



Evento	Salão UFRGS 2014: SIC - XXVI SALÃO DE INICIAÇÃO CIENTÍFICA DA UFRGS
Ano	2014
Local	Porto Alegre
Título	Radiojornalismo e convergência: uma análise da interatividade no programa Polêmica, da Rádio Gaúcha, de Porto Alegre
Autor	HENRIQUE NEITZKE DELLAZERI
Orientador	LUIZ ARTUR FERRARETTO

Radiojornalismo e convergência: uma análise da interatividade no programa *Polêmica*, da Rádio Gaúcha, de Porto Alegre

Este estudo integra a pesquisa “*Radiojornalismo e convergência na fase da multiplicidade da oferta*”, tomando por objeto o programa *Polêmica*, apresentado por Lauro Quadros nas manhãs da Rádio Gaúcha, de Porto Alegre. Trata-se de uma mesa redonda que visa debater temas atuais e, geralmente, contraditórios. O programa foi concebido, em 1997, buscando o envolvimento do público através da interação. Ao longo dos anos, métodos como as enquetes telefônicas, a participação do ouvinte por telefone, as mensagens de texto e, mais atualmente, as redes sociais e votações on-line foram utilizados pelo programa numa demonstração de convergência. Além disso, a presença da informação, do serviço e, claro, da opinião, apontam para uma mescla de gêneros jornalísticos durante o *Polêmica* que interessa à pesquisa.

O suporte teórico parte do cenário descrito por Valério Cruz Brittos (2002) como Fase da Multiplicidade da Oferta. É o período em que um maior número de agentes compete pela atenção do consumidor, aumentando a concorrência e gerando um acréscimo no número de produtos ofertados. Além disso, Luiz Artur Ferraretto (2010) define que, na última década do século 20, já sob a vigência da internet, ocorre o cruzamento entre tecnologias tradicionais com inovações como a TV por assinatura, a telefonia móvel e a internet. A isto, dentro da história do rádio brasileiro, o pesquisador chama de fase da convergência. A economia política da comunicação, ainda, estuda as relações sociais que constituem a produção, distribuição e consumo de recursos, inclusive os de informação (MOSCO, 1996) e entende que os estudos sobre informação e meios de comunicação são necessários para a compreensão de uma economia de serviços. Por fim, é preciso ter em mente uma mudança no “próprio conceito de rádio [...], por considerar-se emissora toda transmissão de um mesmo áudio para mais de um grupo remoto de consumidores [...]” (BRITTOS, 2002, p. 41). O livro *Gêneros Jornalísticos no Brasil*, organizado por José Marques de Melo e Francisco de Assis, guiou a análise em termo de gêneros jornalísticos e sua constituição no programa.

A metodologia consistiu na observação *in loco* da transmissão do programa, durante três dias no mês de outubro de 2013, levando em conta as premissas da observação participante. O levantamento de dados a respeito da história do programa, além de entrevistas semi-abertas com o apresentador Lauro Quadros e as produtoras do programa, também constituíram a base deste estudo. Finalmente, a escuta de edições diversas do programa e as transcrições de trechos relevantes terminaram por contribuir com o material necessário.

São conclusões parciais da pesquisa:

(1) A informação radiofônica não é estanque, e passa por diferentes gêneros ao longo de sua execução. A naturalidade da fala, situada na conversa estabelecida com o ouvinte, dificulta o processo de individualizar os gêneros.

(2) O ouvinte não mais ocupa um papel secundário em relação à emissora. Viabilizar espaços que insiram a audiência na programação, como no relato apresentado, desponta como uma necessidade do meio.

(3) A incorporação de novas tecnologias pelo rádio, como as mídias digitais, configura um processo que garante sua adaptação e manutenção.

(4) Novas formas de interação são consequência deste processo.

Referências

BRITTOS, Valério Cruz. O rádio brasileiro na fase da multiplicidade da oferta. **Verso e Reverso**, São Leopoldo: Editora da Unisinos, ano 16, n. 35, p. 31-54, jul.-dez. 2002.

FERRARETTO, Luiz Artur. Alterações no modelo comunicacional radiofônico: perspectivas de conteúdo em um cenário de convergência tecnológica e multiplicidade da oferta. In: FERRARETTO, Luiz Artur; KLÖCKER, Luciano (Org.). **E o rádio? Novos horizontes midiáticos**. Porto Alegre: Editora da PUCRS, 2010, p. 539-566. Disponível em: <<http://www.pucrs.br/edipucrs/eoradio.pdf>>.

MELO, José Marques de; ASSIS, Francisco de (Org.). **Gêneros jornalísticos no Brasil**. São Bernardo do Campo: Universidade Metodista de São Paulo, 2010. p. 269-290.

MOSCO, Vincent. **The Political Economy of Communication: Rethinking and Renewal**. Londres: Sage Publications, 1996.