, também existe a emergência de que o

ciberespaço continue livre de restrições, caso um eventual fechamento deste lugar venha a desestruturar as dinâmicas de compartilhamento e expressividades, confrontados no aspecto: *possibilidade* versus *permissão*.

Em outro aspecto, a elaboração desta dissertação teve como base o registro de ocorrências em dois cenários especificados, em uma tentativa de se expandir a obtenção de resultados que documentariam sobre o tema da interatividade no ciberespaço como meio de compartilhamento e expressividades no rádio. Apesar dos quatro estudos de caso tentarem demonstrar as viabilidades, em formas específicas, uma parte significativa dos potenciais dessas mídias não poderia passar como "invisível", no que diz respeito a dois tipos de projetos desenvolvidos por comunidades e com inspiração acadêmica, principalmente, a partir do contexto teórico que suscitou os seguintes elementos: abordagem e estímulo à interação, por Bertolt Brecht (2005) e a análise e comprometimento com a informação, por Walter Benjamin (1994).

No bojo desta abordagem, o professor da USP, Sérgio Bairon Blanco Sant'Anna, menciona a importância da academia no estímulo à realização de registro em materiais multimídia pela comunidade:

> A academia, como instituição, somente, vê uma pré-história... Mas é evidente que inúmeros trabalhos desenvolvidos em redes experimentais, como nas áreas de Engenharia e Educação têm se preocupado com essa abordagem e, ainda assim, se tratam de produções institucionais. O problema é institucional pela determinação em não se movimentar para trazer à Universidade essas relações sociais. Então, como ser invisível aquilo que não se vê? Tudo no cotidiano é perceptível. Este problema também se refere às ações pouco abordadas: o princípio teórico-filosófico defende a construção do quadro da ação institucional, quando disponibilizar espaços se abrem e assim, partilhar o conhecimento produzido. (SANT'ANNA, Sérgio Bairon Blanco. *Entrevista realizada em 23/09/2011*).

As sugestões, propostas nesta seção, podem ser aplicadas em pesquisas com maior teor de complexidade, possivelmente, em formato de tese de doutorado. Essa amplificação da discussão originada nesta dissertação procura tratar exemplos que corroboram esta situação: como o portal Radioteca.net, originado em um congresso do Ciespal (Centro Internacional de Estudos Superiores para a América Latina). Este espaço se focaliza na produção pessoal, subjetiva, voltada para o compartilhamento entre usuários. A fragilidade deste projeto encontra-se na ausência de pautas, que compromete a qualidade ou procedência dos materiais.

O caso da Radioteca.net, em especial, representa uma ação de aproximação da Academia com a produção existente e ao estímulo para a criação de programas (ou reportagens) independentes, com destaque à seção "Áudios Proibidos – atreva-se a escutá-los". A *Radioteca* foi um projeto ocasionado de uma discussão do II Fórum Social das Américas em 2004, e, dois anos depois, foi realizado pelo Ciespal (Centro Internacional de Estudos Superiores de Comunicação para a América Latina). As ações desta instituição sobre comunicação alternativa haviam sido relatadas pelo pesquisador argentino, Daniel Prieto Castillo (2010, p. 36), que participou de projetos da Associação Latino-Americana de Educação Radiofônica (ALER) em países da América do Sul, com uma menção à Rádio Sutaneza (Colômbia), que transmitia sua programação no idioma quíchua e tinha como desafio a educação da população indígena, utilizando o recurso da oralidade do rádio como instrumento pedagógico.

Ilustração 16: página principal da Radioteca. Disponível em: http://radioteca.net. Acesso em 23/03/13.

Outra característica da Radioteca.net, além do estímulo da produção criativa entre os usuários, se encontra nas subdivisões da página: os programas foram ordenados por assunto, similar às editorias de radiojornalismo, abordando, entre outros, direitos humanos, gênero e sexualidade, meio ambiente, saúde, cultura, ciência, política e sociedade, economia, guerra e paz, comunicação, valores, personagens (biografias), notícias (boletins) – e "radiotequinha" (de conteúdo infantil); reunindo 13 vertentes diferentes, incluindo "áudios proibidos", de âmbito independente. O portal também faz a referência à licença *Copyleft*, destacando que todos os áudios disponíveis devem ser compartilhados.

Apesar do estímulo à produção radiofônica independente e partilhada, o único quesito sobre desenvolvimento de diálogos, trata de interação e expressividades. A disponibilização não abrange todos os assuntos, pois, em cada seção, uma emissora (eletromagnética ou virtual) pode ser cadastrada e o áudio redirecionado para a transmissão ao vivo. A possibilidade de comentar o conteúdo na respectiva página existe, mas, como no portal YouTube, pode ser acionado ou desativado por quem envia o áudio.

Do ponto de vista que referencia o *modus operandi* da produção jornalística em formato rádio, nota-se a ausência de pautas e da mediação. Ao prescindir destes dois elementos, a *Radioteca* abre mão da função jornalística, ainda que a finalidade dos áudios hospedados no portal tenha finalidade informativa ou de suscitar debates.

QUADRO S1: MEIOS DE COMPARTILHAMENTO (Radioteca.net)

PRODUÇÕES	COMPARTILHAMENTO	RESTRIÇÕES	PROBABILIDADE
Pessoais e *on demand*	Tido como parte essencial da *Radioteca*. Adoção da licença *copyleft*, que incentiva diversas formas de compartilhamento e difusão	Não há.	Sem direcionamento para o jornalismo de rádio, não há a existência efetiva de uma pauta ou de uma moderação efetuada por um jornalista. Como resultado, há a complicação em se admitir que o conteúdo, ainda que informativo, se apresente como jornalístico

Já um outro caso a ser considerado, trata-sedo NPR (National Public Radio), que se apresenta como um portal do Serviço Público de Rádio norte-americano, que congrega material de emissoras livres com registros gravados por pessoas. Ao invés da presença ostensiva do *gatekeeper*, o conceito de “rede de correspondentes”, trabalhado por Nelson Traquina (2005, p. 151), consiste na flexibilidade das pautas jornalísticas e na constante intercomunicação por meios cibernéticos. Estes ficam permeados pela reportagem de acontecimentos informativos em local e momento específico, testemunhado e relatado pelo registro obtido por uma pessoa que assume a função de correspondente.

O Serviço Público Nacional de Rádio se refere a um dos distribuidores de conteúdo radiofônico para emissoras livres (pública e/ou comunitária) nos Estados Unidos, que congrega emissoras livres e comunitárias, com destaque à cobertura noticiosa. Este caso específico remete para algo além da dimensão da *cadeia de redes lineares de rádio*, ainda que a cobertura do local fique em destaque diante do nacional e internacional, em comparação com o tipo de editoria (política, opinião, economia, saúde, ciência e tecnologia). Neste caso, existem traços da atuação do jornalista ao mediar o registro que se enquadra como notícia. A descrição do conteúdo registrado estaria adequada ao enfoque objetivo ou precisa de esclarecimento.

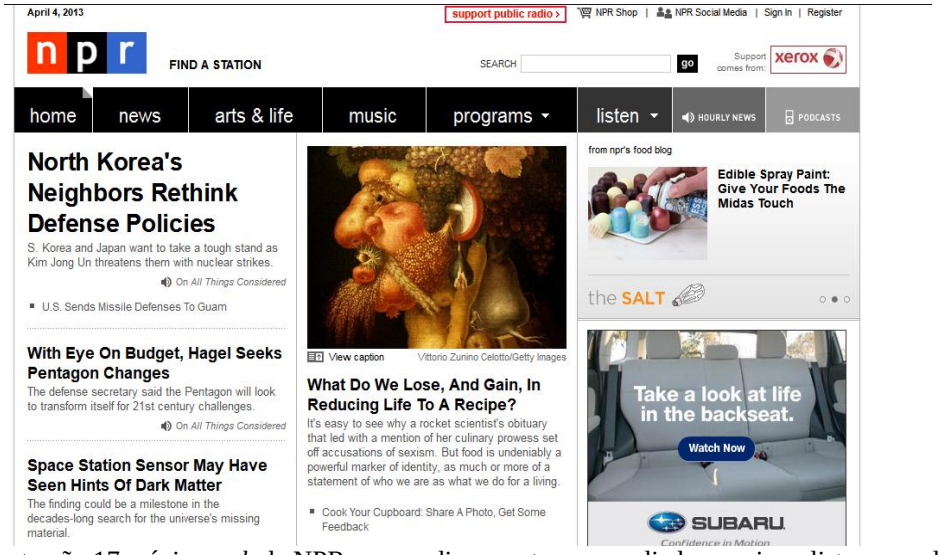

Ilustração 17: página *web* da NPR, com radiorreportagens mediadas por jornalistas e produzidas em rádios livres norte-americanas e webrádios focalizadas no público global. Disponível em: http://www.npr.org. Acesso em 04/04/2013.

A produção do material se volta para as emissoras que não são necessariamente norte-americanas, mas são produzidas sob um olhar estadunidense sobre a apresentação da ocorrência como notícia.

Então, a diferença deste caso encontra-se na atuação do jornalista dentro das disposições normativas de Nelson Traquina sobre as atividades exercidas como profissão (TRAQUINA, 2005, p. 99), especialmente quando dos distanciamentos, imparcialidade e universalidade, sendo que este último tópico se demonstra como uma menção ao trabalho da NPR, conforme a descrição:

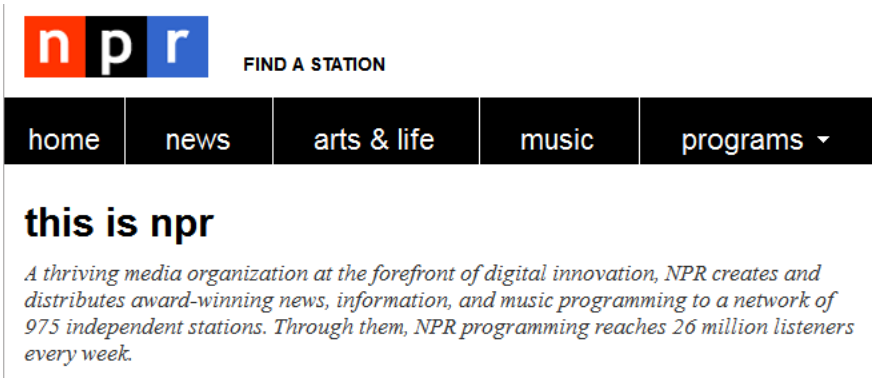

Ilustração 18: Página do perfil da NPR:"[...] cria e distribui noticiários premiados, informação e programação musical para uma rede de 975 estações independes. Por elas, a NPR chega aos 26 milhões de ouvintes em toda a semana" (tradução nossa, In: *Website NPR*. Disponível em: http://www.npr.org/about/aboutnpr. Acesso em 23/03/2013).

O ponto fraco deste caso analisado se resume na complexidade do tipo de atuação que o jornalista atua diante da comunidade: se a produção independente tem espaço para se expressar ou se o mediador (ou filtro) acaba atuando em excesso, ao ponto de reinterpretar ou recriar o material que foi remetido, e também por acabar tolhendo os potenciais das redes cibernéticas. Dessa forma, uma provável inibição da produção comunitária – mesmo se a incipiência desta acabe não sendo aproveitada com os devidos cuidados – ao ponto de se pensar em formas alternativas de participação nesta produção, um pouco mais além dos padrões convencionados de material radiojornalístico.

QUADRO S2: MEIOS DE COMPARTILHAMENTO (NPR)

PRODUÇÕES	COMPARTILHAMENTO	RESTRIÇÕES	PROBABILIDADE
Jornalistas, Emissoras e *on demand*	Apresentado como ponto estratégico, pois congrega uma rede de 975 emissoras livres (conforme descrição da ilustração anterior)	Não há.	O direcionamento da informação como *jornalística*, envolve a mediação por meio de filtros. Sem um estímulo nítido para a produção coletiva, existe a possibilidade de que a produção fique restrita apenas aos jornalistas, o que acaba por tolher ou inibir o envio de registros de ocorrências do cotidiano.

Diante das possibilidades registradas pelos dois casos anteriormente mencionados, e parcialmente analisados, demonstra-se que o tema abordado poderia ter um destino, provavelmente, mais fecundo, se desenvolvido em um estudo específico. Ao lidar com temas complexos e uma diversidade de tópicos, a partir da metodologia da *pesquisa*

aplicada (SHIELDS; TAJALLI, 2006, p. 316), que consiste em uma variação da *pesquisa exploratória* com realização concomitante com o desenvolvimento dos referenciais. Dentre as características, a proposição de hipóteses com projetos em desenvolvimento, por exemplo, a busca em suportes acadêmicos para o teste de variáveis, ou seja, uma disciplina ministrada que envolva o ensino da informação no rádio que utilize plataformas cibernéticas para estimular o compartilhamento, ao mesmo tempo em que os perfis de comentários e registros de expressividades possam ser trabalhados em etapa inicial. Este objetivo específico para a extensão desta pesquisa teria uma finalidade destinada à formação de profissionais que possam utilizar novos recursos do rádio sem precisar se envolver com o estabelecimento de formatações do rádio. Ou seja, uma pesquisa ampla relacionada ao Radiojornalismo no Ciberespaço aplicada junto ao ensino, à pesquisa e à extensão.

Desta maneira, passariam a ser elaborados estudos que serviriam como referência aos produtores de conteúdo sobre formas de se registrar um acontecimento e colaborar em uma obra coletiva, como um radiojornal, da produção à pauta. Por conseguinte, consideram-se os usuários do ciberespaço não apenas como integrantes estatísticos ou ouvintes passivos, mas como sujeitos que participam do processo de produção radiojornalística. Ao repensar sobre a abordagem radiofônica e, em particular, na forma com que o radiojornalismo chega às pessoas e faz parte do cotidiano, será possível reforçar seu elo com a comunidade.

Algumas estratégias colhidas como resultado nesta pesquisa são viáveis às emissoras (*web* e eletromagnética) e aos *prosumers*, em especial diante da dinâmica da interatividade (compartilhamento e expressividades).

A recomendação de se explorar as potencialidades da hipermídia como forma de chamar o debate e de manutenção das conversas intercomunitárias, por formas que não dependem necessariamente de apelos em torno de temas sociopolíticos, são determinantes para se tentar trabalhar com manifestações de expressividades mais espontâneas, para se tentar buscar um contato com sujeitos ou, de modo genérico, fazer com que o rádio encontre não apenas ouvintes, mas usuários-interatores que, além de se interessarem, desejarão participar dos processos. Por meio da “rede de correspondentes” (TRAQUINA, 2005), o jornalista precisará saber mediar a participação de sujeitos ao mesmo tempo em que age como anfitrião da equipe de reportagem da emissora, que pode exigir rupturas nos

formatos tradicionais da linguagem radiofônica, acarretando em uma necessidade de se testar formas experimentais que viabilizem *a conclusão do "ciclo em aberto"*, desde as sugestões de Bertolt Brecht aos estudos da contemporaneidade.

Com base nos recursos da web, sugere-se a utilização de uma plataforma gratuita de compartilhamento, voltada especificamente para o conteúdo sonoro e com recursos hipermidiáticos: usuários assinalam partes que consideram importantes e, nestas, marcam seus comentários expressos; o SoundCloud[16] (disponível em http://www.soundcloud.com) também utiliza indumentárias do hipertexto e o vínculo com comunidades em redes sociais. Desta maneira, essa plataforma emerge como uma espécie de desdobramento do papel desempenhado pelo YouTube, porém, sem depender essencialmente do vídeo ou da necessidade de um conteúdo visual. A diferença entre essas plataformas se daria pelo enfoque principal da abordagem: sonoro ou audiovisual.

Na ilustração abaixo, o locutor da emissora 105,1 FM de Jundiaí - SP, Marcelo do Ó, compartilha os gols que narrou no programa "Futebol Club" pelo SoundCloud.

Ilustração 19: Portal SoundCloud, com o perfil do locutor esportivo da 105,1 FM (Jundiaí - SP), Marcelo do Ó. Disponível em: https://soundcloud.com/marcelonarrador/sets/105-fm-futebol-club. Acesso em 22/04/2013.

Um dos recursos que chama a atenção do SoundCloud, como ferramenta de compartilhamento de materiais sonoros, se resume no estabelecimento de vincular partes do áudio com o comentário expresso em pontos específicos do som, contendo o nome e o *avatar*, que na Internet designa imagem do usuário. A conotação deste termo no

[16] Rede de compartilhamento de material dedicada ao conteúdo sonoro. Ao contrário do YouTube, baseado no audiovisual, o destaque do SoundCloud abarca o áudio, ao incluir o desenho da onda sonora digitalizada. Os comentários expressos ficam dispostos ao longo desta "imagem". Disponível em http://soundcloud.com.

ciberespaço se diferencia, pois não há uma exigência de que essa imagem seja a fotografia real: qualquer tipo de imagem pode ser associada a um usuário, conforme o jurista e teórico de plataformas digitais, Lawrence Lessig (2006), ao se deparar com um perfil multifacetado que discorre além da representação gráfica.

> A história de Martha e Dank é um exemplo que envolve *avatars*. Mas é um livro sobre o ciberespaço. A minha afirmação é que tanto "na Internet" quanto "no ciberespaço", nós iremos confrontar exatamente as perguntas que Martha e Dank se deparam, bem como as questões que as soluções são levantadas. As tecnologias "da Internet" e "do ciberespaço" formam os arredores do espaço e que nos dá uma extensão além do limite do controle sobre como as interações acontecem naquele espaço e no espaço real. (LESSIG, 2006, p. 15).

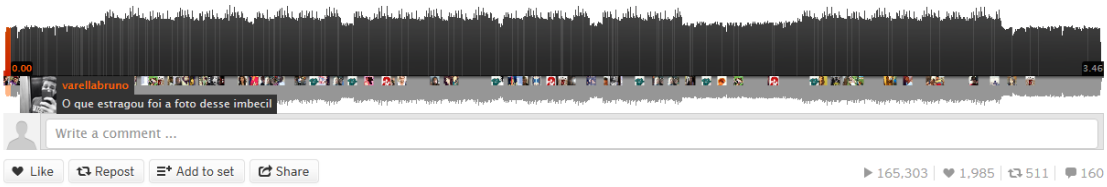

Ilustração 20: Comentários de usuários no SoundCloud com nome de usuário e avatar em partes específicas do conteúdo sonoro. Disponível em: https://soundcloud.com/arep/nelly-just-a-dream. Acesso em 22/04/2013.

O uso demonstrado pela ferramenta SoundCloud, além do YouTube, para o compartilhamento de materiais radiojornalísticos revela possibilidades ainda sem definição, diante de um resultado obtido que revelou uma certa *timidez* na Internet, da parte dos difusores, ao convergir os potenciais interativos no rádio. Entretanto, isso não generaliza ou se aplica ao usuário-interator, pois os estudos de caso demonstraram que estes empreendem os esforços para viabilizar um "interdiálogo" multimidiático.

As sugestões para futuras pesquisas também compreendem que o quadro teórico-conceitual e metodológico envolve discussões complexas, em comparação com esta abordagem preliminar e, de forma modesta, empírica. Também se compreende que os resultados obtidos por uma tese sejam diferentes e trilhem por caminhos variados, diante da complexidade constatada. Porém, a busca por um registro de processos de interação, compartilhamento, expressividades e produção coletiva exprimiria a próxima etapa, se este estágio representar como contribuição para semear trabalhos que esclareçam este tema.

REFERÊNCIAS[17]

AGUILERA, Miguel. *Radios libres y radios piratas*. Madrid: Forja, 1985.

ANDERSON, Chris. *The long tail*. Florida: Hyperion Books, 2008.

ARENDT, Hanna. A mentira na política: considerações sobre os documentos do Pentágono. Trad. José Volkmann. In: _____. *Crises da República*. São Paulo: Perspectiva, 1973. p. 312-594.

BABBIE, Earl. *The practice of social research.* 13th ed. Belmont: Cengage Learning, 2013.

BALSEBRE, Armand. A linguagem radiofônica. Trad. Eduardo Meditsch. In: MEDITSCH, Eduardo (Org.). *Teorias do rádio.* v. I. Florianópolis: Insular, 2005. p. 327-336.

BARTHES, Roland. A escrita do acontecimento. Trad. Cassiano Scherner e Valci Zuculoto. In: MEDITSCH, Eduardo; ZUCULOTO, Valci (Org.). *Teorias do rádio.* v. II. Florianópolis: Insular, 2008. p. 212-236.

BECKER, Maria Lúcia. *Inclusão digital e cidadania*: as possibilidades e as ilusões da "solução" tecnológica. Ponta Grossa: Ed. UEPG, 2009.

BENJAMIN, Walter. Alegoria e drama barroco. In: _____. *Documentos de cultura, documento de barbárie*: escritos escolhidos. Trad. Willi Bolle. São Paulo: Cultrix: Edusp, 1985. p. 17-40.

_____. A obra de arte na era de sua reprodutibilidade técnica. In: MEDITSCH, Eduardo; ZUCULOTO, Valci (Org.). *Teorias do rádio.* v. II. Florianópolis: Insular, 2008. p. 151-158.

_____. Dois tipos de popularidade – observações básicas sobre uma radiopeça. In: _____. *Documentos de cultura, documento de barbárie*: escritos escolhidos. Trad. Willi Bolle. São Paulo: Cultrix: Edusp, 1985. p. 85-87.

BLÁSQUEZ, Niceto. *Desafío ético de la información*. San Esteban: Edibesa, 2000.

BOHM, David. *Diálogo:* comunicação e redes de convivência. Ed. Lee Nichol e trad. Humberto Mariotti. São Paulo: Palas Athena, 2005.

BOLLE. Willi. *Fisiognomia da metrópole moderna*: representação da história em Walter Benjamin. São Paulo: EdUSP, 1994.

BRECHT, Bertolt. Cinco maneiras de dizer a verdade. *Revista Civilização Brasileira*, Rio de Janeiro, n. 05/06, 1966, p. 259-273.

_____. A teoria do rádio. In: MEDITSCH, Eduardo; ZUCULOTO, Valci (Org.). *Teorias do rádio.* v. I. Florianópolis: Insular, 2005. p. 35-46.

CABRAL, Muniz Sodré de Araújo. *Antropológica do espelho*. Petrópolis: Vozes, 2002.

_____. *As estratégias sensíveis*. Petrópolis: Vozes, 2006.

CALABRE, Lia. *A era do rádio*. 2. ed. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2004.

[17] De acordo com a Associação Brasileira de Normas Técnicas NBR 6023.

CASTELLS, Manuel. *A galáxia internet*. Trad. Rita Espina, José M. P. Oliveira e Gustavo L. Cardoso. 2. ed. Lisboa: Calouste Gulbenkian, 2007.

CASTILLO, Daniel Prieto. Construir nuestra palabra de educadores. In: APARICI, Roberto (Org.). *Educomunicación:* más allá del 2.0. Madrid: Gedisa, 2010. p. 27-40.

CEBRIÁN HERREROS, Mariano. *La radio en internet*. Buenos Aires: La Crujía, 2008.

CERTEAU, Michel de. *A escrita da história*. Trad. Maria de Lourdes Menezes. Rio de Janeiro: Forense, 1982.

CHARAUDEAU, Patrick. Problemas de análises das mídias. Trad. Marilene Pavão. In: MEDITSCH, Eduardo (Org.). *Teorias do rádio.* v. I. Florianópolis: Insular, 2005. p. 223-230.

CHION, Michel. *Músicas, medias e tecnologias*. Trad. Armando Pereira da Silva. Lisboa: Instituto Piaget, 1997.

FREIRE, Paulo; GUIMARÃES, Sérgio. *Sobre a Educação (diálogos)*. v. 2. São Paulo: Paz e Terra, 2003.

GADAMER, Hans-Georg. *Verdade e método*. 2 v. Trad. Flávio Meurer e Enio Giachini. Petrópolis: Vozes, 2002.

GAIARSA, José Ângelo. *O espelho mágico:* um fenômeno chamado corpo e alma. São Paulo: Summus, 1984.

GARCIA, Wilton. *O metrossexual no Brasil*: estudos contemporâneos. São Paulo: Factash: Hagrado, 2011.

GOFFMAN, Erving. *A fala do rádio:* um estudo dos percursos dos nossos erros. Trad. Kátia Modesto Valério. In: MEDITSCH, Eduardo; ZUCULOTO, Valci (Org.). *Teorias do rádio.* v. II. Florianópolis: Insular, 2008. p. 297-326.

GONÇALVES, Elias Machado. *O ciberespaço como fonte para os jornalistas*. Salvador: Calandra, 2003. (Coleção Biblioteca J).

GUATTARI, Felix. Milhões e milhões de Alices no ar. In: MEDITSCH, Eduardo (Org.). *Teorias do rádio.* v. I. Florianópolis: Insular, 2005. p. 199-208.

HELLER, Agnes. *O cotidiano e a história*. Trad. Carlos Nelson Coutinho e Leandro Konder. 4. ed. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1997.

HOWE, Jeff. *O poder das multidões*. Trad. Alessandra M. Araújo. Rio de Janeiro: Campus: Elsevier, 2009.

IJUIM, Jorge Kanehide. *Jornal escolar:* do instrumento didático ao instrumento complexo. *Revista Ecos*, v. 2, n. 2 : publicação da Uninove, São Paulo, 2000, p. 1-35.

JENKINS, Henry. *Cultura da convergência*: a colisão entre os velhos e os novos meios de comunicação. Trad. Susana Alexandria. São Paulo: Aleph, 2009.

KAPLÚN, Mario. A natureza do meio: limitações e possibilidades do rádio. Trad. Valci Zuculoto. In: MEDITSCH, Eduardo; ZUCULOTO, Valci (Org.). *Teorias do rádio.* v. II. Florianópolis: Insular, 2008. p. 81-90.

KOGAWA, Tetsuo. Rumo ao rádio polimorfo. Trad. Lílian Zaremba. In: MEDITSCH, Eduardo; ZUCULOTO, Valci (Org.). *Teorias do rádio.* v. II. Florianópolis: Insular, 2008. p. 263-272.

LESSIG, Lawrence. *Code:* version 2.0. New York: Basic Books, 2006.

LÉVY, Pierre. *Cibercultura*. Trad. Carlos Irineu da Costa. São Paulo: Editora 34, 2000.

_____. *A inteligência coletiva*. Trad. Luiz Paulo Rouanet. 2. ed. São Paulo: Loyola, 1999.

LOGE, Celso José. A tomada da Bastilha e do rádio por Walter Benjamin. *Revista Comunicações e Artes*: publicação da ECA/USP, São Paulo, ano IV, n. 22 p. 17-26, nov. 1989.

MACASSI, Sandro. Las agendas públicas: de lo público al espectáculo y viceversa. In: ESCENARIOS para el diálogo. Peru: CEAAL, 1997. p. 109-145.

MARTÍN-BARBERO, Jesús. *De los medios a las mediaciones*: comunicación, cultura y hegemonía. Azcapotzalco: Anthropos, 2010.

MATTA, Maria Cristina. *Rádio:* memórias da recepção – aproximação à identidade dos setores populares. In: MEDITSCH, Eduardo (Org.). *Teorias do rádio.* v. I. Florianópolis: Insular, 2005. p. 269-296.

McLUHAN, Marshall. Rádio: o tambor tribal. Trad. Décio Pignatari. In: MEDITSCH, Eduardo (Org.). *Teorias do rádio.* v. I. Florianópolis: Insular, 2005. p. 143-152.

MEDITSCH, Eduardo. A nova era do rádio: o discurso do radiojornalismo enquanto produto intelectual eletrônico. *Revista Livros & Leituras e Estudos da Comunicação*, v. 1, n. 2, 2005. : publicação da Editora Universitária, São Paulo; Lisboa, mai./jun. 2001, p.14-22.

_____. *O rádio na era da informação:* teoria e técnica do novo radiojornalismo. Florianópolis: Insular: UFSC, 2001.

MOREIRA, Sônia Virgínia. Nikola Tesla, o inventor no ambiente de criação da transmissão sem fio. In: MEDITSCH, Eduardo (Org.). *Teorias do rádio.* v. I. Florianópolis: Insular, 2005. p. 17-24.

MORIN, Edgard. *A cabeça bem-feita*. Trad. Eloá Jacobina. 10. ed. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 2006.

ORTRIWANO, Gisela Swetlana. De Brecht aos (des)caminhos do radiojornalismo. In: MEDITSCH, Eduardo; ZUCULOTO, Valci (Org.). *Teorias do rádio.* v. II. Florianópolis: Insular, 2008. p. 57-68.

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

_____. Rádio: interatividade entre rosas e espinhos. *Revista Novos Olhares*, ano I, n. 02: publicação da ECA/USP, São Paulo, p. 13-30, 2º sem. 1998.

_____. Radiojornalismo no Brasil: fragmentos de história. *Revista USP "80 anos de rádio",* n. 56: publicação da: Universidade de São Paulo, São Paulo, p. 66-85, jan./fev. 2002.

PARK, Robert E. *A notícia como forma de conhecimento* In: STEINBERG, Charles (Org.). *Meios de comunicação de massa*. São Paulo: Cultrix, 1996. p. 169-185.

PIERNES, Guillermo. *Comunicação e desintegração na América Latina*. Brasília: UnB, 1990.

POPPER, Karl. *A miséria do historicismo*. Trad. Octany Mota e Leônidas Hegenberg. São Paulo: Edusp, 1980.

_____. Utopia e violência. In: _____. *O racionalismo crítico na política.* 2. ed. Brasília: UnB, 1994. p. 3-12.

PORTELA, Pedro José Ermida Figueiredo Fernandes. *O rádio na internet em Portugal*: a abertura à participação num meio em mudança. Tese (Mestrado em Ciências da Comunicação). Braga: Universidade do Minho, 2006.

RAMOS, Ricardo; MARCONDES, Pyr. *200 anos de propaganda no Brasil:* do reclame ao cyber anúncio. São Paulo: Meio & Mensagem, 1995.

ROQUETTE-PINTO, Edgard. Cinzas de uma fogueira (pelo rádio – 1923-1926). In: MEDITSCH, Eduardo; ZUCULOTO (Org.). *Teorias do rádio.* v. II. Florianópolis: Insular, 2008. p. 21-26.

RÜDIGER, Francisco Ricardo. *Introdução às teorias da cibercultura*. 2. ed. Porto Alegre: Sulina, 2007.

RUSSELL, Peter. *The global brain*. Edinburgh: Floris Books, 2007.

SCHAFER, R. Murray. Rádio radical e a nova paisagem sonora. In: MEDITSCH, Eduardo; ZUCULOTO (Org.). *Teorias do rádio.* v. II. Florianópolis: Insular, 2008. p. 237-250.

SLOTERDIJK, Peter. Espumas: por una esferología plural. In: _____. *Esferas*. v.3. Trad. Isidoro Reguera. Madrid: Siruela, 2006.

SPA, Miguel de Morgas. Perspectiva semiótica da comunicação radiofônica. Trad. Magda Cunha. In: MEDITSCH, Eduardo; ZUCULOTO (Org.). *Teorias do rádio.* v. II. Florianópolis: Insular, 2008. p. 281-288.

STEINBERG, Charles (Org.). *Meios de comunicação de massa*. São Paulo: Cultrix, 1996.

TOFFLER, Alvin. *A terceira onda*. 30 ed. Rio de Janeiro: Record, 2007.

TRAQUINA, Nelson. *Teorias do jornalismo*. v. I: Porque as notícias são como são. Florianópolis: Insular, 2005.

_____. *Teorias do jornalismo.* v. II: A tribo jornalística – uma comunidade interpretativa transnacional. 2 ed. Florianópolis: Insular, 2008.

VAZ FILHO, Pedro Serico. *Jornalismo sobre rádio*. Dissertação (Mestrado em Comunicação Social). São Paulo: Faculdade de Comunicação Social Casper Líbero, 2009.

WOLTON, Dominique. *Informar não é comunicar*. Trad. Juremir Machado da Silva. Porto Alegre: Sulina, 2011.

REFERÊNCIAS ELETRÔNICAS (Webgrafia)

BERNERS-LEE, Tim. *Weaving the Web*: the original design and ultimate destiny of the World Wide Web by its inventor: published by: Massachusetts Institute Of Technology, Cambridge, 2000, p. 2-18. Disponível em: http://www.ntu.edu/notes/busmanchannel/ notes/TLEE0000_pm.pdf. Acesso em: 18 jul. 2013.

BIANCO, Nélia R. Del. *Radiojornalismo em mutação na era digital*. Trabalho apresentado no *NP 6 – Rádio e Mídia Sonora, do IV Encontro dos Núcleos de Pesquisa da Intercom* Porto Alegre, 30 de agosto a 3 de setembro de 2004. Disponível em: http://rrcontraste.blogspot.com/2007/11/radiojornalismo-em-mutao-na-era-digital.html. Acesso em: 16 mar. 2011.

_____. *Remediação do radiojornalismo na era da informação*. Texto apresentado no II Encontro Nacional de Pesquisadores em Jornalismo da SBPJor, Salvador, 2004. Disponível em: http://www.bocc.ubi.pt/pag/bianco-nelia-remediacao-radiojornalismo-era-da-informacao.pdf. Acesso em: 16 mar. 2011.

CHAUÍ, Marilena et al. Manifesto dos intelectuais | MinC. *Portal Mobiliza Cultura*, [s. l.], 21 mar. 2012. Disponível em: http://www.mobilizacultura.org/despreparo-e-dolorosamente-evidente. Acesso em: 25 mar. 2012.

GARCIA, Wilton. O corpo entre o rádio e a comunicação oral: estudos contemporâneos. *Revista Rumores*, n. 9: publicação da: Midiato/ECA-USP, São Paulo, p. 1-6, jan./jun. 2011. Disponível em: http://www.revistas.usp.br/Rumores/article/view/ 51245/55315. Acesso em: 31 mar. 2011.

LEONHARD, Gerd. *Friction is fiction*: the future of content, midia & business. 3rd issue. Basel: Mediafuturist, 2010. Disponível em: http://www.futuristgerd.com/books. Acesso em: 30 mar. 2011.

MANSUR, Vinicius. *Deserto verde*. São Paulo, 24 jan. 2008. Disponível em: http://carmesincarmesin.blogspot.com.br/2008_02_01_archive.html. Acesso em: 21 mar. 2013.

SHIELDS, Patricia M.; TAJALLI, Hassan. Intermediate theory: the missing link in successful student scholarship. *Journal of Public Affairs Education*, v. 12, n. 3: published by State University San Marcos, Texas, 2006, p. 313-334. Disponível em: https://digital.library.txstate.edu/handle/10877/3967. Acesso em: 20 jun. 2013.

SOUNDCLOUD. *Página principal*. Disponível em: http://www.soundcloud.com. Acesso em: 22 abr. 2013.

MORAES JÚNIOR, Ênio. *As raízes do pensamento jornalístico brasileiro*. São Paulo: *Website* Artigo Científico (Universo On Line), 2007. Disponível em: http://artigocientifico.uol.com.br/uploads/artc_1190029370_59.doc. Acesso em: 15 abr. 2011.

WEBLOG THEPRESSALERTAGENCY. *Comentários sobre o material da Radioagencia NP de 16/01/2011*. Disponível em: http://thepressalertagency.blogspot.com/2011/01/from-brasil-radioagencia-np. Acesso em: 18 jun. 2011.

YOUTUBE. *Página principal*. Disponível em: http://youtube.com. Acesso em: 20 jun. 2011.

MATERIAIS AUDIOVISUAIS

ALMEIDA, Juliano Domingues. *Massacre de Felisburgo*. 6 programas. Disponível em: http://www.radioagencianp.com.br/node/5874. Acessos entre 6 jun. 2001 e 15 jul. 2011.

BOLLIS, Leandro. *Corinthians campeão da Libertadores*. In: GUTI1001. Disponível em: http://www.youtube.com/watch?v=SUKJoww79fg. Acesso em: 15 mai. 2013.

CARVALHO, Elisabeth. Programa "Milênio": entrevista com Julian Assange. *Globonews*, Rio de Janeiro, 3 fev. 2013. Disponível em: http://g1.globo.com/globo-news/noticia/2013/02/assange-diz-como-internet-se-tornou-maior-arma-de-espionagem-da-historia-da-humanidade.html. Acesso em: 22 jun. 2013.

CBN. *Repórter ouvinte CBN*. Disponível em: http://cbn.globoradio.globo.com/servicos/ reporter-ouvinte/REPORTER-OUVINTE.htm. Acesso em: 22 out. 2012.

CURY NETO, Jorge. *Paraná - Caso Tayná*: defesa afirma que Delegado Silvan Pereira vai fazer o exame de DNA. In: Webcom Brasil. Disponível em: http://webcombrasil.com.br/index.php/audio/1/central-de-radiojornalismo/3/estadual/?audio=12760. Acesso em 15 mai. 2013.

FRIGIERI, Vinícius. *Entrada ao vivo na Rede CBN*. In: JORNAL da CBN. 2 ed. Disponível em: http://www.youtube.com/watch?v=4Oi1NS7V5OU. Acesso em 13 mai. 2013.

GUTIERREZ, José Carlos. *Portal Guti1001*. Disponível em: http://www.guti1001.com.br. Acesso em: 15 set. 2011.

LEOSM51. *O massacre de Felisburgo*. 6 partes. 21 nov. 2008. Disponível em: http://www.youtube.com/watch?v=VWswErztBcE. Acesso em: 20 jun. 2011.

Ó, Marcelo do. *Gols pelo 105 FM Futebol Club*. Jundiaí, 4 jul. 2010. Disponível em: https://soundcloud.com/marcelonarrador/sets/105-fm-futebol-club. Acesso em: 22 abr. 2013.

ANDRADA, Hildebrando Silva de. *Massacre de Felisburgo.* 19 nov. 2008. Disponível em: http://www.youtube.com/watch?v=ncyKQUd0zdA. Acesso em: 22 jun. 2011.

WEBCOM BRASIL. *Áudio conteúdo da página principal* (webrádio). Disponível em: http://www.radiojornalismo.com.br/aovivo.php. Acessos em: 6 jun. 2011 a 15 jul. 2011; 23 dez. 2013.

ENTREVISTAS

ALMEIDA, Juliano Domingues. *Entrevista por telefone.* Entrevistador: Carlos Tavares Junior. São Paulo, 22 mar. 2012. Transcrição, 3 p.

BOLLIS, Leandro. *Entrevista concedida nas dependências da Onda Livre AM 910.* Entrevistador: Carlos Tavares Junior. Piracicaba, 13 mar. 2013. Transcrição, 1 p.

BUFARAH, Álvaro. *Entrevista concedida nas dependências da Escola de Comunicações e Artes/USP*. Entrevistador: Carlos Tavares Junior. São Paulo, 30 set. 2012. Transcrição, 1 p.

CURY NETO, Jorge. *Entrevista por telefone.* Entrevistador: Carlos Tavares Junior. Curitiba; Piracicaba, 12 jan. 2012. Transcrição, 3 p.

MARTINS, Ricardo. *Entrevista por telefone.* Entrevistador: Carlos Tavares Junior. Rio de Janeiro; São Paulo, 23 maio 2013. Transcrição, 2 p.

PIGNOTTI, Dario. *Entrevista concedida nas dependências da Escola de Comunicações e Artes/USP*. Entrevistador: Carlos Tavares Junior. São Paulo, 23 maio 2013. Transcrição, 3 p.

SANT'ANNA, Sérgio Bairon Blanco. *Entrevista concedida nas dependências da Escola de Comunicações e Artes/USP*. Entrevistador: Carlos Tavares Junior. São Paulo, 23 set. 2011. Transcrição, 2 p.

GLOSSÁRIO

Adobe Flash Player: software de complemento aos navegadores de internet para acessar conteúdo codificado em formato SWF, com recursos multimídia (audiovisual gravado ou ao vivo) e hipermídia (jogos ou softwares de estímulo à interação).

Briefing: termo da publicidade usado para designar o *showcase* ou apresentação de um produto com diversos recursos utilizados: dramático, multimídia, mercadológica, entre outras.

Chat: designação das conferências realizadas na Internet, com base em linguagem textual. Ao longo do tempo (décadas de 1990 e 2000) fora constatada uma mudança na escrita desse texto, diferente da gramática e próxima à linguagem oral.

Creative Commons: licença criada pelo advogado e escritor Lawrence Lessig, que propõe uma rediscussão no modelo do processo de cópia norte-americano: flexibilizar o direito da cópia (exclusivo dos produtores) até a difusão pública (compartilhamento em redes) ou mista: do autor, produtor e público, diante da complexidade e confusão naquelas leis, diante do aparecimento dos *prosumers* e como este processo se generalizou por dispositivos que facilitam a cópia e barateiam o acesso.

Crowdsourcing: termo cunhado pelo jornalista e escritor Jeff Howe, para designar a obra coletiva como um trabalho realizado por muitas pessoas em torno de um produto, em que as partes que a integram contaram com a colaboração de sujeitos (anônimos ou identificados).

Facebook: rede de relacionamento social criada pelo programador Mark Zuckerberg quando cursava o segundo ano de graduação em Computação na Universidade de Harvard (Palo Alto), que se baseava na medida de popularidade das pessoas (*hot or not*). De 2004 a 2010, o crescimento de perfis na rede cresceu de forma vigorosa no hemisfério norte e aos poucos se tornou a rede hegemônica para “contatar amigos”. A adoção do termo “like” (“curtir”, adaptado para o português) como um recurso hipertextual, presente em diversos sítios da *web* e relacionados a perfis de usuários ou comunidades cibernéticas. Estima-se aproximadamente 900 milhões de perfis cadastrados (ou 7% da população mundial, em torno de 7100000 habitantes). Em Inglês, também significa “álbum de recordação”.

Google+ (Plus): rede de relacionamento social criada pelo Google como resposta à rápida adoção do *Facebook* de países em que essa rede não possuía utilização hegemônica, a se destacar Brasil e Índia, cuja predominância vinha do Orkut [rede de relacionamentos do Google, criada pelo programador e doutor em computação Orkut Büyükkokten]. Além dessa estrutura, recursos de compartilhamento de mídia, como o Google Reader passaram a ser condensados em torno do atual produto oferecido pela empresa de computação Google. Estimativas propõem, ainda que o sítio de buscas se apresente como hegemônico e o navegador Chrome como um dos mais utilizados, que a rede Plus fique como a segunda maior adesão mundial, apesar de contar com recursos de promoção e suporte da empresa nos segmentos que detém tal predominância de acessos. Em 2013, aparece como uma das firmas mais caras nos Estados Unidos e um lote de ações na bolsa de Nova York, avaliado (mês de julho) em aproximadamente USD 950 milhões (dólares norte-americanos).

Hype: estratégia mercadológica usada para promover um produto, por meio de um "hipercomentário" sobre um produto [principalmente em redes sociais], com tamanha demasia, que pode ser comparada à hipérbole linguística "estou com fome, que até comeria um cavalo!", cuja frase também denota a curta duração da ação: passageira [depois de saciada a fome, o exagero perde o sentido].

LinkedIn: rede de relacionamento social com enfoque corporativo, em que um usuário cadastra seu perfil e nela ressalta os dados profissionais, como formação e currículo. A estratégia de ter um "amigo" no LinkedIn visa se comparar ao ciclo de referências [colegas que indiquem e saibam avaliar, de forma imparcial, a pessoa como profissional]

Login: em Inglês, significa "Entrar" e nas redes cibernéticas se associa a um cadastro identificado, quando os usuários preenchem um questionário que formam um perfil pessoal. O nome de usuário (formada por um apelido ou identificação virtual) pode ser escolhido ou não por este, bem como a senha. Pode se referir a acessos restritos ou de visualidade pública, como a rede social *Twitter*; gratuitos ou não.

Navegador (de Internet): software de computador que acessa na Internet as páginas da World Wide Web. Em essência, se constitui como hipermídia, pois além de acessar tais conteúdos, também esperam pela reação do usuário: se nada for feito, a página [ou tela em branco] permanece em estado de espera para um comando de acesso ou interação. Geralmente, a execução de determinados conteúdos hipermidiáticos depende de um *plug*-in. Pela estimativa de uso preponderante, se associam ao nome dos produtos oferecidos,

como Chrome, Mozilla Firefox, Internet Explorer, Opera e Safari, bem como se estima uma vasta gama de versões derivadas ou próprias de navegador.

Perfil em rede social: análogo a “possuir um cartão de sócio de determinado clube”, em que se consideram os dados dos membros integrantes e o clube se refira a uma rede social determinada. A identidade pode corresponder a um sujeito real (ou construído, como o “avatar”, bem como seu comportamento, dado cadastral e imagem de identificação).

Portal: não se busca cunhar ou reivindicar teoricamente o uso deste termo, que nesta pesquisa, se refere a lugares de entrada que abrigam sujeitos no ciberespaço. Por exemplo, o UOL (Universo On Line) que oferece ao cliente e-mail, conteúdo multimidiático e hipermidiático, além de serviços complementares. Esta empresa, na primeira geração do acesso massivo à Internet, vendia pacotes com planos limitados por serviços. Na segunda geração, passaram a ser oferecidos gratuitamente por serviços de busca, como Yahoo! e Google e, a partir de 2005, pelo encadeamento hipertextual com perfis de redes sociais, de caráter relativamente livre.

Plug-in: designa “complemento” [como o traduzido diretamente do Inglês]. Pode ser software de computação ou recursos de hipertextuais. Apesar de nativo na hipermídia, também tem utilização em demais aparelhos, como por exemplo, *dongles* [caixas de identificação] que autorizam o acesso a conteúdo codificado em dispositivos eletrônicos.

Smartphone: denota o telefone celular da geração posterior à multimídia, em que softwares de computador podem ser executados pela plataforma portátil, que além de acessar o ciberespaço, pode efetuar chamada telefônica. Em Inglês, a palavra equivale a “telefone esperto” ou “inteligente”.

SoundCloud: serviço de compartilhamento de conteúdo sonoro, disponível em: http://www.soundcloud.com, cujo foco se concentra no compartilhamento de áudio. Basicamente, em situação análoga ao YouTube, poderia ser referido como “seu disco”.

Tablet: termo que designa plataformas de computação portáteis, menores que os laptops e maiores que os *smartphones*. Surgiu na década de 1990, como “organizador pessoal portátil” (PDA). Aprimorado pela empresa Apple (a partir do produto “iPad”), para ser usado sem teclado ou caneta, com os dedos na tela sensível ao toque, visa proporcionar um acesso ou experiência hipermidiática, com softwares próximos ao computador pessoal.

Twitter: rede social que mistura as funções de “diário” [*log*] com “relacionamento”, podendo dirigir a publicação a um perfil especificamente, associando o símbolo “arroba” @ com o nome de usuário daquele que fora mencionado. O acesso aos conteúdos se apresenta como livre, para quem acessa, mas com necessidade de identificação ao desejar interagir ou se expressar. Essa rede também se projeta como marco da comunicação ultrarrápida, limitada a 140 caracteres. Por este motivo, tem a marca associada à onomatopeia do pássaro: “piu” [ou *tweet* em inglês].

Website: página na *World Wide Web* que designa um portal, sítio, serviço, empresa, sujeito, etc. Basicamente, tem conteúdo multimídia, podendo utilizar ou não os recursos de hipertexto e a criação pode se realizar conforme a demanda de uma empresa ou de um programador. Também se considera que esse conteúdo se limita aos navegadores, que quando aprimorados, executam indeterminados tipos de recursos multimidiáticos e hipermidiáticos. Em Inglês, equivale a “ponto” ou “parada” [site] na rede [web].

Weblog: Em Inglês se refere a diário na rede e, na prática, *[we]blog*, tenta atingir este objetivo em que uma ou várias pessoas (real ou “construído”) se manifestam em um espaço subjetivo. Por se tratar de uma possível vertente pessoal de *Website*, destina àqueles entes que seu espaço reservado se encontra dentro do serviço de determinado provedor (portal, serviço ou empresa).

Word Wide Web (ou *Web*): designa o sistema hipermidiático de documentos com referência em cadeia. Criado pelo programador Timothy Berners-Lee, como uma execução indexada de termos-chave em que se encontram em outros recursos e acessados livremente por meio de um clique no *link* [ponto de conexão]. Em Inglês se refere a “teia do mundo todo” e a fisionomia com a rede de aranhas faz alusão às retas sem limites, cujos pontos unem a trama. Em português, o neologismo “surfar” para visitar conteúdos da *Web* se associa a partida de uma reta sem limite e que interliga outras, conforme a *onda* [ou vontade do usuário].

YouTube: serviço de compartilhamento de material audiovisual, podendo ser criado ou não por usuários, tendo-se em conta a derivação [marcação pessoal]. Com recurso de rede social, pode-se acompanhar comunidades, sujeitos [e *prosumers*], bem como da expressão por meio do campo de comentários, que também pode ser “avaliada” por outros usuários identificados como “positivo” [quase análogo ao *Like* do *Facebook*] ou então, como “negativo”.

APÊNDICE 1: Transcrição da radiorreportagem "Massacre de Felisburgo" (Radioagência Notícias do Planalto)

TEC:.....	VINHETA DE ABERTURA
LOC:.....	Massacre de Felisburgo: reportagem especial da radioagência NP. O modelo de desenvolvimento brasileiro segue baseado no latifúndio; este mesmo modelo também levanta-se contra estes trabalhadores de diversas formas, causando males em diferentes escalas. No dia 20 de novembro de 2004, essa agressão chegou mais uma vez ao seu limite: cinco trabalhadores rurais foram brutalmente assassinados no acampamento "Terra Prometida", localizado no município de Felisburgo, no Vale do Jequitinhonha, em Minas Gerais. A ação foi organizada pelo fazendeiro Adriano Chafik, que contratou 17 pistoleiros para atacar o acampamento e ainda participou pessoalmente da ação.
Juliano Domingues:	Adriano é acusado, mas até hoje aguarda julgamento. A Fazenda Nova Alegria, onde hoje está o acampamento ainda não foi desapropriada e as famílias, vítimas do massacre, não foram indenizadas. Felisburgo é mais um capítulo da história dos conflitos pela terra no Brasil. Ouça agora, o programa "O massacre", produzido pela Radioagência NP.
Sem-terra (mulher):	O tempo passou, a luta acirrou e até aconteceu um massacre!
TEC:.....	TRILHA VAI À BG
Juliano Domingues:	No dia 20 de novembro de 2004, o fazendeiro Adriano Chafik, mais 17 homens fortemente armados entraram no acampamento "Terra Prometida". Ao que tudo indica, a ação foi mais do que planejada.

Desirèe Luíse:.....	O fazendeiro Adriano Chafik e os pistoleiros chegaram ao local no final da manhã, por volta de umas 11 horas, momento em que os acampados realizavam uma reunião rotineira. Os jagunços soltaram um rojão: este era o sinal usado entre os trabalhadores quando queriam reunir todos do acampamento em um determinado local.
TEC:.....	SOM AMBIENTE (TUMULTO, CORRERIA E TIROS)
TEC:.....	TRILHA VAI À BG
Juliano Domingues:	A acampada, dona Zilene, foi uma das pessoas que escutou o estouro dos rojões, fato que a fez se dirigir até o local, para ver o que se passava. Ela conta o que aconteceu a partir de então:
TEC:.....	TRILHA SOBE E DESCE
Dona Zilene:.....	(fala rápida, com entonação de desespero): Eu sei que eu tinha levantado cedo, né, e... Tinha arrumado... uma... mandioca, mas... Eu escutei um foguete. Aí quando eu fui chegando: “meu Deus”, ô gente, ó: nós qué paz... (soluço) nós só via os tiro caindo... os tiro começou cair nos amigo que tavam na frente. Aí... já foi(*ram*) derrubando... tornava a derrubar outro e a gente não podia fazer nada... e continuavam a derrubar outro; inclusive meu esposo tava aqui detrás de mim, aí quando eu vi, só vi os tiros... já arrumei uma espuma e corri pro meu esposo pra lavar esse sangue. E o menino, essa hora, eu não vi o meu menino... Aí, aconteceu na hora que isso tudo aconteceu, que matou os companheiros e saiu muita gente correndo, quando eu chego lá em casa, vejo mais... meu menino atirado: já tava com tiro na perna e... com um tiro na perna, tava em todo o rosto dele correndo sangue. Aí, saí correndo, na

Dona Zilene:.....	hora, e nem sabia o que fazer mais!
TEC:.....	SOM AMBIENTE (MÃES GRITANDO E CHORANDO; JAGUNÇOS GRITANDO “VAMBORA”, “QUIETINHO”)
TEC:.....	TRILHA, VAI À BG.
Desirèe Luíse:.....	Emy, é uma das líderes do acampamento, que era seguidamente ameaçada de morte por Adriano e seus pistoleiros. Na hora do massacre, ela não estava no acampamento, mas conta o que viu, logo que chegou ao local:
TEC:.....	TRILHA SOBE E DESCE
Emy:.....	Quando eu cheguei lá na entrada, que eu vi o pessoal lá e eu, daí, eu desci no acampamento... Eu cheguei no acampamento, eu vi os cincos corpos lá caído e... Eu só entrava correndo e a chuva lavando, aquelas barracas queimada... Eu achei que aí era o fim...
TEC:.....	TRILHA VAI À BG
Juliano Domingues:	Depois do confronto, os barracos e a escola do acampamento foram queimados pelos invasores.
Desirèe Luíse:.....	Chafik foi preso no mês seguinte ao massacre, logo após ser detido, o advogado de Adriano Chafik deu entrevista à TV local. Ele alegou que o fazendeiro foi atacado e que agiu em legítima defesa
Juliano Domingues:	Ouça um trecho da matéria:

TEC:.....	TRILHA SOBE E DESCE
TEC:.....	SONORA: ENTREVISTA COLETIVA DA TELEVISÃO
Apresentador da TV:	Em Jequitinhonha, um fazendeiro teria confessado a responsabilidade pelos crimes e disse que primeiro, teria sido agredido com uma foice pelos Sem-Terra, dentro da Fazenda Nova Alegria.
Repórter da TV:.....	Ele tem a cicatriz? Da tal da “foiçada”?
Advogado:.....	(Reticente): Tem... Tem...
Repórter da TV 2:.....	Tá na barriga dele, doutor?
Advogado:.....	Na barriga? Não... não sei...
TEC:.....	TRILHA VAI À BG
Desirèe Luíse:.....	Dona Zilene, no entanto, afirma que a realidade ocorreu de forma diferente:
TEC:.....	TRILHA SOBE E DESCE
Dona Zilene:.....	O Adriano chegou, ele ficou à distância... O Adriano chegou, e pra registrar, senhor: a distância que o Adriano ficou, foi muito prá lá daquele pau lá, ó. Aí, ele pegou e falou prá lá, pra mais ou menos, pra lá daquele pau assim, que o Adriano ficou... Aí ele falou para os pistoleiros dele pra que eles pudessem derrubar quem eles queressem, podiam ser quem fosse na frente, que eles iam derrubar... e deu os direto de derrubar as mulher, podia derrubar criança, quem tivesse na frente, podia derrubar...

Dona Zilene:.....	O Adriano nem encostou perto de nós... Isso aí é muita história... isso, ele colocou lá, passou na televisão, que disse que ele falou que foi atingido pelos Sem-Terra, como é que ele foi atingido pelos Sem-Terra, se ele tava estirado quase um... quase umas vinte braço dos Sem-Terra e ele "foi atingido pelos Sem-Terra". É muita história dele!
Juliano Domingues:	Ao todo, 20 pessoas foram atingidas. Os cinco trabalhadores mortos foram: Iraguiar Ferreira da Silva, 23 anos, morto com três tiros no peito; Miguel José dos Santos, 53 anos, morto com treze tiros no peito e abdômen; Juvenal Jorge da Silva, 65 anos, morto com três tiros no peito e na barriga; Francisco Ferreira Nascimento, 72 anos, morto com cinco tiros no peito; Joaquim José dos Santos, 48 anos, oito tiros no peito e abdômen: chegou a ser socorrido, mas morreu no Hospital de Felisburgo.
Desirèe Luíse:.....	O massacre foi tema dos principais jornais locais, nacionais e internacionais. Horas após o massacre, a cidade de Felisburgo foi tomada por políticos, que garantiram que o fato não poderia ficar impune. Miguel Rossetto, o então ministro do Desenvolvimento Agrário, declarou que todos os esforços do Governo Federal seriam depositados para solucionar o caso.
TEC:.....	TRILHA SOBE E DESCE
Miguel Rossetto:.....	Um crime absolutamente brutal, premeditado e, nesse momento, o Governo Federal e todas as nossas estruturas de segurança, estão colaborando com as estruturas estaduais, para responsabilizar os criminosos. A expectativa é que num curto prazo, os responsáveis sejam identificados... Não há nenhuma hipótese de impunidade frente a situações como esta.
TEC:.....	TRILHA SOBE SOM E VAI À BG

Juliano Domingues:	Hoje, quatro anos após o massacre, nada foi feito!
TEC:.....	VINHETA DE ENCERRAMENTO
LOC:.....	Massacre de Felisburgo. Reportagem especial da Radioagência NP. Acesse o *site*: www.radioagencianp.com.br

APÊNDICE 2: Transcrição da entrevista com o Prof. Dr. Sérgio Bairon Blanco Sant'Anna, professor do PPGCOM ECA/USP, realizada em 23 de setembro de 2011, nas dependências do CRP – ECA/USP

CARLOS TAVARES JR: Como o Sr. vê a prática do compartilhamento de conteúdo no ciberespaço, a partir de uma análise das relações do *prosumer* que repassa material e opinião pessoal na recomendação de conteúdo?

SÉRGIO BAIRON: Ela carrega toda a essência do encontro entre a noção de interatividade e partilha de conteúdo. De certa forma as redes praticam essa ideia de dividir informação e entretenimento. Tais categorias remetem à *web* que é o compartilhamento. Mas também é complexa já que não tem apenas uma única finalidade, podendo ser algo de pouco valor subjetivo: ao falar de sociedades totalitárias (os nazistas) que compartilhavam técnicas de extermínio de eslavos, o que se consideraria incompatível com nações autoritárias e totalitárias. Porém a cultura permeia as direções do que se compartilha, considerando que a própria comunicação vem do compartilhamento. Já o acesso, como base da democratização, é pouco, porque limita as potencialidades do que se pode fazer e construir: ter ou não acesso afeta as dinâmicas da construção coletiva, mas em termos genéricos não a impede.

CARLOS TAVARES JR: Quais são suas impressões sobre como a academia lida com a partilha e o envolvimento em redes de troca de conteúdo?

SÉRGIO BAIRON: A academia, como instituição, somente, vê uma pré-história... Mas, é evidente que inúmeros trabalhos desenvolvidos em redes experimentais, como nas áreas de Engenharia e Educação, têm se preocupado com essa abordagem e, ainda assim, se tratam de produções institucionais. O problema é institucional pela determinação em não se movimentar para trazer à Universidade essas relações sociais. Então, como ser invisível, àquilo que não se vê? Tudo no cotidiano é perceptível. Este problema também se refere às ações pouco abordadas: o princípio teórico-filosófico defende a construção do quadro da ação institucional, quando disponibilizar espaços se abrem e assim, partilhar o conhecimento produzido. Essa relação é verdadeira quando falamos do rádio, já que há

lugares em que ele é a única saída... E ainda é por causa da fala local. Na região sul existe lugarejos remotos em que os colonos só se comunicam por dialetos e pouco compreendem a fala nacional. Então, só o rádio consegue chegar a eles com eficácia e informar a eles. Pensar que existe uma informação chegando que traz conhecimento é uma coisa que a Universidade não pode reter para si mesma. Pensar neste aspecto envolve os extremos do reconhecimento da produção de conhecimento ou da desmoralização – e tudo isso, envolvendo a partilha.

APÊNDICE 3: Transcrição da entrevista com Jorge Cury Neto, produtor e diretor do Portal Webcom Brasil (por telefone, em 16 de janeiro de 2012)

CARLOS TAVARES JR: Como o Sr. pode definir a informação no rádio, desde o início das transmissões até a chegada do ciberespaço? Há uma aproximação da essência do rádio no início com o que é a Internet atualmente?

JORGE CURY NETO: O radiojornalismo começa, de fato, no Brasil, com Roquette-Pinto. Vale lembrar que, nesse surgimento, ele já nasce interativo, sendo inaugurado com o diálogo: o contato telefônico com o presidente Washington Luís. Então, já tinha o uso de duas mídias. Por conta dessa interatividade, o rádio já havia demonstrado que tinha flexibilidade no quesito da interação. Eu não vejo um retorno... São contextos diferentes em que a tecnologia abre caminhos para várias utilizações, por exemplo: imagem, texto, som e vídeo.

O casamento da Internet com o rádio foi expressivo: não é um retorno aos ideais, mas ampliou significativamente o nível das interações. A Internet, na verdade, deu nova vida à essa dinâmica: coloca-se o som radiofônico e o acesso do público, com amplitude mundial.

CARLOS TAVARES JR: O que a fala representa para a informação no rádio e a troca de conhecimentos?

JORGE CURY NETO: Há duas coisas em muitos assuntos, quando se educa através do rádio: somos um país predominantemente oral, a alfabetização ainda é limitada e o acesso à leitura é difícil. Então, a educação pelo rádio é legítima, pois informa pelo verbal, ou verbal-oralizado, o ideal da Webcom Brasil. Dessa forma, a comunicação falada tem mais elementos de compreensão do que a escrita. A voz não transmite apenas o que eu ou alguém pensa, por exemplo, quem me ouve consegue ver o meu grau emocional e ter mais segurança a respeito do que foi falado. Então, o ouvinte tem suas próprias impressões, além das minhas: como ouvinte, você pensa melhor na hora de interagir com o falante – se eu apenas escrevesse, quem iria ler deveria se concentrar na interpretação com muito mais esforço, ao transformar letras em fonemas, já que a leitura é um exercício fonético, para compreender a informação transmitida.

CARLOS TAVARES JR: Como o Sr. vê as finalidades do radiojornalismo: há a questão da educação, da informação como conhecimento, mas também existem as disposições da empresa. Daí, qual seria o papel da Webcom Brasil?

JORGE CURY NETO: A finalidade de educar pelo rádio é vasta: 90% do território nacional coberta pelo rádio utiliza a comunicação falada e, quando penso em uma educação, a falada é o meio mais consistente de consumir o conhecimento. Para uma empresa, o poder da era falada, de levar aos públicos a pensar de forma genérica por texto: e-mail, chat, skype, msn – representa uma comunicação superficial a nível de comunicação modesta ou, senão, uma comunicação errada, captando-se um estado emocional (de expressão) errado. Como empresa, é fundamental fazer com que as pessoas falem mais com as outras.

CARLOS TAVARES JR: Qual seria o maior desafio para a transmissão de conhecimento no rádio, via radiojornalismo?

JORGE CURY NETO: A Internet dá novas dimensões para o rádio: o material oralizado versus o escrito verbalizado. Essa educação escrita vem de uma metodologia americana que tirou do ensino a oralidade que era característica do método francês. Desse modo, não te ensinam a falar, não te dão elementos discursivos para ensinar a falar bem. Isso é um erro bastante grave: a escrita e a fala têm um processo de coexistência e, num último caso, a escrita existe para documentar, não esquecer a fala. Na comunicação ela é que prevalece, no rádio, ela é notável. Hoje, o que vemos é que há pouca fala, já que se estimula muito a leitura e a escassez do tempo para uma conversa. Nos Estados Unidos, entre as mídias que crescem, estão o rádio e a Internet. O rádio mexe com a audição e a fala – e permite uma coisa interessante: as pessoas fazerem coisas ouvindo o rádio e acessando um conteúdo auditivo, incluindo as tarefas feitas no computador com o rádio. Nos Estados Unidos, diferente do Brasil, a rádio *web* e o *podcast* são fortes e a concorrência com as rádios tradicionais é fortíssima. Aqui é modesto... O principal fator é a falta de disponibilidade de banda larga e o que se cobra para esse acesso.

CARLOS TAVARES JR: Como o Sr. vê o compartilhamento de material produzido pela Webcom Brasil pelos usuários. Seria um público essencial?

JORGE CURY NETO: A propagação multiplica. Isso é comunicação. É saudável, desejável e gera conhecimento. O que a gente faz, na verdade, é compartilhar, produzir com o público do rádio e o público geral.

CARLOS TAVARES JR: O Sr. conseguiria visualizar em um futuro próximo ou distante, a interação mais forte do público ouvinte no radiojornalismo, a ponto de existirem pautas discutidas coletivamente, de forma diferente da relação de *feedback*?

JORGE CURY NETO: A Internet une as pessoas, é uma reunião ponto a ponto. Eu vejo essa questão como algo que tem muita complexidade: um fórum de ouvintes teria que ter uma dinâmica refletida no rádio de modo a atingir uma comunicação mais direta. Mas vejo que sua questão é mais específica: a Webcom Brasil abre as possibilidades de interação com os canais de Internet, de modo a estimular a participação. Mas do jeito que você falou, o nosso caso é modesto, as interações mais diretas não acontecem tanto. Eu acredito que dessa forma, só uma grande rádio poderia fazer, porque ela conclama bastante ouvintes a participarem. Então é mais fácil de que isso aconteça em uma CBN, Jovem Pan, Bandeirantes, Gaúcha do que com a gente e o nosso público comparavelmente menor ao deles.

APÊNDICE 4: Transcrição da entrevista com Juliano Domingues Almeida, produtor do Programa "Especial Massacre de Felisburgo (MG)" (por telefone, em 22 de março de 2013)

CARLOS TAVARES JR: Como surgiu a ideia para desenvolver a pauta sobre o Massacre de Felisburgo?

JULIANO DOMINGUES: Na época, eu queria fazer um documentário sobre o massacre dos trabalhadores sem-terra, já que iam fazer cinco anos que isso havia ocorrido e, também, pelo fato do fazendeiro [acusado de ser o mandante], Adriano Chafik, não ter sido julgado até então. Daí, a ideia partiu por conta de uma sugestão vinda do Movimento dos Trabalhadores Sem-Terra, por meio de um dos assentados na região de Felisburgo - MG, de modo que um programa de rádio temático ajudasse a acelerar o julgamento do Chafik. Eu trabalhava com o pessoal do MST e essa experiência iria abranger de Felisburgo à capital (Belo Horizonte) e, com isso, reivindicar o assentamento junto às autoridades. Embora o processo não tenha sido acelerado, a reportagem serviu para chamar a atenção de várias formas: tanto dos governos quanto da sociedade. Além dessa reportagem de rádio, também fiz um filme sobre esse tema.

CARLOS TAVARES JR: Como foi a produção dos seis programas (massacre, situação agrária, julgamento, Felisburgo atualmente, conflitos pela terra no Brasil e perspectivas)?

JULIANO DOMINGUES: A prioridade dada foi entrevistar os sobreviventes do massacre e, ainda, pela necessidade de se fazer um produto que mobilizasse o Poder Público a agir de forma rápida, de modo que os trabalhadores rurais conseguissem o assentamento no município de Felisburgo. Além das entrevistas, aproveitei para registrar a encenação do massacre, que os membros do MST encenam todo o ano, como forma de manter essa questão em atenção – isso proporcionou uma reconstrução do fato, que é normal em um documentário, já que aproveitamos a "indumentária sonora" para acrescentar um conteúdo interessante ao documentário. Assim se passa para os ouvintes a vivência que gera algo diferenciado ao mesmo tempo em que se traz algo para discutir.

Com isso, o planejamento desse especial era fazer um produto das pessoas, dando voz àqueles que estavam lá.

CARLOS TAVARES JR: Um fator que mais chamou a atenção se refere ao compartilhamento do material da sua reportagem por *weblogs* e no YouTube, de uma forma espontânea e descentralizada. Qual seria sua opinião sobre essa forma de abranger diferentes públicos?

JULIANO DOMINGUES: A Internet, por mais que se fale, é algo muito novo. Hoje, o poder de difusão que ela tem é mais claro, mas na época que produzi o programa, a gente estava vendo isso [como fenômeno] acontecer. O compartilhamento [espontâneo] foi uma surpresa. De fato, não tinha ideia de que essa difusão iria tão longe, a ponto de ultrapassar o limite do local ou estadual [MG], que, na época, seria concentrado nesse foco. De certa forma, o resultado final foi maior que o esperado. Esse compartilhamento foi possível porque se tratava de um produto alternativo, que não contava com uma máquina impulsionando na repercussão, e o fato de ter pessoas interessadas ou engajadas sobre a questão impulsionou para um ponto em que isso fluísse de forma orgânica.

A Internet é muito mais complexa nas perspectivas tanto de divulgação quanto para oferecer meios de fazer as opiniões circularem. Na época, os veículos de esquerda não tinham a dimensão do público que se tem atualmente. Cada coisa produzida era feita com um recorte limitado e, no caso do Massacre de Felisburgo, havia a falta de um produto como esse [especial de seis radiorreportagens] rodando por aí. Penso que, hoje em dia, a Internet dê espaço para o alternativo. Em termos de desenvolver debates e expressar opiniões, vejo que a rede ainda é linear.

CARLOS TAVARES JR: O Sr. pode comentar sobre seu ponto de vista quanto às expressividades nas redes, ao proporcionarem ferramentas, espaços e demanda por produções coletivas.

JULIANO DOMINGUES: Eu acho isso muito positivo: dando um *know-how* e suporte apropriado, mudariam as posições, quando o jornalista ou repórter passa a ser o editor do material e trabalhar com o conteúdo do povo, principalmente nas interações, com particularidades próprias. Daí tem uma necessidade de resgatar o molde do repórter de rádio.

CARLOS TAVARES JR: Como o Sr. vê a empresa produtora (Radioagência Notícias do Planalto) ao atuar perto de movimentos sociais e a ocorrência de um compartilhamento de material em locais diferentes?

JULIANO DOMINGUES: Pelo fato de a NP (Notícias do Planalto) ser alternativa, acho que as condições são mais favoráveis para se isentar da cumplicidade do mercado, com relação aos formatos convencionais de produtos e por ser sustentada por parceiros. Em veículos alternativos, o público se mobiliza mais.

APÊNDICE 5: Transcrição da entrevista com Leandro Bollis, jornalista e locutor esportivo das emissoras 105 FM (Jundiaí - SP) e Onda Livre AM 910 (Piracicaba - SP), por e-mail, em 11 de março de 2013

CARLOS TAVARES JR: Gostaria de lhe passar o roteiro de perguntas, do qual poderei registrar sua opinião sobre o uso de ferramentas da internet no rádio, tanto como tecnologia de transmissão, quanto como meio de aproximar ouvintes (ex.: as perguntas por twitter, e-mail e Facebook) durante uma Jornada Esportiva ou um programa diário sobre jornalismo esportivo.

- **A participação do público, em comparação com o telefone no ar, pela internet seria mais intensa (ex.: perguntas mais interessantes)?**
- **Enquanto jornalista, como é mediar participações on-line? (não me refiro às dificuldades, mas da sua experiência em lidar com isso nas transmissões esportivas, onde há qualquer tipo de pergunta).**
- **Em sua opinião, o ouvinte de programa esportivo participa mais com assuntos relacionados à partida ou, por exemplo, no intervalo do jogo ou no programa de estúdio? (é possível perceber enquanto jornalista, da demanda de participação e de como ela contribui de fato numa transmissão, por exemplo: uma pergunta curiosa faz com que se peça ao repórter de campo averiguar possibilidades. Não seria um "tira-teima" de vídeo, mas um "tira-dúvidas" de rádio)?**
- **Qual seria sua opinião sobre *websites* de emissoras de rádio dedicados ao contato permanente com os ouvintes (ex: site Guti1001, do Gutierrez), que dá acesso a newsletter, contatos das redes sociais de cada membro da equipe esportiva, os "vídeos" (com destaque para as locuções dos melhores momentos das partidas transmitidas), agenda das próximas transmissões, *flashes* dos outros esportes (pelo UOL), além da própria transmissão da emissora ao vivo?**
- **É possível comentar da sua experiência como jornalista de rádio e de quais casos típicos gostaria de relembrar?**

LEANDRO BOLLIS: Vou tentar responder de uma forma geral e não por cada tópico:

Acredito que atualmente a internet é fundamental no jornalismo esportivo, principalmente em uma transmissão esportiva. O advento da internet com inúmeras opções de aplicativos possibilita uma participação intensa do ouvinte/internauta. Além disso, esse instrumento cada vez mais aperfeiçoado fará com que a participação seja ainda maior, devido também à facilidade de acesso. No caso da 105FM, a mediação é feita pelo plantão esportivo que acaba, em alguns casos, filtrando a mensagem e sempre priorizando a opinião do ouvinte, seja ela com fundamentos ou não. Apenas existe uma restrição quando um membro da equipe ou torcida é atacado com palavras de baixo calão. O mesmo ocorre no trabalho na Onda Livre AM, onde percebo que, por se tratar de uma rádio de interior, na maioria das vezes o ouvinte "quer ser o senhor da razão", ou seja, sempre ele está correto, e claro que temos que respeitar, mas nem sempre concordar. Procuro nesse caso sempre registrar a participação, porém, ao mesmo tempo coloco meu ponto de vista.

O *[web]site* do Gutierrez, por exemplo, é fantástico, afinal de contas o seu conteúdo contempla praticamente tudo que o fã de esporte que saber, principalmente, quem acompanha diariamente uma emissora de rádio e está sempre antenado nas notícias do esporte. A reprodução no YouTube dos melhores momentos das transmissões é muito bacana. Um exemplo é a final da [Copa] Libertadores [da América] do ano passado [2012], onde o número de visualizações passou de 10 mil e sempre com comentários positivos. Isso realmente é muito legal e levanta a moral e autoestima do profissional.

APÊNDICE 6: Transcrição da entrevista com Ricardo Martins, diretor-responsável do Jornalismo Esportivo da emissora 105,1 FM de Jundiaí – SP, realizada por telefone em 16 de maio de 2013, por telefone

CARLOS TAVARES JR: Em sua opinião, tanto como jornalista quanto responsável pelo Jornalismo Esportivo da 105FM, qual seria a importância da participação do ouvinte (nas transmissões *ao vivo*, quanto na *Jornada Esportiva e Futebol Club)*?

RICARDO MARTINS: Para mim, o ouvinte é importante, fundamental na programação esportiva que fazemos! A fim de incrementar essa participação, dispomos do *Facebook* e *Twitter* para algo mais imediato – e de onde vêm sugestões e opiniões particulares. Dar voz às opiniões é importante, pois, dessa forma, garantimos a interatividade nestes programas.

CARLOS TAVARES JR: Além das participações, existe a possibilidade de que o ouvinte possa vir a participar da pauta, como por exemplo, levantar possibilidades (ou movimentações em clubes) em vias de ocorrer. Como a equipe lida com isso?

RICARDO MARTINS: Acontece de várias formas: a primeira coisa que fazemos é analisar o que o ouvinte pede (suscita) ou dá sugestão. Então, para levar isso adiante, discutimos todas as possibilidades antes, com repórteres e os comentaristas. Só que precisamos levar em conta as ideias que importam ou fazem sentido conforme as movimentações no clube. Eu faço esse papel de mediar ideias trazidas pelos ouvintes, deslocando os repórteres para apurar e articular as reportagens e entrevistas com os membros dos clubes, jogadores e técnicos.

CARLOS TAVARES JR: Qual seria a sua opinião do compartilhamento além do programa de rádio, mas do material produzido pela equipe de Jornalismo Esportivo da 105FM, com o seguinte detalhe: o sítio GUTI1001 disponibiliza (ou compartilha) os melhores momentos das partidas transmitidas pela 105FM, mas também há uma possibilidade de que esse processo seja desenvolvido por terceiros. Seria algo a se considerar?

RICARDO MARTINS: Particularmente, eu acho bacana fazer o compartilhamento de material produzido no rádio, porque isso ajuda na difusão e atinge áreas maiores que a abrangência do sinal da 105FM. Com o *website* do Gutierrez, o ouvinte tem nas mãos várias coisas para compartilhar nas redes sociais e ao fazer isso, age na difusão e o impacto é direto, pois ele transgride as fronteiras ao atingir públicos que o *website* GUTI1001 não atenderia. E como diretor de jornalismo, para mim, o importante é o ouvinte participar, pois essa dinâmica nos direciona para quem devemos informar e atender.

CARLOS TAVARES JR: As ferramentas *web*, ao lidar com conteúdo sonoro, de acesso gratuito, têm simplificado a forma de produção no rádio?

RICARDO MARTINS: Eu creio que sim. A *web* disponibiliza bastante conteúdo e no rádio isso é fundamental, proporcionar informação ao ouvinte. Por exemplo, a "Voz do Brasil": uma reportagem transmitida lá não deixa de ser uma fonte de informação. Então, se eles produzem algo que complemente a programação esportiva da rádio (105FM), o uso de um material produzido por eles vai acrescentar assuntos interessantes para informar o nosso ouvinte. Não vejo a Internet como um meio que vai tirar pessoas da sintonia do rádio... Pelo contrário, esse meio acrescenta e complementa o rádio. É uma convivência interessante que beneficia o ouvinte.

APÊNDICE 7: Transcrição da entrevista com Álvaro Bufarah, professor das Universidades Nove de Julho e Fundação Armando Álvares Penteado; jornalista e chefe de reportagem das redes CBN (Central Brasileira de Notícias) e Globo AM, realizada em 30 de novembro de 2012, nas dependências do CJE – ECA/USP

CARLOS TAVARES JR: Como é o seu trabalho como chefe de reportagem da CBN e como o Sr. vê a Internet com ferramentas para a produção coletiva?

ÁLVARO BUFARAH: A CBN, por ter uma programação comprometida com o jornalismo pensa nas várias formas de produção de notícias. Na década de 1990, com o surgimento dessa rede via-satélite, havia uma proposta de se transmitir informações 24 horas por dia. Desde então, muito tem se falado na Internet e que ela iria tirar o espaço do rádio, da televisão e de outras mídias, mas na verdade, ela trouxe a multimídia e deu uma nova força para o rádio.

O rádio é multimídia. Não podemos pensar hoje o rádio apenas como um produto, restrito a um aparelho ou ao som. Deve-se pensar em novas formas de produção, com imagem e vídeo. A rádio CBN já produz esse conteúdo para quem acessa o *[web]site*. É tudo hipermídia e, por isso, precisamos pensar nesse tipo de profissional, que saiba lidar com essas várias mídias. Por isso, digo que o rádio não existe mais como um "mercado etéreo". Porque mercado somos todos nós (que consumimos hipermídia) e, por isso, todos nós fazemos parte desse mercado e dessas mudanças.

Na página [web] da CBN, levamos em conta que todos têm o seu lugar lá: para participar diretamente, foi criado o "Repórter Ouvinte": se uma pessoa presencia algum acontecimento, ela grava, por exemplo, do celular e manda para a gente. As redes sociais fazem parte desse cotidiano e a CBN também está lá para informar. Entretanto, não podemos levar a sério tudo que uma pessoa publica nas redes, porque enquanto emissora de jornalismo, há uma necessidade de ser imparcial, coisa que no dia a dia, é complicada, por causa das opiniões próprias serem comprometidas com o sujeito, não com a informação. Para mediar isso, aproveitamos o máximo desse conteúdo para tirar dúvidas e esclarecer, como no caso de matérias de grande repercussão.

APÊNDICE 8: Transcrição da entrevista com Dario Pignotti, doutor em Ciências da Comunicação pela Universidade de São Paulo, redator e correspondente do Jornal *Le Monde Diplomatique*, realizada em 23 de maio de 2013, nas dependências do CJE – ECA/USP

CARLOS TAVARES JR: Como o Sr. tem visto a atuação das redes sociais no jornalismo, considerando sua atuação no *Le Monde Diplomatique* (jornal disponibilizado pela *web*, com uso de ferramentas sociais) e com base nesta experiência, o que pode ser aproveitado para a produção de materiais jornalísticos para rádio?

DARIO PIGNOTTI: As redes sociais, de certo modo, contribuem para a mobilização social. A forma em que isso se processa, digo, não se trata de um problema do rádio: nas redes sociais, os protagonistas podem ser os movimentos de revolta, por exemplo, a "primavera árabe". Em termos de estratégia, posso fazer a seguinte comparação com uma operação militar de guerra: essas redes são boas como infantaria em que os pelotões do exército atacam e põem à prova a capacidade de defesa do inimigo.

CARLOS TAVARES JR: A mídia pode atingir mais interatividade com as redes sociais, como estratégia de usar a participação e expressividade como forma de dar espaços para reunir pessoas e promover diálogos e debates jornalísticos?

DARIO PIGNOTTI: Neste caso, há um problema que trata da disputa pelo controle midiático. As redes sociais contribuem para a mobilização, principalmente quando há uma motivação política. Entretanto, são mobilizações de curta duração e poucos objetivos: depois de tomar o poder, acaba! Como forma de insurgência, as redes sociais têm outro problema: se esquece de dar cobertura de todos os lados que compõem a notícia. Para isso, veja o exemplo da desigualdade da cobertura jornalística que a CNN realizou na primeira Guerra do Golfo, na década de 1990: o fato do repórter estar no local transmitindo ao vivo não isentou a parcialidade dessa "notícia", já que apenas o lado norte-americano teve prioridade. Em termos comparativos, a rede FOX quando usa o termo "nós" para designar os Estados Unidos, assume nitidamente seu papel na propaganda governamental. Do outro lado da moeda, um caso que foi pouco notado e – em termos jornalísticos se destacou – foi

a BBC, que tomou uma postura de neutralidade ao cobrir tanto o ataque quanto os atacados e os estragos causados pela guerra, de ambas as partes. Nesse caso, a parafernália da CNN de cobertura ao vivo ajudou a espalhar um falso consenso de proximidade, porém, como propaganda, não como jornalismo.

CARLOS TAVARES JR: Como a produção coletiva de material jornalístico por redes cibernéticas pode contribuir para o jornalismo?

DARIO PIGNOTTI: Em termos de colaboração, as produções colaborativas, se estiverem nas grandes redes que têm credibilidade construída, elas ajudam, pois a cobertura se ampliou e se respaldou na credibilidade do canal. Entretanto, isso entra em crise quando se apela para o *marketing* e afeta diretamente a linha editorial, por exemplo: criar uma editoria em que o "público fala", então, o "público edita", mas quando a credibilidade é ameaçada, existe a necessidade de se preservá-la. Nesse caso, é preciso um acompanhamento, como uma espécie de auditoria, que vai pesquisar e apurar as ocorrências.

CARLOS TAVARES JR: Neste caso, o trabalho do jornalista realmente faz a diferença na construção da notícia, quando ele passa a ser um mediador?

DARIO PIGNOTTI: Eu creio que não e fico com o pé atrás, porque as colaborações são muito filtradas e isso traz o seguinte desafio: esse material, quando não é barrado, pode ser usado como tática de dar ao veículo (midiático) uma "vantagem" de estar em tempo real, quando a equipe de reportagem não chegou a tempo de registrar a ocorrência acontecendo. Ainda há outro perigo: o controle do material que chega e os poucos que vão para o ar.

CARLOS TAVARES JR: Então, a possibilidade de pautas coletivas, em um primeiro momento, seria mais viável, se desenvolvido nas redes sociais, visando um trabalho mais próximo com os jornalistas?

DARIO PIGNOTTI: O problema dessa questão é que não podemos esquecer que as redes sociais têm um potencial de competir com as grandes cadeias de difusão de notícias e poucos veem isso como uma vantagem de dar interação e a mídia alternativa foi a que mais

esteve perto disso, já que se tem uma predisposição de constituir um canal que aceite a competição com os grandes meios, e, mencionando o político italiano Antonio Gramsci, “lutar contra uma hegemonia”. Hoje, o que acontece é um equilíbrio de poder quando se procura algo que conteste, pois as redes sociais podem abrigar isso e a influência dessa mídia alternativa mais recente foi a maneira que esses meios contribuíram para a “primavera árabe” no Egito, principalmente quando o Estado desconectou a Internet dos civis e as redes sociais agiram em prol da propagação de informações, utilizando suporte estrangeiro para que essas articulações continuassem (objetivo de encerrar o mandato do presidente Pervez Musharraf). Como os movimentos sociais cresceram diante disso, as grandes redes de mídia jornalística souberam como tirar vantagem dessa causa: o movimento rebelde legitimou a intervenção da Organização do Tratado do Atlântico Norte (OTAN) em países árabes que possuíam movimentos sociais ativos pedindo o fim dos mandatos de presidentes que ficaram décadas no poder, como Muammar Kaddafi e a ação das tropas da OTAN na Líbia para a mudança do regime político do país. As redes sociais são um território fecundo para se discutir e fomentar o dissenso e o pensamento crítico. Em termos de estabelecimento de canais para a mídia alternativa, posso dizer que a Internet contribui bastante para desafiar o consenso hegemônico e criar debates, mas quando *um único tema atrai e mobiliza* pessoas. Por exemplo, se uma causa perde força de mobilização nas redes sociais, ela se esvai. Outros tipos de discussão que possam ter importância direta no cotidiano e não encontra adeptos, dificilmente se sustentam nas redes sociais.

ANEXO: Transcrição integral do Manifesto dos Intelectuais ao MinC, pela Internet livre e criativa (publicado no sítio "Mobiliza Cultura" em 21 de março de 2012)

Manifesto dos Intelectuais ao MinC (Ministério da Cultura do Governo Federal Brasileiro)

Publicado em: *Mobiliza Cultura*

Há mais de um ano os incontáveis fazedores da cultura brasileira tem sentido os duros golpes desferidos por um ministério que em nada se parece com aquele do governo Lula, quando então as políticas públicas começaram a levar em conta a pluralidade exuberante das culturas brasileiras. De lá para cá, não foram poucos os manifestos contra os desmandos anacrônicos da Ministra Ana de Hollanda e contra a parcialidade corporativa de sua gestão.

Nesse momento circula na rede um texto redigido à muitas mãos e assinado por Marilena Chauí, Eduardo Viveiros de Castro, Suley Rolnik, Laymert Garcia dos Santos, Gabriel Cohn, Moacir dos Anjos e Manuela Carneiro da Cunha, abordando de forma incisiva o despreparo da gestão Ana de Hollanda para lidar com as dinâmicas complexas e cambiantes da relação entre cultura e capitalismo no século XXI.

A carta assinada por esses pensadores brasileiros traz à tona toda a insatisfação da sociedade civil com um ministério que se mostra insensível ao diálogo, incapaz de dar continuidade e muito menos aprofundar os processos amplificantes desencadeados durante a gestão Gil/Juca no Ministério da Cultura. Cabe a tod@s nós, produtores e criadores da cultura no Brasil, demonstrarmos nossa concordância e apoio ao documento, somando a ele a nossa voz e nosso desejo de mudança imediata na gestão do MinC.

Os movimentos, entidades e indivíduos que integram o Mobiliza Cultura divulgamos aqui a carta e convidamos a tod@s que a assinem também, numa expressão coletiva da nossa luta pela cultura viva brasileira.

Despreparo é dolorosamente evidente

Na última década, o Ministério da Cultura transformou-se em uma área especialmente dinâmica do governo federal. Ao reconhecer a importância primária das práticas de sentido para a vida social, o Estado deu-se finalmente conta de que tem responsabilidades incontornáveis no que toca ao estímulo, apoio e defesa das manifestações criativas que emergem do povo, ou melhor, dos povos brasileiros como expressão de sua vitalidade e de sua personalidade.

À medida que o país foi ganhando projeção internacional, maior foi se tornando a necessidade de definirmos e consolidarmos a contribuição distintiva que o Brasil espera estar em condições de dar à civilização mundial. Com este objetivo, a abertura da esfera pública a uma multiplicidade de agentes e ações, oriundos de todas as regiões do Brasil, ligados à criação de cultura, isto é, de valor existencial – artistas, ativistas digitais, produtores culturais, editoras independentes, coletivos experimentais, criadores da moda e do design, intelectuais, povos indígenas, comunidades tradicionais, quilombolas, movimentos contra a discriminação de gênero e de orientação sexual, ambientalistas, grupos culturais dos mais variados matizes e propósitos – constituiu-se em uma das experiências institucionais mais inovadoras que o Estado brasileiro jamais promoveu.

Sob a liderança das gestões da cultura durante os 8 anos do governo Lula, o acolhimento entusiástico de uma vasta gama de manifestações antropológicas, tradicionais como modernas, regionais como nacionais, locais como globais, deu direito de cidadania e densidade política a vários conceitos novos, doravante parte de nosso vocabulário de política pública: “cultura digital”, “pontos de cultura”, “cultura viva”, “patrimônio imaterial”, “cidades criativas”, “economia da cultura”, “diversidade cultural”, “creative commons”, “compartilhamento”, “cultura e pensamento”, “cidadania colaborativa”, “participação setorial” e tantos outros. Um Plano Nacional de Cultura foi redigido pelo MinC com ampla participação dos setores interessados, e foi aprovado pelo Congresso Nacional. Tratou-se de um esforço consistentemente democrático de transformação da agitação social em meio de conquista de uma voz pública, de expressão da força viva dos povos de nosso país nos termos de um discurso de dimensões propriamente políticas, no sentido mais nobre da palavra.

Como herdeiro legítimo deste legado, o governo Dilma tem um desafio pela frente. É enorme a expectativa dos inúmeros grupos envolvidos no processo de emancipação cultural iniciado nas gestões passadas. Os que acompanham, como cidadãos, essa histórica reviravolta inquietam-se sobre a orientação que irá prevalecer uma vez encerrado o primeiro ano de uma gestão federal de cultura marcado por hesitações, conflitos e por mudanças de rumo que nos têm parecido infelizes.

É inevitável constatar que houve inúmeras perdas de visibilidade e de nitidez no horizonte da política cultural, comprometendo a imagem de um país que avança para o futuro sem perder a relação com seu passado, e que se moderniza sem destruir suas

tradições. Depois de inúmeras notícias desalentadoras ao longo do ano que passou, a opinião pública constata que a presente gestão de nossa política cultural vem se mostrando descomprometida com o legado das conquistas recentes neste âmbito, como o atestam as inúmeras iniciativas de grande impacto dentro e fora do País. É digno de nota, em particular, o que parece ser o total desconhecimento, por parte da atual gestão do MinC, do debate internacional sobre os desafios que o novo regime capitalista globalizado coloca para os criadores em todos os âmbitos da cultura, nesta época em que a criação de valores existenciais se viu capturada e sujeitada pela produção de valor econômico.

O despreparo para a prática do diálogo e do embate crítico por parte dos atuais responsáveis pelo MinC é dolorosamente evidente. É assustador, por exemplo, que em recente entrevista a ministra afirme que tem vivido uma "guerra de nervos" e que todo o seu universo de preocupação esteja reduzido à sensação de que os que discordam de sua gestão estejam apenas querendo derrubá-la de seu posto, deixando de lado o sentido maior da vida democrática que é a possibilidade do diálogo e da reconciliação em benefício de algo público e de grandeza comum.

A criação cultural é indissociável da construção inovadora de horizontes para o País, é a cultura que forma as realidades que nos condicionam e projetam os destinos da vida em comum. Não faz mais sentido pensar nos quadros anacrônicos que tinham a chamada "infraestrutura", ou economia, como elemento primacial da vida humana, ao passo que a cultura, ou "superestrutura", era vista como artigo de luxo. Pois não é possível, justamente, entrarmos em pleno século 21 equipados com uma "superestrutura" mental que data do século 19. É um engano gravíssimo um Estado contemporâneo não dar a devida importância à agenda das políticas culturais, pois a economia sem a cultura não pode mais do que propagar a desvalorização de uma sociedade, colocando-a a mercê de interesses estritamente econômicos.

Desde que a crise global se abateu sobre o ocidente capitalista em 2008, a agenda cultural se tornou um tema ainda mais importante para nós e as disputas de sentido vão direcionando os possíveis caminhos a seguir. Ora, foi precisamente neste momento crítico que passamos a constatar a decadência do protagonismo do governo federal na área da política cultural, com a trágica perda de capacidade para gerar consensos mínimos e coordenar o desenho de horizontes para os inúmeros segmentos que estavam sendo reconhecidos pelo governo Lula. Esse perigoso isolamento do MinC pode nos fazer

retroceder mais e mais nos próximos anos, ainda que a prosperidade econômica se mantenha. A mera celebração de uma “cultura” concebida como excedente simbólico entregue a profissionais consagrados da indústria de entretenimento certamente não pode substituir a consciência ativa do papel central que a força de trabalho criativa passou a desempenhar no cenário do novo regime capitalista. O MinC de hoje desconhece os sistemas de acumulação financeira, de ganho unilateral de corporações com os direitos autorais e de imagens. Ao tornar-se refém de um modelo institucional arcaico, o governo federal vai aceitando que as forças mais reativas do modelo neoliberal passem a conduzir as subjetividades, tornando-se um instrumento para sustentar apenas desejos sociais compulsivos de consumo, como se estes fossem o meio de produção de sociabilidade.

Neste sentido, a escolha do(a) ministro(a) que a Presidente tem em suas mãos é um dos trunfos fundamentais na consolidação do projeto de país que se começou a implantar desde o fim da ditadura militar. Esta é uma responsabilidade crucial do governo federal e da sociedade civil, não podendo ser deixada ao sabor da Realpolitik e seus jogos de acomodação partidária. Esperamos que Dilma Rousseff, que tem mostrado grande competência na condução do País em outros setores, confirmada pelos altos índices de aceitação popular, tenha sensibilidade e coragem para indicar um ministro da cultura à altura do que requer este cargo, em vista da importância do Brasil no cenário mundial contemporâneo. Um(a) ministro(a) que alie uma escuta fina para a diversidade cultural, no acompanhamento das complexas demandas culturais internas e na articulação ousada com o cenário internacional, sobretudo em torno dos problemas deste novo estatuto da cultura.

A experiência acumulada por este nome escolhido é algo essencial neste momento. Quer em termos profissionais, quer em familiaridade com a política da criação contemporânea e a rica variedade a de suas manifestações, uma liderança suprapartidária e democrática é o que pode garantir um pulso firme e uma capacidade de gestão dinâmica, de verdadeira liderança nesta direção que o presente nos aponta. Nós signatários, como todos os produtores de cultura neste País, temos nossa parcela de responsabilidade nesta tarefa: cabe a nós o apoio ao futuro portador desta inteligência de qualidade cultural e a exigência de uma escolha acertada para os próximos anos da atual gestão federal neste importante âmbito da vida nacional.

Por: Marilena Chauí, Eduardo Viveiros De Castro, Suely Rolnik, Laymert Garcia Dos Santos, Gabriel Cohn, Manuela Carneiro Da Cunha, Moacir Dos Anjos.

Abaixo-assinado (Petição Pública): http://peticaopublica.com.br/?pi=P2012N22382

Disponível em: http://www.mobilizacultura.org/despreparo-e-dolorosamente-evidente. Acessado em 25 de março de 2012.