

**UNIVERSIDADE DE CAXIAS DO SUL
ÁREA DO CONHECIMENTO DE CIÊNCIAS SOCIAIS
CURSO DE COMUNICAÇÃO SOCIAL
HABILITAÇÃO EM JORNALISMO**

PAULA MOSCHEM GABRIELI

**O PROGRAMA *TIMELINE GAÚCHA* E SUA RELAÇÃO COM A AUDIÊNCIA:
ESTRATÉGIAS MULTIPLATAFORMA DE INFORMAÇÃO E CONSTRUÇÃO DE
VÍNCULOS AFETIVOS**

**CAXIAS DO SUL
2026**

PAULA MOSCHEM GABRIELI

**O PROGRAMA *TIMELINE GAÚCHA* E SUA RELAÇÃO COM A AUDIÊNCIA:
ESTRATÉGIAS MULTIPLATAFORMA DE INFORMAÇÃO E CONSTRUÇÃO DE
VÍNCULOS AFETIVOS**

Trabalho de Conclusão de Curso para
obtenção do título de Bacharel em
Jornalismo pela Universidade de Caxias
do Sul, na área do conhecimento de
Ciências Sociais.

Orientadora Prof^a. Dr^a. Janaína Kalsing

CAXIAS DO SUL

2026

PAULA MOSCHEM GABRIELI

**O PROGRAMA *TIMELINE GAÚCHA* E SUA RELAÇÃO COM A AUDIÊNCIA:
ESTRATÉGIAS MULTIPLATAFORMA DE INFORMAÇÃO E CONSTRUÇÃO DE
VÍNCULOS AFETIVOS**

Trabalho de Conclusão de Curso para
obtenção do título de Bacharel em
Jornalismo pela Universidade de Caxias
do Sul, na área do conhecimento de
Ciências Sociais.

Orientadora Prof^a. Dr^a. Janaína Kalsing

Aprovada em 01/07/2026

Banca Examinadora:

Prof^a. Dr^a. Janaína Kalsing
Universidade de Caxias do Sul

Prof. Me. Jacob Raul Hoffmann
Universidade de Caxias do Sul

Prof. Dr. Luiz Artur Ferraretto
Universidade Federal do Rio Grande do Sul

À minha mãe, que sempre considerou o rádio como sua companhia. Hoje, eu mantenho esse hábito sozinha, mas sempre com o pensamento de que esse costume foi herança dela.

AGRADECIMENTOS

Escrever esse trabalho não teria sido possível sem a dedicação da minha querida professora e orientadora, Dr^a. Janaína Kalsing. Desde a estruturação inicial do projeto, a escrita ao longo do trabalho e principalmente sua calma e clareza incessante em me apoiar durante toda essa trajetória.

Certamente, agradeço à minha família. À minha mãe, Adriana, que me incentivou a escolher o Jornalismo e que sempre fez o possível para que eu pudesse ingressar na vida acadêmica; esse trabalho é um tributo a ela, que lá de cima acompanha todas as minhas conquistas. Ao meu pai, Sidney, meus irmãos, Júlia e Bruno, meu companheiro Guilherme que em todos os momentos acreditaram em mim e nunca soltaram a minha mão. Agradeço também os meus amigos e colegas de trabalho, que nos dias mais difíceis e exaustivos me incentivaram, sei que essa conquista é nossa.

Não poderia deixar de agradecer à Kelly Matos, por ser uma grande inspiração no jornalismo, e por mostrar para nós, mulheres, que pertencemos, sim, aos espaços de protagonismo dentro da comunicação. Agradeço imensamente ao Paulo Germano, por ter tornado esse trabalho possível, disponibilizado seu tempo para me ajudar a encaixar as entrevistas, por ter me deixado participar dos bastidores do *Timeline* e contribuir tanto para o jornalismo. E, claro, também ao Gabriel Wainer, que encontrou espaço na sua agenda para me atender, em uma conversa que vai agregar muito na minha trajetória como jornalista.

E, por fim, agradeço aos meus colegas de faculdade, com quem compartilho o sonho de fazer jornalismo. Juntos, seguimos acreditando na força de uma profissão essencial para a sociedade e no compromisso de mantê-la viva, ética e relevante para o Brasil. Seremos resistência diante dos desafios e continuaremos defendendo um jornalismo comprometido com a verdade, com a responsabilidade e com seu papel social.

*Estudar o rádio envolve uma tentação
quase irresistível de ceder ao apelo de
sua magia.*

Eduardo Meditsch

RESUMO

A convergência midiática, a multimídia e a plataforma são uma realidade presente no jornalismo no século XXI. Espelho de uma sociedade que reivindica seu direito de pertencer até mesmo nos veículos de comunicação mais antigos, deixando de apenas ser o receptor, querendo participar fortemente da cultura (Jenkins, 2022), pertencendo, envolvendo-se e construindo juntos as próximas histórias. Hoje, a audiência não é mais mero ouvinte, e sim, uma audiência potente, que interfere nas pautas e escolhe onde consumir a notícia. Assim, é necessário ser mais do que um programa de rádio, é preciso que o mesmo desperte sensações a audiência, tornar-se relevante na era digital; articular estratégias multiplataformas, possuindo linguagem digital, entreter e manter a essência do jornalismo: produzir informação de qualidade, com ética e os critérios de noticiabilidade. Esta pesquisa tem como objetivo realizar um estudo de caso sobre o programa *Timeline Gaúcha*, compreender suas estratégias de atuação multiplataforma e sua presença em ambientes digitais, como *Instagram*, *TikTok*, *YouTube* e *Spotify*, além da transmissão de rádio tradicional. Além disso, pretende analisar a construção de vínculos afetivos com a audiência, a linguagem adotada pelos apresentadores e a utilização do entretenimento na estrutura do programa. Por meio de entrevistas semi-estruturadas com os apresentadores do *Timeline Gaúcha* e da Análise de Conteúdo, os resultados apontam a construção de uma comunidade de uma audiência potente (Mesquita, 2014), onde a junção dos apresentadores, do rádio expandido e multiplataforma e a mediação do público transformam o programa em um companheiro fiel no dia a dia da vida das pessoas, mesmo em uma era em que o jornalismo encontra-se cada vez mais fragmentado.

Palavras-chave: rádio; *timeline*; convergência midiática; plataforma; vínculos afetivos.

ABSTRACT

Media convergence, multimedia, and platformization are realities present in 21st-century journalism. They reflect a society that claims its right to belong even within the oldest communication media, no longer remaining merely as a receiver, but actively seeking to participate in culture (Jenkins, 2022), belonging, engaging, and collectively building future narratives. Today, audiences are no longer mere listeners; rather, they are powerful agents who influence news agendas and choose where to consume information. Therefore, it is necessary to be more than just a radio program; it is essential to evoke emotions in the audience, remain relevant in the digital era, articulate multiplatform strategies, adopt digital language, entertain, and preserve the essence of journalism: producing quality information with ethics and newsworthiness criteria. This research aims to conduct a case study of the Timeline Gaúcha program, seeking to understand its multiplatform strategies and its presence in digital environments such as Instagram, TikTok, YouTube, and Spotify, in addition to traditional radio broadcasting. Furthermore, it intends to analyze the construction of affective bonds with the audience, the language adopted by the presenters, and the use of infotainment in the program's structure. Through semi-structured interviews with the presenters of Timeline Gaúcha and Content Analysis, the results indicate the construction of a community formed by a powerful audience (Mesquita, 2014), in which the combination of the presenters, expanded and multiplatform radio, and audience mediation transforms the program into a loyal companion in people's daily lives, even in an era in which journalism is increasingly fragmented.

Keywords: radio; timeline; media convergence; platformization; affective bonds.

LISTA DE FIGURAS

Figura 1 – Transmissão ao vivo do programa <i>Timeline</i> no canal do <i>YouTube</i> de GZH.....	53
Figura 2 – Número de publicações relacionadas ao <i>Timeline</i> nos perfis da GZH no <i>Instagram</i> e <i>TikTok</i> durante o mês de novembro de 2025.....	54
Figura 3 – Comparação entre o número de publicações relacionadas ao <i>Timeline</i> e o total de publicações realizadas pela GZH no <i>Instagram</i> durante o mês novembro de 2025.....	55
Figura 4 – Divulgação dos 11 anos de <i>Timeline</i> nas redes sociais de GZH.....	56
Figura 5 – Corte de conteúdo do programa ao vivo, redistribuído para as redes sociais.....	58
Figura 6 – Comparação das postagens entre novembro de 2025 e março de 2026 no <i>Instagram</i> e <i>TikTok</i> de GZH sobre o <i>Timeline</i>	59
Figura 7 – Publicação de bastidores do programa <i>Timeline</i> no perfil da GZH no <i>Instagram</i>	62
Figura 8 – Última publicação encontrada na página <i>Timeline</i> Gaúcha no <i>Facebook</i>	67
Figura 9 – Perfil do <i>Timeline</i> no <i>Spotify</i>	68
Figura 10 – Publicação de GZH do programa <i>Timeline</i> do dia 5 de novembro de 2025.....	72
Figura 11 – Episódio do <i>Spotify</i> da página do <i>Timeline</i> no dia 03 de março de 2026.....	73
Figura 12 – Corte da citação acima também nas redes sociais de GZH.....	79
Figura 13 – Publicação de GZH do programa <i>Timeline</i> do dia 6 de março de 2026.....	86
Figura 14 – Análise de entrevista exibida no Fantástico durante a finalização da pauta, minutos antes do programa ir ao ar.....	92
Figura 15 – Jornalista Kelly Matos no Oscar, em Los Angeles, entrevistando ator durante o <i>Timeline</i> ao vivo.....	93
Figura 16 – Exemplo de <i>gatewatching</i> no <i>Timeline</i> : repercussões do Oscar 2026...	94
Figura 17 – Corte da entrevista com Erika Hilton circulando no <i>TikTok</i>	94
Figura 18 – Corte da entrevista com Erika Hilton circulando no <i>Instagram</i>	103

LISTA DE QUADROS

Quadro 1 – Conceitos-chave convergência midiática, multimídia e plataformização.....	24
Quadro 2 – Roteiro de entrevista.....	45
Quadro 3 – Matriz de análise da categoria “Convergência midiática”.....	49
Quadro 4 – Matriz de análise da categoria “Linguagem e estilo”.....	69
Quadro 5 – Análise dos comentários do corte (20 mar. 2026).....	81
Quadro 6 – Matriz de análise da categoria “Performance dos apresentadores”.....	83
Quadro 7 – Comentários de apoio à fala de Paulo Germano durante a <i>live</i> do <i>YouTube</i>	88
Quadro 8 – Comentários contra a fala de Paulo Germano durante a <i>live</i> do <i>YouTube</i>	90
Quadro 9 – Matriz de análise da categoria “Vínculos afetivos, comunidade e participação”.....	98
Quadro 10 – Comentários que ilustram uma audiência seduzida e interessada....	104
Quadro 11 – Matriz de análise da categoria “Hibridismo e engajamento”.....	108
Quadro 12 – Comentários em destaque na publicação da entrevista com Érika Hilton no <i>TikTok</i> (18 mar. 2026).....	112
Quadro 13 – Comentários em destaque direcionados ao programa e apresentadores nas publicações da entrevista com Érika Hilton (<i>TikTok</i> e <i>Instagram</i> , mar. 2026).....	112

SUMÁRIO

1	INTRODUÇÃO.....	12
2	CONVERGÊNCIA MIDIÁTICA E JORNALISMO MULTIPLATAFORMA.....	16
2.1	CONVERGÊNCIA MIDIÁTICA.....	17
2.2	MULTIMIDIALIDADE.....	20
2.3	A PLATAFORMIZAÇÃO NO TIMELINE.....	21
3	VÍNCULO, AFETIVIDADE E LINGUAGEM NO RÁDIO.....	26
3.1	VÍNCULO.....	26
3.2	O RÁDIO COMO COMPANHIA.....	27
3.3	A AFETIVIDADE EM REDE E A MATERIALIZAÇÃO DO VÍNCULO.....	29
4	RÁDIO, REDES E AUDIÊNCIA.....	33
4.1	PARTICIPAÇÃO E AUDIÊNCIA POTENTE.....	33
4.2	GATEKEEPING, GATEWATCHING E CURADORIA DO TIMELINE.....	36
4.3	COMUNICAÇÃO MEDIADA PELO COMPUTADOR.....	39
5	METODOLOGIA.....	42
5.1	ENTREVISTAS SEMIESTRUTURADAS.....	43
5.2	ANÁLISE DE CONTEÚDO.....	46
5.3	CONSTRUÇÃO DAS CATEGORIAS ANALÍTICAS.....	47
6	ANÁLISE E DISCUSSÃO DOS RESULTADOS.....	49
6.1	CONVERGÊNCIA MIDIÁTICA.....	49
6.1.1	Presença digital como origem: o Timeline nasceu convergente.....	50
6.1.2	Circulação contínua e reaproveitamento: o conteúdo que não termina às 11h.....	56
6.1.3	Estratégia institucional: a centralização em GZH.....	63

6.2	LINGUAGEM E ESTILO.....	69
6.2.1	Oralidade: linguagem informal.....	69
6.2.2	Tom: o programa rompe com o padrão tradicional do rádio.....	74
6.2.3	Humanização e leveza: estratégias de mediação em temas complexos...	78
6.3	PERFORMANCE DOS APRESENTADORES.....	83
6.3.1	Credibilidade.....	84
6.3.2	Opinião: comentário autoral.....	87
6.3.3	Interação interna: dinâmica de estúdio.....	91
6.3.4	Identidade: estilo Timeline.....	95
6.4	VÍNCULOS AFETIVOS, COMUNIDADE E PARTICIPAÇÃO.....	98
6.4.1	O programa constrói sensação de proximidade com o ouvinte.....	98
6.4.2	O público se reconhece como parte do programa e participa da construção de pautas.....	101
6.4.3	O vínculo se constrói ao longo do tempo.....	103
6.4.4	O programa gera pertencimento e vínculo emocional.....	105
6.5	HIBRIDISMO E ENGAJAMENTO.....	107
6.5.1	Temas: o programa integra hard news e entretenimento.....	108
6.5.2	Curadoria: a seleção de temas acompanha o fluxo das redes.....	109
6.5.3	Conflito: a discordância também impulsiona relevância.....	111
7	CONSIDERAÇÕES FINAIS.....	115
	REFERÊNCIAS.....	119
	APÊNDICE A – ESTADO DA ARTE.....	126
	APÊNDICE B – AUTORIZAÇÃO DE USO DE ENTREVISTA.....	129

1 INTRODUÇÃO

Historicamente, o rádio destaca-se como um veículo de comunicação marcado pela construção de laços com sua audiência. Atualmente, mesmo em um ecossistema comunicacional caracterizado pela fragmentação da audiência, pela multiplicidade de dispositivos de acesso e pela sobrecarga informacional, o rádio se mantém relevante e atravessa um processo de ressignificação para preservar sua importância social.

Nesse contexto, Ferraretto (2014) destaca o caráter dinâmico, social e afetivo do rádio ao afirmar que o meio ocupa espaços de acolhimento e intimidade na vida cotidiana dos ouvintes, oferecendo companhia e pertencimento. Para o autor, o rádio está presente “onde se faz necessária uma canção para espairecer ou enlevar. E chega acolá, naquele cantinho humilde a carecer de uma palavra de apoio, de conforto ou, quem sabe, de indignação” (Ferraretto, 2014, p. 11).

Ao discutir os processos de convergência midiática, Jenkins (2022) sustenta que os veículos de comunicação tradicionais não desaparecem com o surgimento de novas tecnologias, mas passam por transformações em suas funções e formas de circulação. A televisão, por exemplo, não eliminou o rádio, assim como a internet não substituiu os veículos anteriores, mas redefiniu seus modos de produção, distribuição e consumo. Nesse sentido, “os velhos meios de comunicação não estão sendo substituídos. Mais propriamente suas funções e status estão sendo transformados pela introdução de novas tecnologias” (Jenkins, 2022, p. 44).

No caso do rádio, essas transformações tornam-se ainda mais evidentes diante da ampliação das possibilidades de circulação digital e da disputa por atenção em um ambiente marcado pela comunicação em rede e pela concorrência com diferentes formatos de entretenimento e informação. Conforme observa Meditsch (2007), o rádio passa a disputar espaço em um cenário comunicacional ampliado, no qual a lógica da comunicação de massa se reorganiza em meio às novas dinâmicas tecnológicas e culturais.

É nesse contexto que o programa *Timeline*, da Rádio Gaúcha, apresenta-se como um caso relevante de estudo. Lançado em 2014, em um período de intensas transformações do radiojornalismo contemporâneo, o *Timeline* ultrapassa os limites tradicionais do FM e AM ao articular diferentes plataformas de distribuição e interação. Além da transmissão radiofônica, está disponível em formato *podcast* no

Spotify, é transmitido ao vivo em vídeo no *YouTube* e no site da emissora, além de manter presença ativa em plataformas como *Instagram* e *TikTok*. Essa adaptação reforça a percepção de Pena (2005) acerca da necessidade de os veículos tradicionais reformularem suas estratégias de produção e circulação de conteúdo diante das novas dinâmicas midiáticas. Segundo o autor, os meios jornalísticos passam a disputar atenção não apenas entre si, mas com inúmeras formas de entretenimento e consumo digital, em uma verdadeira “Disneylândia de notícias” (Pena, 2005, p. 169).

Assim, as estratégias de linguagem, a presença digital e as interações desenvolvidas pelo *Timeline* possibilitam analisar como práticas de circulação multiplataforma e relacionamento com a audiência contribuem para a manutenção da relevância do rádio e do jornalismo na contemporaneidade.

Diante deste cenário, este trabalho analisa de que forma o programa *Timeline* utiliza diferentes plataformas para informar e, simultaneamente, criar vínculos afetivos e de pertencimento com sua audiência. A pesquisa delimita-se ao estudo do programa como um caso de jornalismo em convergência, destacando as estratégias adotadas para manter a fidelidade do público tradicional e conquistar novas audiências em um ambiente comunicacional cada vez mais fragmentado.

Neste contexto, a pesquisa é orientada pela seguinte questão: de que maneira o programa *Timeline*, da Rádio Gaúcha, se articula em diferentes plataformas de comunicação para consolidar sua audiência, fidelizar ouvintes e alcançar novos públicos intergeracionais?

Para responder a essa questão, o estudo parte do pressuposto de que, no contexto da convergência midiática, o vínculo com a audiência não se constrói apenas pela transmissão de conteúdo, mas pela articulação entre linguagem, presença multiplataforma e possibilidades de interação.

Como objetivo geral, este trabalho propõe analisar como o programa *Timeline*, da Rádio Gaúcha, articula estratégias multiplataforma, práticas discursivas e dinâmicas de interação para construir vínculo afetivo e engajamento com sua audiência no contexto da convergência midiática.

Para alcançar esse resultado, estabelecem-se como objetivos específicos: (1) Mapear as estratégias de presença e circulação do *Timeline* nas diferentes plataformas digitais, identificando formatos, linguagens e dinâmicas de adaptação de conteúdo; (2) Analisar como a linguagem, a performance dos apresentadores e a

estrutura narrativa do programa contribuem para a construção de vínculo afetivo com a audiência; e (3) Identificar e interpretar as formas de participação da audiência nas plataformas digitais, observando níveis de engajamento e evidências de audiência ativa.

Cientificamente, esta pesquisa justifica-se ainda pela incipiente articulação entre vínculo com a audiência e a plataformização do jornalismo, conforme evidenciado no Estado da Arte (Apêndice A), o que indica a necessidade de investigações que integrem essas dimensões de forma analítica.

Além disso, o estudo mostra-se relevante para compreender como o rádio permanece socialmente visível e competitivo em meio às transformações tecnológicas contemporâneas. Se, em seu surgimento, no final do século XIX, era compreendido predominantemente como uma tecnologia de transmissão, atualmente o meio passa a ser entendido também como linguagem, experiência e ecossistema comunicacional. Nesse novo cenário, o rádio deixa de ocupar apenas uma frequência específica para circular em múltiplos ambientes digitais, disputando atenção não apenas com outras emissoras, mas com diferentes conteúdos informacionais, de entretenimento e de nicho distribuídos online.

Esta pesquisa está dividida em sete capítulos, incluindo esta introdução. No segundo capítulo, discute-se a convergência midiática e o jornalismo multiplataforma, abordando conceitos como convergência, multimidialidade e plataformização, articulados ao contexto do rádio contemporâneo e ao programa *Timeline*. O terceiro capítulo apresenta as discussões acerca de vínculo, afetividade e linguagem no rádio, refletindo sobre o rádio como companhia, os processos de construção de pertencimento e as relações afetivas estabelecidas com a audiência. Na sequência, o quarto capítulo aborda as relações entre rádio, redes e audiência, discutindo conceitos como audiência potente, participação, *gatekeeping*, *gatewatching* e comunicação mediada pelo computador. O quinto capítulo apresenta os procedimentos metodológicos da pesquisa, detalhando as entrevistas semiestruturadas, a análise de conteúdo e a construção das categorias analíticas utilizadas no estudo. Já o sexto capítulo dedica-se à análise e discussão dos resultados, articulando os dados empíricos às categorias teóricas propostas, com foco nas estratégias multiplataforma, na linguagem, na performance dos apresentadores, nos vínculos afetivos e nas dinâmicas de engajamento observadas

no *Timeline*. Por fim, o sétimo capítulo reúne as considerações finais da pesquisa, retomando os principais achados, limitações e possibilidades para estudos futuros.

2 CONVERGÊNCIA MIDIÁTICA E JORNALISMO MULTIPLATAFORMA

Nas últimas décadas, o jornalismo passou por transformações profundas impulsionadas pela digitalização, pela expansão da conectividade e pela emergência de novas lógicas de produção e circulação da informação. Nesse cenário, compreender a convergência midiática torna-se fundamental para analisar como os meios tradicionais reconfiguram seus formatos, linguagens e rotinas diante da multiplicidade de plataformas e da crescente participação do público.

O rádio, um dos mais longevos meios de comunicação de massa, é um exemplo emblemático dessa capacidade de adaptação. Longe de ser suplantado por tecnologias mais recentes, ele se reinventou sucessivamente, afinal, modificou sua linguagem, absorveu novos dispositivos e integrou-se às práticas digitais. Sua transição do analógico ao digital e, posteriormente, ao multiplataforma ajuda a compreender a forma como continua relevante em um ambiente comunicacional saturado e altamente competitivo.

É nesse percurso histórico que se insere a análise do *Timeline*, da Rádio Gaúcha, um programa que já nasce inscrito na lógica da convergência, operando simultaneamente no rádio, no vídeo, nas redes sociais e em plataformas de *streaming*. Para compreender sua atuação contemporânea, porém, é necessário retomar brevemente os marcos de evolução do meio radiofônico.

A consolidação do rádio como meio de comunicação remonta ao início do século XX. Frank Conrad “inaugurou a primeira emissora profissional do mundo – a KDKA de Pittsburgh – no dia 2 de novembro de 1920. Três anos depois, já havia mais de quinhentas emissoras profissionais licenciadas nos Estados Unidos” (Meditsch, 2007, p. 34). Desde então, a história do rádio tem sido marcada por sucessivas transformações tecnológicas: a chegada da televisão em 1960, unindo voz, imagem e vídeo; a expansão do FM nos anos 1970; e, sobretudo, a disseminação da Internet a partir dos anos 1990. Esses marcos impulsionam o rádio à multimídia, definida como a combinação de dois ou mais tipos de linguagem em uma mesma mensagem: som, texto, imagem, vídeo, animações, música ou efeitos sonoros (Salaverría, 2014).

Mesmo após um século de existência, o rádio segue presente na vida das pessoas, adaptando-se continuamente para se manter relevante. Não por acaso, “o rádio tem exercido um papel de vanguarda em relação à segmentação de público,

no âmbito do jornalismo eletrônico” (Meditsch, 2007, p. 94). Nesse cenário, a convergência midiática torna-se eixo estruturante do trabalho jornalístico e das estratégias multiplataforma.

2.1 CONVERGÊNCIA MIDIÁTICA

A convergência emerge como consequência direta da evolução tecnológica e do avanço da Internet, que deslocam os conteúdos jornalísticos para múltiplos dispositivos, como celulares, tablets e computadores. Esse processo se intensifica na década de 1990, quando comunicação de massa, informática e telecomunicações começam a se articular. Para o rádio, isso significou a necessidade de se reinventar e reafirmar sua credibilidade (Meditsch, 2007).

A ideia de que “os velhos meios de comunicação nunca morrem nem desaparecem, necessariamente, [... pois] o que morre são apenas as ferramentas que usamos para acessar o seu conteúdo” (Jenkins, 2022, p. 43) sintetiza a lógica desse período. A Internet remodelou organizações jornalísticas, exigindo novas práticas produtivas e uma cultura profissional em transformação. “A implantação da convergência provoca uma série de mudanças nas práticas jornalísticas e, de certa forma, influencia também a cultura profissional” (Deuze, 2008 *apud* Aliaga; Avilés; Masip, 2010, p. 55, tradução própria)¹.

Diante desse cenário, “as transformações no ecossistema midiático obrigam os meios tradicionais a adaptar-se e renovar-se [...] se quiserem manter sua sobrevivência e rentabilidade” (Aliaga; Avilés; Masip, 2010, p. 42, tradução própria)². O jornalista deixa de atuar apenas como redator, locutor ou apresentador e passa a operar nos diversos meios. Como afirmam Anderson, Bell e Shirky (2013, p. 56), “instituições jornalísticas capazes de se adaptar seriam uma das mais valiosas fontes de crescimento e evolução no ecossistema jornalístico”.

Aliaga, Avilés e Masip (2010) sustentam que definir o termo convergência é uma tarefa complexa. Para os pesquisadores, as principais características da

¹ **Do original:** “La implantación de la convergencia provoca una serie de cambios en las prácticas periodísticas y, en cierto modo, incide en la cultura profesional” (Deuze, 2008 *apud* Aliaga; Avilés; Masip, 2010, p. 55).

² **Do original:** “Las transformaciones en el ecosistema mediático propician que los medios tradicionales tengan que adaptarse y renovarse ante la irrupción de los nuevos medios interactivos, si desean mantener su supervivencia y rentabilidad” (Aliaga; Avilés; Masip, 2010, p. 42).

convergência dificultam uma conceitualização consensual do termo. Para isso, dividem o conceito em cinco dimensões: (1) Polissemia: múltiplos sentidos possíveis para o conceito; (2) Polimorfismo: ausência de um modelo único de convergência, e sim uma forma distinta em cada ambiente de trabalho; (3) Complexidade: transformação contínua de tecnologias e perfis profissionais; (4) Instabilidade: definição em constante evolução; (5) Proximidade: dificuldade de análise devido à amplitude do fenômeno.

Os autores categorizam, ainda, o termo em três princípios para definir o conceito de convergência. São elas: (1) convergência como produto: a união de diferentes tecnologias e linguagens; (2) convergência como sistema: antes era somente ligada a tecnologias e linguagens, também um fenômeno social, conectado igualmente às estruturas das empresas, nas práticas de jornalismo, tanto na produção de conteúdo como na relação de veículo com o consumidor; e (3) convergência como processo, entendida como um processo gradual e contínuo, no qual o meio e as empresas evoluem aos poucos e de maneiras distintas em cada cenário. Com relação à convergência como produto, o *Timeline* projeta conteúdos originalmente radiofônicos para diversas plataformas: *Instagram*, *Facebook*, *X*, *YouTube*, *TikTok*, *Spotify*, *WhatsApp* e site. Nesse movimento, o áudio transforma-se em vídeos curtos, conteúdos visuais, cortes para redes sociais e formatos específicos para cada ambiente digital. “Ao expandir-se, o rádio ganha novas características, acessa novos perfis de ouvintes e se relaciona a novas modalidades produtivas e distributivas” (Maia, 2021, p. 24). Além disso, a transmissão diária ao vivo é simultaneamente exibida no *YouTube*, permitindo que espectadores acompanhem expressões, gestos e interações. “Em suma, o vídeo converteu-se num ingrediente de enorme importância para a narrativa multimídia” (Salaverría, 2014, p. 36).

No âmbito da convergência como sistema, vale destacar que o *Timeline* vai ao ar de segunda a sexta-feira, das 10h às 11h, nas bandas AM e FM³, mas, desde sua criação, em 2014, já nasce inserido na lógica da convergência midiática. A estrutura organizacional do Grupo RBS também se reconfigura: “as equipes de reportagens também passaram a produzir conteúdos, de forma indistinta, em texto,

³ Embora o programa tenha ocupado historicamente as duas faixas, a operação da Gaúcha no dial AM foi descontinuada em 2021. Segundo Ferraretto (2021), esse movimento insere-se no contexto da “agonia do rádio em AM” no Rio Grande do Sul, em que emissoras tradicionais desligaram seus sinais analógicos para focar investimentos no dial FM e na expansão de canais digitais e aplicativos

áudio e imagens [...] Isso provocou uma alteração significativa na rotina dos comunicadores” (Baini, 2021, p. 104).

O programa aposta no *infotenimento*, conceito que, a partir de Dejavite (2006), surgiu durante a década de 1980, intensificando-se no final dos anos 1990, “como sinônimo daquele jornalismo que traz informação, prestação de serviço e ao mesmo tempo oferece divertimento ao receptor” (Dejavite, 2006, p. 71). O infotenimento dentro do *Timeline* facilita o diálogo com múltiplos públicos. “O entretenimento [...] apresenta-se como um dos valores principais da sociedade da informação” (Dejavite, 2008, p. 41). De modo a equilibrar leveza e informação, sem perder relevância jornalística: “seu objetivo é proporcionar uma válvula de distração [...], ora ajudando-as a uma ruptura com a vida real [...] ora promovendo a formação intelectual” (*Ibid.*). Nesse contexto, o infotainment opera também como estratégia de mercado: “o fenômeno do infotainment insere-se no mercado como uma estratégia para aumentar o faturamento das empresas” (Baini, 2021, p. 16).

Empiricamente, o que se observa é que o programa é desenhado para ampliar a participação do público: “O *Timeline* Gaúcha foi criado com a proposta de acentuar essa participação dos ouvintes [...] dando espaço aos assuntos mais comentados nas redes sociais” (Baini, 2021, p. 13).

Já no âmbito da convergência como processo, pode-se observá-la a partir do modo de se entrevistar no *Timeline*. As conversas evitam rigidez formal, adotando linguagem coloquial e espontânea. “A utilização do *infotainment* pelo programa *Timeline* marca um novo momento [...], acelerando a desconstrução do perfil sóbrio” (Baini, 2021, p. 205). Segundo o jornalista Tiago Boff, produtor da atração entre os anos de 2014 e 2018, o objetivo é “quebrar o gelo”: “até porque, na descontração, eles falam muitas coisas que não falaria se fosse uma entrevista mais séria [...]” (*Ibid.*, p. 121).

Esse estilo contribui para ampliar públicos e fortalecer vínculos com a audiência, uma característica essencial à sobrevivência do rádio, como observam Ferraretto e Kischinhevsky (2010, p. 2), num ecossistema em que cada conteúdo concorre com todos os demais:

Cada conteúdo concorre com todos os outros, independentemente de ter finalidade massiva – a irradiação de uma emissora comercial nos mais diversos suportes (ondas médias e curtas, frequência modulada, via internet ou em um canal de áudio na TV paga) ou não –, uma web rádio hipersegmentada ou um programa em *podcasting*.

O programa incorpora ainda informalidades próprias da oralidade cotidiana, inclusive palavrões, como em uma edição do programa: “Quando eu falo palavrão, fica feio, mas o Potter falaria: um cagaço!” (Kelly Matos, Rádio Gaúcha, 2025). Esse traço reforça a figura do âncora como personalidade editorial: “deixa de ser apenas uma voz a fazer perguntas, tornando-se alguém a conduzir [...] o programa” (Ferraretto, 2007, p. 126).

O rádio expande-se, assim, para além das ondas hertzianas: televisão, internet, celular e redes sociais. “Concebe-se que o ouvinte radiofônico se encontra em multi-contextos” (Maia, 2021, p. 25). Como afirma Meditsch (2007), sua existência se define pelo fluxo sonoro e pelas relações socioculturais que dele emergem:

A existência de uma emissora de rádio em particular, e do rádio em geral como instituição, não pode mais ser atrelada à natureza dos equipamentos de transmissão e recepção utilizados para lhe dar vida, mas sim à especificidade do fluxo sonoro que proporciona e às relações socioculturais que a partir dele se estabelecem (Meditsch, 2007, p. 204).

2.2 MULTIMIDIALIDADE

Salaverría (2014, p. 30) define multimidialidade a partir da combinação de pelo menos dois tipos de linguagem “em apenas uma mensagem, [...assim,] qualquer mensagem que não seja monomédia é multimédia”. A multimidialidade, de acordo com o autor, não é um conceito atual, já que “todos os conteúdos que contam com pelo menos dois tipos de linguagem” (*Ibid.*). Portanto, Salaverría (2014, p. 30) destaca a existência deste conceito presente nos meios jornalísticos há cerca de dois séculos:

No século XIX, os diários e as revistas eram essencialmente meios monomédia, pois recorriam apenas à linguagem textual. Porém, rapidamente essas publicações passaram a incorporar recursos cartográficos, desenhos e sobretudo fotografias convertendo-se, por conseguinte, em meios bimédia. Podemos dizer que estes meios inauguraram a ampla lista de meios jornalísticos multimédia que chegou até aos nossos dias.

No âmbito do rádio, Salaverría (2014, p. 31) destaca que o rádio não evoluiu ao meio da multimidialidade “contrário do cinema e da imprensa”. Isso denota que,

desde que suas primeiras transmissões começaram a ser transmitidas, “a rádio tem sido um meio essencialmente monomédia: a sua única linguagem foi – e, em grande medida, continua a ser – o som” (*Ibid.*). Ainda assim, o autor pondera que é possível concluir que o rádio tem suas próprias características de formação: a linguagem sonora. Por conseguinte, define o rádio como um meio multisonoro: “podemos concluir que não é um meio multimédia, mas sim multisonoro. Neste caso, o conteúdo resulta quase sempre de uma combinação de recursos sonoros” (Salaverría, 2014, p. 31).

Porém, o conceito de *rádio expandido* (Kischinhevsky, 2016, p. 4) surge justamente pelo fato que o rádio “extrapola as transmissões em ondas hertzianas, transborda para as mídias sociais, o celular, a TV por assinatura, sites de jornais, portais de música” (*Ibid.*).

Baini (2021, p. 69) destaca que:

Nessa nova perspectiva, a escuta radiofônica também ocorre em ‘múltiplas plataformas’ [...] é possível ouvir rádio em frequência modulada (FM), ondas médias (AM), curtas e tropicais, em telefones celulares, tocadores multimídia, computadores, notebooks ou tablets.

Assim, no *Timeline*, embora criado para o rádio, não se limita somente ao áudio. É transmitido simultaneamente em *live* no *YouTube*, onde os jornalistas aparecem também em imagem. Tal combinação, que Salaverría (2014) define como *multimedialidade*. Ou seja, por meio da combinação de pelo menos dois tipos de linguagem (texto, som, imagem, vídeo, etc.), é possível inferir que o *Timeline* constitui-se como um produto multimídia, no qual o programa deixa de ser apenas sonoro para integrar a narrativa multiplataforma.

2.3 A PLATAFORMIZAÇÃO NO *TIMELINE*

A plataformação, entendida nesta pesquisa como um processo no qual “há uma adaptação da lógica de produção jornalística às lógicas de funcionamento das plataformas” (Kalsing, 2021, p. 3), torna-se elemento central na reconfiguração do jornalismo digital, marcada pela ascensão do capitalismo de dados. Ainda, plataformas podem ser compreendidas como infraestruturas digitais baseadas em dados, organizadas por algoritmos e governadas por relações de propriedade, com normas e valores inscritos em suas arquiteturas (Poell; Nieborg; Dijck, 2020).

Assim, empresas jornalísticas se veem obrigadas a migrar produtos para ambientes digitais, condição determinante para sobrevivência:

O jornalismo e o trabalho do jornalista também se tornam plataformizados com a crescente dependência de infraestruturas digitais e suas empresas [...tornando possível que] a atividade jornalística e o trabalho, de maneira geral, consiga ser desenvolvido (Kalsing, 2021, p. 15).

No caso do *Timeline*, a plataformização se expressa na produção constante de cortes para *TikTok*, *Instagram*, *Shorts*, *YouTube* no formato *podcast* distribuído em *Spotify*, *Apple Podcasts* e *Deezer*, na criação de *thumbnails*⁴ e no acompanhamento de métricas e algoritmos. Nesse ecossistema, plataformas como *Google* e *Facebook* assumem o papel de *gatekeepers*:

As plataformas tecnológicas se tornaram editoras em um curto espaço de tempo, deixando as organizações de notícias confusas sobre seu próprio futuro. Se a velocidade da convergência continuar, é provável que mais organizações de notícias deixem de publicar — distribuir, hospedar e monetizar — como atividade principal (Bell; Owen, 2017, p. 9, tradução própria)⁵.

Consequentemente, “não existe trabalho jornalístico fora das relações com as *Big Tech*, o que afeta desde os modelos de negócios até as narrativas e os modos de consumir jornalismo” (Kalsing, 2021, p. 15).

Além disso, plataformas operam com instrumentos de governança (interfaces, algoritmos, políticas) que, frequentemente, colidem com práticas e regulações locais:

Muitas vezes há confrontos com regras, normas e estruturas regulatórias locais. Ao mesmo tempo, deve-se observar que todos esses instrumentos de governança foram desenvolvidos e constantemente ajustados em resposta às práticas de usuários finais e complementadores (Poell; Nieborg; Dijck, 2020, p. 8).

O programa conta com Kelly Matos (jornalista e âncora, integrante desde a formação original), Gabriel Wainer (jornalista e colunista de GZH, atua como

⁴ *Thumbnails* são imagens usadas como prévia visual de um conteúdo, como vídeos e artigos. São importantes para chamar a atenção dos usuários e ajudar na escolha do que consumir, como uma vitrine de conteúdo.

⁵ **Do original:** “Technology platforms have become publishers in a short space of time, leaving news organizations confused about their own future. If the speed of convergence continues, more news organizations are likely to cease publishing — distributing, hosting, and monetizing — as a core activity” (Bell; Owen, 2017, p. 9).

comentarista) e Paulo Germano (jornalista e comunicador multimídia do Grupo RBS, integra como apresentador), cujos perfis distintos intensificam o debate e permitem explorar temas diversos: comportamento, cultura, política, cotidiano, humor e tendências das redes sociais. Muitas pautas, especialmente as consideradas quentes⁶, nascem justamente do monitoramento de temas em alta no *TikTok*, *Instagram*, *Facebook* e *trending topics* do X.

A cobertura também se expande territorialmente: Kelly Matos nos EUA para o Oscar⁷ e Kelly Matos e Gabriel Wainer em Brasília durante o julgamento de Bolsonaro, em 2025. Esse envolvimento amplia o caráter multiplataforma do produto e reforça sua relevância pública.

Como afirma Salaverría (2015, p. 83):

Ainda que todo jornalismo compartilhe um substrato comum, cada meio conta com seus próprios códigos. [...] As redes digitais trouxeram à luz um jornalismo com fundamentos e gêneros específicos. Hoje, sem dúvida, as formidáveis possibilidades expressivas no território hipertextual, interativo e multimídia continuam, em boa parte, inexploradas.

No ambiente contemporâneo, a audiência exige voz ativa. *Lives*, comentários, perguntas enviadas por *WhatsApp* e engajamento em *podcasts* tornam-se indissociáveis das rotinas. “O contacto, a participação e o conteúdo que os utilizadores partilham, contribuem para definir as formas que o jornalismo atual adota” (Rost, 2014, p. 53).

O público, “que ganhou o poder com as novas tecnologias vem ocupando um espaço de interseção entre os velhos e os novos meios de comunicação” (Jenkins, 2022, p. 55), se reconhece como parte do processo: “está exigindo o direito de participar intimamente da cultura” (*Ibid.*). A convergência, portanto, transforma as relações entre tecnologias, mercados e públicos: “A convergência altera a lógica pela qual os consumidores processam a notícia e o entretenimento” (*Ibid.*, p. 43).

Para Jenkins (2022), a distinção entre “fiéis” e “zapeadores” explica essa dinâmica: o público fiel volta, revisita, comenta, circula conteúdos, enquanto o

⁶ O conceito de “pautas quentes” no *Timeline* refere-se aos assuntos que estão em destaque nas redes sociais, compondo a timeline dos usuários - assuntos em alta nos *trending topics* do X e polêmicas, por exemplo.

⁷ O *Timeline* realizou a cobertura do Oscar, no qual o filme *Ainda Estou Aqui*, dirigido por Walter Salles e estrelado por Fernanda Torres e Fernanda Montenegro, venceu o prêmio de Melhor Filme Internacional.

zapeador consome ocasionalmente. É o público fiel que sustenta produtos multiplataforma: “Fiéis assistem a séries; zapeadores assistem à televisão [...] Fiéis assumem compromissos de longo prazo” (Jenkins, 2022, p. 113).

Essa lógica também explica por que um veículo que oferece abordagem diferenciada sobre um tema tende a atrair migrações de audiência. O *Timeline* aposta justamente na diferenciação narrativa. Como sintetizam Kovach e Rosenstiel (2003, p. 226), “a tarefa do jornalista é encontrar formas de transformar o significativo em interessante [...] e encontrar a mistura exata do sério e do menos sério que oferece um relato do dia”.

Com base nos autores discutidos, torna-se evidente que a atuação do *Timeline* só pode ser compreendida a partir da articulação entre três conceitos-chave: convergência midiática, multimídia e plataforma. Para tornar essa articulação mais clara, o quadro a seguir sistematiza esses conceitos e indica de que maneira cada um deles se manifesta no programa:

Quadro 1 – Conceitos-chave convergência midiática, multimídia e plataforma.

Conceito	Definição central	Aplicação ao objeto de estudo
Convergência Midiática	Será entendida como os conteúdos jornalísticos estão sendo produzidos para diversas plataformas de mídias. A convergência será analisada como produto, sistema e processo (Aliaga; Avilés; Masip, 2010), de modo que o termo remodela as relações com o público, reestrutura as organizações e modifica os gêneros jornalísticos existentes (Maia, 2021; Meditsch, 2007; Jenkins, 2022).	No programa, a convergência é fundamental para que exista visibilidade, alcance novos públicos e construa receita para a organização.
Multimídia	Será compreendida como as diversas possibilidades de produção do jornalismo para as mídias digitais. Combina pelo menos dois tipos de linguagem em uma mensagem, e mais de um elemento como: texto, som, imagens, fotos, vídeos, animação digital, discurso oral, música, efeitos sonoros ou até mesmo vibração (Salaverría, 2014; Kischinhevsky, 2016).	Onde a convergência se manifesta na multimídia, de modo que o <i>Timeline</i> ajusta seus produtos para as redes sociais, como vídeos curtos, cortes do ao vivo ou produzindo conteúdos específicos para as plataformas e para cada rede social.
Plataformização do Jornalismo	Será estudada como as plataformas remodelaram as estruturas jornalísticas, a partir dos algoritmos e das <i>Big Techs</i> , exigindo que as organizações jornalísticas se adaptem para continuar existindo (Kalsing, 2021; Poell; Nieborg; Djick,	No programa <i>Timeline</i> , as plataformas são fundamentais na escolha de notícias, influenciando o que será pautado no programa. Além disso, elas controlam a distribuição dos conteúdos,

	2020).	tornando o programa dependente das plataformas.
--	--------	---

Fonte: Elaborado pela própria autora (2026).

Com base nesse referencial, que já se conecta ao objeto, evidencia-se a relação intrínseca entre esses três conceitos que atravessam sua forma de produzir e distribuir conteúdos, remodelam rotinas profissionais e definem estratégias para ampliar visibilidade, engajamento e vínculo com a audiência.

Observa-se, também, que a escolha das pautas é profundamente influenciada pelas plataformas e algoritmos, que determinam quais temas estão em alta e possuem maior potencial de circulação. Assim, o *Timeline* se estabelece como um produto híbrido, ou seja, radiofônico, digital e comunitário, que depende da convergência e da plataformização para existir, competir e se manter relevante no ecossistema informacional contemporâneo. Nesse sentido, se esses elementos explicam como o rádio expande seus formatos e reorganiza suas rotinas, é no vínculo, na afetividade e na linguagem que se encontra por que ele permanece significativo para o público. Esses elementos serão aprofundados no capítulo seguinte.

3 VÍNCULO, AFETIVIDADE E LINGUAGEM NO RÁDIO

O rádio, desde suas primeiras décadas, estabeleceu-se como um meio capaz de criar laços singulares com seus ouvintes. A escuta cotidiana, a presença da voz e a sensação de companhia configuram uma experiência comunicacional marcada pela proximidade e pela continuidade, que atravessa gerações e resiste às inovações tecnológicas. No contexto contemporâneo, atravessado pela convergência midiática e pela plataformização, esses elementos não desaparecem, e sim, são reconfigurados e ampliados. No *Timeline*, observa-se, empiricamente, que essas dimensões tornam-se estruturantes: o programa combina informação, espontaneidade, humor e intimidade para, aparentemente, construir relações afetivas com sua audiência e consolidar um estilo de comunicação baseado na conversa e na presença. Assim, antes de abordar os elementos específicos que constituem esse processo, é necessário compreender de que maneira o vínculo entre rádio e ouvinte se conforma historicamente e como ele se atualiza na lógica multiplataforma.

3.1 VÍNCULO

Onde o rádio se encontra na vida das pessoas? Talvez, em uma prateleira na sala de estar, sobre a geladeira da cozinha ou ao lado da cama. Em algum lugar, o rádio estará. O poder da voz, que acompanha o ouvinte em suas tarefas diárias, permanece significativo mesmo diante das transformações tecnológicas. Nesta seção, será discutido vínculo, afetividade e linguagem no jornalismo de rádio para, posteriormente, compreender como isso se dá no programa *Timeline*.

A mensagem radiofônica acompanha o ouvinte, chegando a ele no radiorelógio, que o desperta; no radinho de pilha, enquanto toma banho; no celular, durante o deslocamento por ônibus ou por lotação; no autorrádio do carro, em meio às agruras do trânsito das grandes cidades; via internet, na escuta simultânea ao trabalho; e de dezenas de outras formas. Todas conectando o público ao mundo simultaneamente às atividades do cotidiano (Ferraretto, 2014, p. 23).

Essa presença cotidiana é confirmada por dados recentes. Em relatório da Kantar IBOPE Media de 2024, o rádio aparece como o principal meio de áudio no Brasil, alcançando 79% da população e registrando, em média, 3 horas e 55 minutos

de consumo diário (SindiRádio, 2024). A pesquisa também evidencia o crescimento do digital: “O rádio combina a força do tradicional com a conveniência do digital [...] permitindo o acesso a qualquer hora e lugar” (SindiRádio, 2024). Isso demonstra que o rádio continua sendo um produto jornalístico relevante e capaz de gerar receita de forma consistente.

Embora seja mercadoria, um produto fruto de trabalho e dotado de valor econômico, sua experiência não é vivida como tal: “o ouvinte se liga a ele, mais do que simplesmente o recebe” (Wilby; Conroy, 1994, p. 36).

Nesta pesquisa, o vínculo afetivo no *Timeline* será analisado em três dimensões complementares: (1) o rádio como companhia; (2) a afetividade em rede; e (3) a materialização do vínculo.

3.2 O RÁDIO COMO COMPANHIA

Para compreender o rádio como companhia, é preciso retomar Meditsch (2007, p. 258), que explica o vínculo radiofônico como constitutivo da experiência humana:

O som nos toca à distância e nos envolve. A característica espacial da propagação sonora gera uma reação específica do organismo na sua percepção: provoca uma espécie de intimidade corporal (De Smedt, 1992:24). A sensação de proximidade que concorre para o efeito de realidade do rádio está ligada a esta característica objetiva do som. Enquanto a visão, de certa forma, provoca uma oposição entre o organismo e o ambiente – o sujeito está em face de alguma coisa que vê, enquanto não vê a si próprio – a audição, pelo contrário, provoca uma integração entre a percepção do ambiente e a auto-percepção – ouve-se a si próprio e ao entorno, num único cenário auditivo. A audição é mais interativa, por não isolar, espacialmente, o sujeito do objeto da percepção. Percebemos o visto como algo externo ao corpo, enquanto o que ouvimos ressoa dentro de nós.

A audição, “primeira forma de contato do ser humano com o mundo exterior” (Meditsch, 2007, p. 258), fundamenta a construção biológica e social do vínculo radiofônico: “A voz que comunica no rádio constrói vínculo afetivo [...] desde a relação embrionária entre mãe e filho e perpassa toda a formação sociocultural do sujeito” (Maia, 2021, p. 20).

Nesse sentido, o vínculo entre rádio e audiência não se estabelece apenas por aspectos sensoriais, mas também por critérios jornalísticos que orientam a seleção e a abordagem das notícias. Entre eles, destaca-se o valor-notícia da

proximidade, apontado por Traquina (2020), que privilegia acontecimentos geográfica e culturalmente próximos do público.

Ferraretto (2014), por sua vez, reforça que o ouvinte busca informações sobre o mundo sem perder de vista o que está ao seu redor, o que contribui para fortalecer o sentimento de pertencimento e identidade com o meio. Nesse contexto, o *Timeline* reforça esse vínculo ao mobilizar expressões regionais, sotaques e referências locais, produzindo identificação com a audiência.

A convergência midiática amplia essa relação para além do ao vivo: *lives*, comentários, *WhatsApp*, *YouTube* e bastidores transformam o rádio em presença contínua. O humor e o infotimento dialogam com essa lógica. E é a proximidade que ultrapassa o horário do ao vivo e se expande para as redes sociais, onde o público pode interagir, comentar e acompanhar os bastidores. A partir da convergência midiática, o rádio se expande e o vínculo que já existia antes das plataformas se consolida ainda mais.

Assim, a construção do vínculo entre rádio e ouvinte se constrói a partir das plataformas e da dimensão local e afetiva, que garantem que o público permaneça sentindo-se parte daquele meio. Tanto por reconhecer o local que falam e por compreender as gírias e expressões dos apresentadores, quanto por se preocupar com o mundo em sua volta, atualizando-se sobre o que está acontecendo no contexto que se está inserido.

O público quer a notícia que chega do mundo, mas sem deixar de lado os acontecimentos, as opiniões e os serviços do seu entorno. No das voltadas ao entretenimento, o ouvinte necessita de um comunicador que fale a língua da sua região, com expressões, inflexão e sotaque próprios, mesmo preponderando, no conteúdo, uma música mais globalizada – por exemplo, em uma rádio jovem – ou informações de lazer geradas em outros estados – como as sobre atores e atrizes de novelas ou cantores e cantoras de apelo fácil, comuns no rádio de teor mais popular (Ferraretto, 2014, p. 25).

Atualmente, o rádio migra e compete com tantos outros meios que a sua base é a afetividade e o vínculo. Por isso, se faz tão necessário informar, entreter e noticiar o que o público quer ouvir, com uma forma de comunicar que o ouvinte entenda sem excessivo rebuscamento. O ouvinte sente-se mobilizado a partir do humor e da proximidade, e escolhe permanecer e ouvir aquele programa. Essa mistura de informação com descontração se aproxima do conceito de *infotimento*, no qual a informação é apurada e apresentada com uma narrativa leve e envolvente,

ampliando o interesse e a vontade do público de continuar consumindo. "Aquele que, seja no velho aparelhinho transistorizado, na internet ou no celular, acompanha o ouvinte, fornece-lhe informação, proporciona entretenimento, conversa" (Ferraretto, 2014, p. 12).

O casamento dos três apresentadores faz com que o programa tenha esse infotainment, essa alma de dar a notícia de uma forma não tão pesada, não tão chata, mesmo as notícias mais pesadas. Quando a gente fala de um pai que perdeu um filho, muitas vezes a gente humaniza isso, tentando ouvir o pai, tentando ouvir alguém próximo, enquanto os outros programas da rádio vão fazer o factual, ouvir a polícia. O *Timeline* tenta humanizar um pouco mais (Baini, 2021, p. 173).

Amaral (2008, p. 74), por sua vez, pontua os limites entre a informação e o entretenimento:

Aliás, historicamente, a imprensa popular silencia sobre determinados temas ou abordagens e interdita certas posições de sujeitos. Muitas vezes, percebe-se um pseudojornalismo que pode até escolher legitimamente algumas pautas e linguagens de acordo com seu público, mas desloca o jornalismo de seu lugar abolindo o contexto dos fatos e dando ênfase a aspectos supostamente mais 'digeríveis', do campo do entretenimento.

Diante desse cenário, o vínculo radiofônico pode ser compreendido como um fenômeno que articula dimensões sensoriais, culturais e editoriais. Ele não se estabelece apenas pela presença da voz ou pela escuta cotidiana, mas também pela capacidade do meio de selecionar, narrar e apresentar conteúdos que dialoguem com a realidade do ouvinte. No caso do *Timeline*, esse vínculo se fortalece na combinação entre proximidade, linguagem acessível e estratégias de interação, que posicionam o programa como uma presença constante na rotina da audiência.

Nesse contexto, compreender o rádio como companhia torna-se fundamental para aprofundar essa relação, uma vez que é nessa dimensão cotidiana e contínua que o vínculo se consolida de forma mais intensa.

3.3 A AFETIVIDADE EM REDE E A MATERIALIZAÇÃO DO VÍNCULO

No contexto contemporâneo, marcado pela convergência midiática e pela expansão das plataformas digitais, o público deixa de ocupar uma posição passiva e passa a demandar participação ativa nos processos comunicacionais. Ou seja, o

público deseja participar, não apenas escutar. Como afirma Pena (2005, p. 50), não se trata mais apenas de observar, mas de integrar-se às dinâmicas midiáticas. Nesse cenário, os meios de comunicação são tensionados a estar presentes onde o público está, adaptando suas linguagens e formatos às novas condições de circulação da informação.

Essa transformação impacta diretamente o rádio, que, longe de desaparecer, se reconfigura. “O rádio sempre vai existir – até que provem o contrário –, mas em outro formato. Já estamos sob o impacto das mudanças proporcionadas pela Internet” (Jung, 2004, p. 67). Como aponta Ferraretto (2007), o meio mantém sua relevância ao incorporar novas formas de distribuição e interação, inserindo-se em um ecossistema digital mais amplo e dinâmico.

Nesse ambiente, ganha centralidade o conceito de *públicos afetivos*⁸ (Papacharissi, 2015), que compreende como as audiências se articulam por meio de expressões de sentimento. Razão e emoção coexistem e moldam a interpretação coletiva de acontecimentos. Porém, a autora pontua que ambos, razão e emoção, devem co-existir, e não serem relações opostas. Ainda de acordo com Papacharissi (2015, p. 4, tradução própria)⁹, “a sintonização afetiva possibilitada pelas transmissões de rádio ofereceu uma forma para que diferentes públicos se conectassem e se alinhassem emocionalmente ao movimento”.

As novas mídias seguem, ampliam e remediam essa tradição de contar histórias. Elas permitem a construção de sentido sobre situações que desconhecemos ao evocar reações afetivas. Sintonizar-se afetivamente não significa que essas reações sejam estritamente emocionais; elas também podem ser racionais. Mas significa que somos levados a interpretar situações como aqueles que as vivenciam diretamente, mesmo que, na maioria dos casos, não sejamos capazes de pensar como elas (Papacharissi, 2015, p. 4, tradução própria)¹⁰.

⁸ **Do original:** Affective Publics (Papacharissi, 2015).

⁹ **Do original:** “The affective attunement enabled through the radio broadcasts presented a way for diverse publics to tune in and emotionally align with the movement” (Papacharissi, 2015, p. 4).

¹⁰ **Do original:** “Newer media follow, amplify, and remediate that tradition of storytelling. They permit meaning-making of situations unknown to us by evoking affective reactions. Tuning in affectively does not mean that reactions are strictly emotional; they may also be rational. But it does mean that we are prompted to interpret situations by feeling like those directly experiencing them, even though, in most cases, we are not able to think like them” (Papacharissi, 2015, p. 4).

Atualmente, diz Papacharissi (2015), o público pode e deseja sentir-se parte de algo no mundo, criando, assim, uma sensibilidade em assuntos que permeiam seu dia a dia, mas que não os afetam diretamente.

Essa perspectiva dialoga com a Teoria dos Usos e Gratificações (Katz; Blumler; Gurevitch, 1973), que entende o público como ativo na escolha dos conteúdos que consome, motivado por necessidades como diversão, companhia, identidade pessoal e vigilância informacional (Hajdarmataj; Paksoy, 2022).

A escolha do que consumir é baseada nas necessidades de cada indivíduo. Nela, entende-se que os indivíduos consomem os produtos das mídias para aliviar tensões e conflitos, encontrando assim momentos de lazer, percebendo o meio como um companheiro, conseqüentemente, para se atualizar de situações e problemas sociais, contribuindo também para reforçar valores e identidade pessoal.

Essas necessidades podem ser classificadas em quatro categorias: diversão (escapar dos problemas do dia a dia), relacionamentos pessoais (usar a mídia como companhia), identidade pessoal (reforçar valores) e vigilância (informações que ajudam o indivíduo a realizar algo) (Hajdarmataj; Paksoy, 2022, p. 25-26, tradução própria)¹¹.

Além disso, como destacam Shoemaker e Reese (1991), os indivíduos tendem a interpretar conteúdos a partir de referenciais compartilhados em seus grupos sociais, o que reforça processos de identificação coletiva. Assim, o vínculo com os meios de comunicação não se constrói de forma isolada, mas em rede, mediado por experiências comuns, valores e linguagens compartilhadas. Compreende-se, então, que as relações comunicacionais são por processos coletivos de identificação e pertencimento. Isso explica como determinados conteúdos são interpretados e consumidos.

No ambiente digital, essa relação torna-se visível e mensurável. Aquilo que antes se configurava como uma “conversa imaginária” entre comunicador e audiência passa a se materializar em interações concretas, como curtidas, comentários, compartilhamentos e mensagens diretas. Conforme observa Baini (2021, p. 17), as plataformas digitais ampliam as possibilidades de participação do

¹¹ **Do original:** “Those needs could be classified into four categories: diversion (escape from daily problems), personal relationships (using media for companionship), personal identity (reinforcing values), and surveillance (information that helps an individual accomplish something)” (Hajdarmataj; Paksoy, 2022, p. 25-26).

público, permitindo que ele intervenha, responda e contribua ativamente para o fluxo comunicacional.

A utilização da internet em smartphones e o crescimento do uso das mídias sociais, por exemplo, proporcionam um novo ambiente midiático, em que o ouvinte pode se mostrar muito mais participativo. É o processo de convergência que propicia a aproximação do público ao programa, já que pode opinar e conversar com os apresentadores, mandando fotos, vídeos, arquivos e mensagens de texto via *WhatsApp*, *Facebook*, *Twitter*, *Instagram*. Essas possibilidades tecnológicas estimulam uma espécie de “conversa imaginária” entre comunicador e ouvinte, promovendo a interatividade e a valorização do público (Baini, 2021, p. 17).

Dessa forma, a afetividade em rede não apenas intensifica o vínculo entre a mídia e a audiência, mas também o torna visível e analisável, convertendo interações em indicadores concretos de engajamento e pertencimento. No caso do *Timeline*, essas dinâmicas se manifestam na participação constante do público por meio das redes sociais, no envio de mensagens e na circulação dos conteúdos em diferentes plataformas, consolidando o programa como um espaço de diálogo contínuo com sua audiência.

Nesse contexto, o público deixa de ocupar uma posição meramente receptora e passa a atuar como agente ativo na construção, circulação e ressignificação dos conteúdos jornalísticos. É a partir dessa transformação que se torna possível compreender o papel da audiência como elemento estruturante do ecossistema midiático contemporâneo, perspectiva que será aprofundada no capítulo seguinte, ao discutir os conceitos de audiência potente e as novas formas de mediação no jornalismo em rede.

4 RÁDIO, REDES E AUDIÊNCIA

As práticas jornalísticas contemporâneas se desenvolvem em um ambiente marcado pela convergência midiática, pela circulação distribuída da informação e pela crescente centralidade das plataformas digitais. Nesse ecossistema, a relação entre jornalistas e audiência se transforma profundamente: o público deixa de ser um ator periférico e assume papel estruturante na construção dos acontecimentos e na definição do que se torna notícia. Essa reconfiguração desafia concepções clássicas do jornalismo, como *gatekeeping* e *agenda-setting*, e exige novas abordagens para compreender os processos de curadoria, mediação e participação. Assim, este capítulo apresenta os principais referenciais teóricos que permitem analisar essas mudanças e compreender a atuação do *Timeline* dentro desse cenário.

4.1 PARTICIPAÇÃO E AUDIÊNCIA POTENTE

A internet redefiniu a forma como as notícias chegam ao público e como este se relaciona com as mídias. A abundância de informações cria um ambiente hiperconectado, em que os indivíduos oscilam entre seleção criteriosa e consumo superficial. Nesse processo, atores globais, como corporações, governos e plataformas, passam a exercer forte influência no fluxo informacional:

Não há, pelo menos presentemente, qualquer barreira que impeça a chegada do globalismo com seu conteúdo político e social. Essas megaempresas e os organismos mundiais econômicos e políticos são as novas estruturas de poder. Desse conjunto fazem parte as empresas de comunicação. Hoje elas vivem um processo de fusão da mesma forma que outros setores da economia e se constituem em gigantes que controlam a veiculação de notícias e a distribuição do entretenimento (Meditsch, 2007, p. 16).

No rádio, essa dinâmica apresenta-se de forma distinta, visto que o áudio permanece contínuo e não exige que o ouvinte interrompa uma tarefa para consumi-lo. Ainda assim, o meio, como qualquer outro veículo, existe em um vasto ambiente informacional e na lógica da plataformação.

O rádio caiu na rede mundial de computadores, definitivamente, e de lá não sai mais. Não vai sumir, como muitos imaginavam. Vai evoluir. Nesse

momento, é o veículo que mais se beneficiou da internet. Aumentou o alcance e proporciona facilidade, à medida que o som 'baixa' com maior rapidez se comparado a imagem, além de não exigir atenção do internauta que, enquanto houve o programa, pode continuar navegando (Jung, 2004, p. 66).

O *Timeline* depende exponencialmente da tecnologia e sem ela perde a relação mais importante do meio: o vínculo. A interatividade, de acordo com Jenkins (2022, p. 191), “refere-se ao modo como as novas tecnologias foram planejadas para responder ao *feedback* do consumidor”. Nesse sentido, as tecnologias oferecem muitas facilidades para interação, “o computador oferece amplas oportunidades de interação com o conteúdo das mídias” (Jenkins, 2022, p. 192).

E, assim, a cultura de interação está ligada efetivamente na forma do *Timeline* manter-se relevante, afinal, “a indústria midiática está cada vez mais dependente de consumidores ativos e envolvidos para divulgar marcas num mercado saturado” (Jenkins, 2022, p. 192), e quem não se adaptar a esta nova realidade correrá o “risco de perder seus consumidores mais ativos e entusiasmados” (*Ibid.*), já que às exigências do público hoje, são principalmente a de participação. “Esta nova cultura vernácula incentiva a ampla participação, a criatividade alternativa e uma economia baseada em trocas e presentes. Isso é o que acontece quando os consumidores assumem o controle das mídias” (*Ibid.*, p. 191).

Sem as tecnologias para trazer as necessidades do público e ouvir o que eles têm a dizer, o veículo deixa de atender à demanda dos consumidores e perde para outro meio que faz esse trabalho. “No final das contas, o rádio é relacionamento. Muito mais que na televisão, o apresentador ou o DJ estabelece uma espécie de ligação com o ouvinte” (McLeish, 2001, p. 24). O veículo, como diz Jung (2004), é interativo de nascença e é isso que fortalece a relação com o público.

O âncora apresenta o programa diante do correio eletrônico, aberto às mensagens e interferências dos ouvintes, quase que imediatas. A entrevista mal começa e já chega a primeira pergunta do ouvinte. O entrevistado escorrega, e vem a crítica. O apresentador se engana, e a correção aparece. E assim, internauta ou ouvinte, conectado à internet, transforma-se em protagonista (Jung, 2004, p. 68).

Assim, constrói-se uma audiência potente, na qual o ouvinte interfere diretamente nas produções de organizações jornalísticas, como um agente ativo, mesmo não sendo jornalista.

Audiência Potente, definida como um agente que se envolve ou é envolvido nos processos, nas práticas e nas rotinas jornalísticas possuindo: capacidade de propagação da informação, não necessariamente notícia; capacidade de ação, possibilitada pelo acesso aos meios de produção; capacidade de transformação, na medida em que muda sua forma de ação e de comportamento ao longo do tempo, dependendo de condições culturais, econômicas, sociais, tecnológicas, dentre outras; e capacidade de amplificação, ao ressignificar o conteúdo, por meio de comentários, opiniões e novos olhares sobre o assunto, que é reverberado nas redes, oferecendo um extrato do que querem e do que pensam esses cidadãos e cidadãs que se envolvem com os meios de comunicação (Mesquita, 2014, p. 10).

Essa audiência pode ser dividida em quatro eixos, de acordo com Mesquita (2014): (1) Capacidade de propagar informação, de modo que os ouvintes compartilham os conteúdos do programa, enviando para que mais pessoas consumam; (2) Capacidade de ação dos usuários, possibilitada pelo acesso aos meios de produção, onde cada indivíduo consegue mandar fotos, vídeos, comentários para o programa dentro das redes sociais de interação, como o *WhatsApp*; (3) Capacidade de transformação, à medida que adapta suas ações e comportamentos ao longo do tempo, conforme condições culturais, econômicas, sociais e tecnológicas. A escolha de pautas é baseada nas ações dos usuários e no que eles estão comentando, e também pela proposta do programa; (4) Capacidade de amplificação,

ao ressignificar o conteúdo, por meio de comentários, opiniões e novos olhares sobre o assunto, que é reverberado nas redes, oferecendo um extrato do que querem e do que pensam esses cidadãos e cidadãs que se envolvem com os meios de comunicação (Mesquita, 2014, p. 16).

A Audiência Potente passa a ter a possibilidade não só de ressignificar as mensagens que recebe, como também de se envolver com os veículos de comunicação das mais diversas formas. A capacidade de propagação dessa Audiência Potente tem levado o jornalista, não só a incorporar esses conteúdos que estão nessas redes conversacionais, mas a movimentar ou ativar essas redes para 'ter' os 'olhares' desse novo agente, que não é necessariamente uma fonte institucionalizada do jornalismo (Mesquita, 2014, p. 19).

Assim, de acordo com Baini (2021), o público do *Timeline* pode ser considerado uma audiência potente, visto que foi desenvolvido para a audiência participar e interagir. "O *Timeline* Gaúcha foi criado com a proposta de acentuar essa participação dos ouvintes, através dos canais de comunicação na internet, como *Facebook*, *Twitter* e *WhatsApp*, dando espaço aos assuntos mais comentados nas redes sociais" (Baini, 2021, p. 114).

É possível encontrar diferentes níveis de participação, que alavancam o modo como o público se envolve nas mídias ou nos veículos. Para Carpentier (2011), é fundamental compreender o envolvimento da audiência a partir da dimensão minimalista e maximalista de participação, “que sustenta uma série de posições-chave na articulação da democracia. Uma dessas posições-chave é o equilíbrio sempre presente entre representação e participação” (Carpentier, 2011, p. 16, tradução própria)¹².

Na participação minimalista (superficial), os profissionais de mídia possuem o controle sobre o processo e o resultado.

Nas formas minimalistas de participação na mídia, encontramos um forte foco no controle exercido pelos profissionais da mídia, uma redução da participação no acesso e interação, e a utilização da participação para servir aos interesses da mídia *mainstream* (Carpentier, 2011, p. 148, tradução própria)¹³.

Já a participação maximalista (substantiva) está relacionada ao envolvimento do público. Conforme Carpentier (2011), esse modelo combina as práticas participativas presentes no cotidiano, tendo em vista que a participação pode estar em múltiplos espaços da vida social.

4.2 GATEKEEPING, GATEWATCHING E CURADORIA DO TIMELINE

Para entender a forma como o *Timeline* realiza a curadoria de cada pauta, constitui-se importante identificar os conceitos de *Gatekeeping* e *Gatewatching*. O conceito *Gatekeeping* (ou “guarda de portão”) caracteriza-se como um regime que controla a mídia tradicional, responsável por filtrar as informações que as pessoas consomem (Bruns, 2005). Aqui, é ditado, a partir de jornalistas, editores ou organizações, o que pode emergir nas mídias impressas e de transmissão para o conhecimento público.

¹² **Do original:** “structuring the different democratic models is the minimalist versus maximalist dimension, which underlies a number of key positions in the articulation of democracy. One of these key positions is the always-present balance between representation and participation” (Carpentier, 2011, p. 16).

¹³ **Do original:** “In minimalist forms of media participation, on the other hand, we can find a strong focus on media professional control, a reduction of participation to access and interaction, and the utilization of participation to serve the interests of the media organization that organizes the participatory process” (Carpentier, 2011, p. 148).

Em muitos formatos midiáticos, tais controles parecem necessários e até inevitáveis: jornais ou telejornais têm apenas um espaço limitado em coluna ou um tempo restrito de transmissão para informar suas audiências sobre os acontecimentos significativos do dia. Portanto, processos precisam existir para selecionar, dentre toda a variedade de eventos e ocorrências diárias, não exatamente ‘todas as notícias que merecem ser publicadas’, como diz o famoso slogan do New York Times, mas ao menos todas as notícias que seus jornalistas e editores consideram de maior relevância para a audiência presumida da publicação (Bruns, 2005, p. 11, tradução própria)¹⁴.

Porém, com o surgimento da Internet e a alta gama de informações, o modelo *Gatekeeping* começa a entrar em declínio. Esse avanço trouxe possibilidade e variabilidade tanto para entregar mais notícias, como para o público poder efetivamente escolher o que consumir, uma vez que tudo agora está no meio online. “[...] essas possibilidades rompem os gargalos tecnológicos e econômicos da impressão em papel e da transmissão pelas ondas de rádio”, (Bruns, 2005, p. 22, tradução própria)¹⁵. Para o autor (*Ibid.*), reestrutura-se o modelo de *Gatekeeping* para *Gatewatching*:

A abertura e instabilidade que criou a oportunidade para o surgimento de novas estruturas e para que as audiências passem a atuar como participantes no processo colaborativo e *gatewatching*. Isso permite que novos sites de notícias conquistem espaço e atraiam público, além de justificar sua própria existência, já que são necessários para ajudar os usuários a encontrar as informações de maior interesse em meio ao acervo cada vez maior disponível online (Bruns, 2005, p. 22, tradução própria)¹⁶.

Nesse contexto, *Gatewatching* refere-se a

¹⁴ **Do original:** “In many media forms, such controls seem necessary and inevitable, in fact: newspapers or TV news bulletins only have a limited amount of column space or broadcast time available to inform their audiences of the significant news events of the day, after all. Therefore, processes must be in place to select from the full range of daily events and occurrences not so much ‘all the news that’s fit to print,’ as the famous New York Times tag line goes, but at least all the news that its journalists and editors felt was of most relevance to a news publication’s assumed audience” (Bruns, 2005, p. 11).

¹⁵ **Do original:** “[...] these possibilities break the technological and economic bottlenecks of print on paper (and broadcasting on the airwaves)” (Bruns, 2005, p. 22).

¹⁶ **Do original:** “that openness and instability which has created the opportunity for new structures to emerge and for audiences to engage as participants in the collaborative gatewatching process. It both allows new news Websites to make their mark and gain an audience, and provides a reason for their existence in the first place, as they are needed to help their users find the information of greatest interest to them in the ever-growing collection of information available online” (Bruns, 2005, p. 22).

quais materiais estão disponíveis e são interessantes, identificam novas informações úteis com o objetivo de canalizar esse conteúdo para reportagens estruturadas e atualizadas, que podem incluir guias de conteúdo relevante e trechos do material selecionado (Bruns, 2005, p. 18, tradução própria)¹⁷.

O jornalista passa a atuar como o profissional responsável por fazer a curadoria daquilo o que os usuários estão falando dentro das redes sociais, para encontrar o que é de fato relevante, para então virar notícia.

As redes sociais podem também conceder valor para as informações a partir dessa circulação, criando capital social não apenas para a própria rede, mas igualmente para os atores e instituições envolvidos. Neste sentido, as redes não estão necessariamente produzindo notícias, mas produzindo elementos que podem ser noticiados (Recuero, 2009a, p. 14).

Com isso, o público ganha mais autoridade para criar e compartilhar conteúdos. “Dessa maneira, a mediação do público está presente não apenas na etapa posterior à emissão, mas também numa etapa anterior, como a intencionalidade que a orienta” (Meditsch, 2007, p. 94) Agora, há espaço para contestar, posicionar-se e expressar-se, qualquer pessoa pode ser o “porteiro” da notícia. A informação se propaga tanto por jornalistas quanto por indivíduos comuns. Tornando a audiência como parte ativa na produção de conteúdo. “A audiência auxilia a moldar aquilo que se produz. A Internet potencializa esse processo, uma vez que é possível visualizar os interesses do público. Assim, o público, associado à tecnologia, interfere cada vez mais nas redações” (Kalsing, 2021, p. 62).

A busca pela audiência e pelo alcance das publicações na plataforma foram determinantes para que as instituições jornalísticas escolhessem se submeter às regras do *Facebook*, com todas as consequências. Dentre elas, podemos citar a delegação da circulação e da organização dos produtos jornalísticos à lógica de funcionamento dos algoritmos e outras bases sociomateriais da plataforma (Jurno; D’Andréa, 2020, p. 8).

O rádio do século XXI é uma rede persistente e interativa, na qual se estabelece uma dinâmica dialógica entre jornalistas e audiência. O meio se torna um espaço de conversa e de relacionamento interativo. O ouvinte ganha destaque, tanto na seleção dos conteúdos quanto na reação ao que se está sendo noticiado. No jornalismo contemporâneo, a notícia tornou-se um organismo vivo, ela não

¹⁷ **Do original:** “what material is available and interesting, and identify useful new information with a view to channeling this material into structured and up-to-date news reports which may include guides to relevant content and excerpts from the selected material” (Bruns, 2005, p. 18).

encerra-se quando o programa termina, e sim, intensifica-se, proporcionando novos debates e novas perspectivas. Como pontua Recuero (2009b, p. 13), “as redes sociais também acrescentam comentários e novas análises, envolvendo os usuários como também produtores das informações [...] em última análise, acrescentam valor às notícias, construindo capital social.”

4.3 COMUNICAÇÃO MEDIADA PELO COMPUTADOR

Com essa nova relação entre pessoas, mediada pela tecnologia, criou-se uma nova forma estrutural de fazer e receber notícias. “O advento da Comunicação Mediada pelo Computador (CMC) e seu espalhamento, através da apropriação das ferramentas técnicas proporcionadas pela Internet modificou profundamente o modo através do qual as pessoas se comunicam” (Recuero, 2009a, p. 118).

O termo Comunicação Mediada pelo Computador (CMC) refere-se a qualquer conversa mediada por tecnologias e faz com que as relações entre pessoas que geograficamente se encontram distantes, existam. Relação esta que constrói vínculos entre pessoas do mundo todo.

O processo de convergência que propicia a aproximação do público ao programa, já que pode opinar e conversar com os apresentadores, mandando fotos, vídeos, arquivos e mensagens de texto via *WhatsApp*, *Facebook*, *Twitter* e *Instagram*. Essas possibilidades tecnológicas estimulam uma espécie de ‘conversa imaginária’ entre comunicador e ouvinte, promovendo a interatividade e a valorização do público (Baini, 2021, p. 17).

No passado, a *agenda-setting* (McCombs; Shaw; Weaver, 1997), entendida, em linhas gerais, como sendo a mídia quem influencia o que é importante de ser comunicado, era definida, de acordo com Neto (1999), pelos meios de comunicação a partir de suas regras e estruturas.

O discurso do espaço público tem acesso às mídias desde que seja submetido às regras privadas dos seus respectivos processos de produção. Circunstâncias que nos permitem afirmar que o acesso da esfera pública ao campo midiático se dá através de determinadas condições de negociações, coações e modelizações, cujos parâmetros são, em última análise, as regras de produção do discurso midiático (Neto, 1999, p. 94)

No entanto, no contexto contemporâneo, há uma reconfiguração de entendimento, tendo em vista que a chegada da plataformização:

Ao longo desses anos, essa linha de pesquisa detalhou os padrões de transferência da saliência dos temas dos meios de comunicação para o público, as condições contingentes para o *agenda-setting* e as influências sobre a agenda da mídia. O pressuposto fundamental desses três eixos é que aquilo que é abordado pela mídia afeta sobre o que o público pensa (McCombs; Shaw; Weaver, 1997, p. 3).

Atualmente, a definição do que ganhará visibilidade, antes centralizada nos veículos de comunicação, passa a ser estruturada pelos próprios algoritmos e consumidores. Assim, a *agenda-setting* sofre uma transformação fundamental com o avanço da tecnologia. Deixa de ser exclusivamente determinada pelas redações e passa a resultar das dinâmicas algorítmicas que organizam, priorizam e distribuem conteúdos nas plataformas.

A formulação clássica de Bernard Cohen sobre o *agenda-setting* – a mídia pode não nos dizer o que pensar, mas é extraordinariamente bem-sucedida em nos dizer sobre o que pensar – foi invertida. Pesquisas recentes [...] sugerem que a mídia não apenas nos diz sobre o que pensar, mas também como pensar sobre isso e, conseqüentemente, o que pensar. (McCombs; Shaw; Weaver, 1997, p. 26).

Dessa forma, os novos disseminadores de informação, os novos editores são os grandes conglomerados, que até entregam conteúdo e notícias, mas por um modelo completamente diferente do jornalismo tradicional. Distribuem esse material a partir de algoritmos, dados, comportamento e engajamento de cada usuário.

Em muitos acontecimentos de relevância jornalística, é cada vez mais provável que a primeira descrição dos fatos seja feita por um cidadão conectado, não por um jornalista profissional. Em certas situações – desastres naturais, chacinas –, a transição já foi concluída. Nesse caso, como no de tantas outras mudanças no jornalismo, a erosão de velhas formas de agir é acompanhada da expansão de novas oportunidades e de novas necessidades de um trabalho jornalisticamente importante. O jornalista não foi substituído – foi deslocado para um ponto mais acima na cadeia editorial. Já não produz observações iniciais, mas exerce uma função cuja ênfase é verificar, interpretar e dar sentido à enxurrada de texto, áudio, fotos e vídeos produzida pelo público (Anderson; Bell; Shirky, 2013, p. 43).

Nesse contexto, a audiência potente refere-se à possibilidade do público interagir, repercutir e participar dos processos comunicacionais, tanto com o meio quanto no meio. Trata-se de um movimento no qual a audiência transforma a estrutura tradicional de jornalismo, não recebendo somente a informação e sim

contribuindo para a construção da mesma. De acordo com Mesquita (2014), a audiência potente denota que o público é visto como agente ativo, de grande influência aos veículos de mídia. A influência manifesta-se na possibilidade de comentários do público em veículos, produção de vídeos e imagens próprios, compartilhamentos dentro das plataformas¹⁸. Esses conceitos tornam-se fundamentais para a análise do objeto *Timeline*, tendo em vista que se trata de um programa de rádio expandido e multiplataforma, no qual produz conteúdos para o ouvinte, especialmente o que repercute na *timeline* da audiência. Destaca-se que o programa mantém interação constante nas redes sociais, como *Instagram*, *TikTok*, *WhatsApp* e *YouTube*, materializando-se a audiência potente, fortalecendo vínculos e ampliando o engajamento dos ouvintes.

¹⁸ No contexto dos públicos mediados, Raquel Recuero (2009a) destaca a presença das "audiências invisíveis", que são indivíduos presentes na rede, mas nem sempre visíveis através da participação direta. Embora não deixem rastros públicos de interação (como comentários), esses usuários compõem a base de consumo do programa e podem ser rastreados por mecanismos de busca e persistência de dados.

5 METODOLOGIA

A definição do percurso metodológico constitui etapa central da pesquisa científica, pois é a partir dela que se delimitam os modos de observação, interpretação e análise do objeto investigado. Considerando a complexidade das relações entre linguagem radiofônica, circulação multiplataforma, dinâmicas digitais e construção de vínculo com a audiência, esta pesquisa adota uma abordagem qualitativa, de caráter exploratório-descritivo, tendo como estratégia metodológica o estudo de caso do programa *Timeline*, da Rádio Gaúcha.

A pesquisa qualitativa mostra-se adequada por possibilitar a compreensão de fenômenos comunicacionais para além de indicadores numéricos, permitindo analisar sentidos, práticas discursivas, formas de interação e dinâmicas de engajamento entre mídia e audiência. Conforme Carratore (2009), esse tipo de abordagem busca compreender razões, percepções e motivações presentes nos comportamentos sociais e comunicacionais.

O caráter exploratório da pesquisa justifica-se pela ainda limitada articulação acadêmica entre vínculo afetivo, rádio expandido, convergência midiática e plataformização do jornalismo, especialmente em produtos radiofônicos multiplataforma. Já a dimensão descritiva busca observar e sistematizar as estratégias utilizadas pelo programa para circulação de conteúdos, interação com a audiência e fortalecimento de relações de pertencimento.

Como estratégia metodológica, utiliza-se o estudo de caso, entendido como uma investigação aprofundada de um fenômeno contemporâneo em seu contexto real (Yin, 2001). Desta forma, (1) investiga um fenômeno contemporâneo dentro da vida real, especialmente quando os limites entre fenômeno e contexto não estão claramente definidos; (2) baseia-se em várias fontes de evidências; (3) beneficia-se do desenvolvimento prévio de proposições teóricas para conduzir a coleta e a análise de dados; (4) permite-se basear o estudo em qualquer mescla de provas quantitativas e qualitativas (Yin, 2001).

O programa *Timeline* foi escolhido por constituir um exemplo relevante de rádio expandido e jornalismo multiplataforma, articulando transmissão radiofônica tradicional, *streaming* em vídeo, circulação em redes sociais, *podcasting* e participação ativa da audiência.

Para alcançar os objetivos propostos, a pesquisa foi desenvolvida a partir de dois procedimentos metodológicos complementares: entrevistas semiestruturadas e análise de conteúdo (AC), complementadas por acompanhamento presencial da rotina produtiva do programa durante a realização das entrevistas.

A articulação entre essas estratégias busca possibilitar uma compreensão mais ampla das dinâmicas de produção, circulação e interação do programa, permitindo analisar tanto os processos internos de construção editorial quanto às formas de participação e engajamento da audiência nas plataformas digitais.

5.1 ENTREVISTAS SEMIESTRUTURADAS

Como técnica de coleta de dados, foram realizadas entrevistas semiestruturadas com os jornalistas Kelly Matos, Paulo Germano e Gabriel Wainer, profissionais diretamente envolvidos na produção e apresentação do programa *Timeline*.

A escolha dos entrevistados ocorreu de forma intencional, considerando suas funções estratégicas dentro do programa e sua participação nas dinâmicas de produção editorial, circulação multiplataforma e relação com a audiência.

Para a realização deste estudo, a pesquisadora deslocou-se de Gramado a Porto Alegre no dia 9 de março de 2026, com o objetivo de realizar entrevistas presenciais na sede do Grupo RBS, durante a produção e apresentação do programa *Timeline*.

No período entre 9h30min e 12h, a pesquisadora acompanhou as atividades dos apresentadores, além da produtora Jovana Dullius. Nesse contexto, foi possível observar informalmente momentos da dinâmica de produção do programa, incluindo discussões de pauta realizadas entre os integrantes da equipe por meio de um grupo de *WhatsApp*.

Entre os assuntos debatidos estavam a repercussão do clássico Grenal realizado no dia anterior, a circulação nas redes sociais de vídeos envolvendo a jornalista Valéria Possamai, discussões sobre pautas políticas relacionadas ao governador Eduardo Leite, o caso do Banco Master e temas ligados à cerimônia do Oscar de 2026.

O programa teve início às 10h08min e, ao longo da transmissão, os apresentadores abordaram temas previamente discutidos entre a equipe. Após o

encerramento do programa, foi realizada entrevista semiestruturada presencial com Kelly Matos e Paulo Germano, nas dependências do Grupo RBS, em Porto Alegre. A entrevista ocorreu de forma simultânea com ambos os jornalistas e teve duração aproximada de uma hora.

Já a entrevista com Gabriel Wainer foi realizada de forma online síncrona, por meio da plataforma *Google Meet*, no dia 30 de março de 2026, às 17h30min. Na ocasião, o jornalista encontrava-se em São Paulo, enquanto a pesquisadora estava em Gramado. A entrevista teve duração de 41 minutos.

A entrevista semiestruturada caracteriza-se pela utilização de um roteiro previamente elaborado, mas com flexibilidade para aprofundar questões emergentes ao longo da conversa (Caballero, 1998). Essa abordagem metodológica possibilita compreender não apenas aspectos técnicos e organizacionais do programa, mas também percepções subjetivas relacionadas à construção de vínculo com a audiência, estratégias de linguagem, critérios de seleção de pautas e impacto das plataformas digitais nas rotinas produtivas.

Nesse sentido, a entrevista fundamentou-se em três princípios observados por Caballero (1998): (1) auxilia na reconstrução de acontecimentos passados que, de outro modo, seriam inabordáveis; (2) possibilita compreender experiências humanas a partir da perspectiva dos próprios sujeitos, mesmo com suas contradições, permitindo narrativas voltadas à descrição densa; e (3) demanda menos tempo e recursos, tornando-se uma alternativa metodológica viável para pesquisas qualitativas.

As entrevistas buscaram compreender: as estratégias multiplataforma utilizadas pelo programa; os critérios de escolha das pautas; a influência das redes sociais na produção jornalística; as formas de participação da audiência; a construção de vínculo afetivo com o público; e as percepções dos jornalistas sobre audiência ativa e engajamento digital.

Os depoimentos dos profissionais foram analisados qualitativamente e articulados às categorias analíticas da pesquisa e ao referencial teórico mobilizado ao longo do trabalho.

Quadro 2 – Roteiro de entrevista

(continua)

Dados iniciais
Nome, formação, cargo, tempo de trabalho na empresa e atual função
1. Trajetória e relação com o programa
Me conte sobre a sua trajetória profissional no jornalismo e como começou sua participação no <i>Timeline</i> ?
Como você descreveria o papel do <i>Timeline</i> dentro da programação da Rádio Gaúcha e do ecossistema do Grupo RBS?
Na sua percepção, o que diferencia o <i>Timeline</i> de outros programas jornalísticos do rádio?
2. Rotina de produção e escolha de pautas
Como funciona a rotina de produção do <i>Timeline</i> no dia a dia?
Como são definidas as pautas que entram no programa?
As redes sociais ou os assuntos que estão em alta nas plataformas digitais influenciam na escolha dessas pautas?
3. Estratégia multiplataforma
O <i>Timeline</i> nasceu no rádio, mas também circula em diferentes plataformas digitais. Essa presença multiplataforma já havia sido traçada antes do programa surgir?
Na sua visão, como essa presença em múltiplas plataformas transforma a forma de fazer o programa e de se relacionar com o público?
Como vocês percebem o papel de plataformas como <i>Instagram</i> , <i>TikTok</i> ou <i>Facebook</i> na circulação do conteúdo do programa?
Porque o programa não tem um perfil próprio nas redes sociais?
4. Audiência e interação com o público
Como vocês percebem a relação do público com o <i>Timeline</i> ao longo dos anos?
De que forma o <i>feedback</i> da audiência, seja por mensagens, comentários ou redes sociais, influencia o programa?
Você lembra de algum momento em que a participação do público impactou diretamente o andamento de uma pauta ou discussão no programa?
5. Construção de vínculo com a audiência
Na sua percepção, por que o <i>Timeline</i> consegue criar uma relação tão próxima com os ouvintes? O que você acredita que faz com que as pessoas se sintam parte do programa?
Como a linguagem do programa e a interação entre vocês, apresentadores, contribuem para essa sensação de proximidade com os ouvintes?
Você acredita que as redes sociais ajudam a fortalecer esse vínculo com a audiência? De que forma?

(conclusão)

6. Convergência e transformações no jornalismo
Você percebe mudanças no modo de fazer rádio a partir da presença das redes sociais e das plataformas digitais?
Na sua visão, qual é o papel de programas como o <i>Timeline</i> dentro desse cenário de convergência midiática?
7. Opinião
Se você tivesse que explicar para alguém por que o <i>Timeline</i> se tornou um programa tão marcante dentro do rádio gaúcho, o que você diria?
Há algo sobre o <i>Timeline</i> , sua relação com o público ou o trabalho nas plataformas digitais que você considera importante e que não foi abordado nas perguntas?

Fonte: Elaborado pela própria autora (2026).

5.2 ANÁLISE DE CONTEÚDO

A análise de conteúdo (AC) foi utilizada para investigar os materiais publicados nas redes sociais oficiais vinculadas ao *Timeline* e à GZH, especificamente nas plataformas *Instagram*, *TikTok*, *X*, *Facebook* e *YouTube*. De acordo com Bardin (2016, p. 47), AC designa um conjunto de técnicas que visa obter,

por procedimentos sistemáticos e objetivos de descrição do conteúdo das mensagens, indicadores (quantitativos ou não) que permitam a inferência de conhecimentos relativos às condições de produção/recepção (variáveis inferidas) destas mensagens.

O corpus desta pesquisa foi delimitado a um período de dois meses, novembro de 2025 (mês em que é celebrado o aniversário do programa) e março de 2026 (mês em que a autora fez as entrevistas com os comunicadores), selecionado de forma intencional, considerando a intensidade de circulação dos conteúdos, o volume de interações nas plataformas digitais e a diversidade temática abordada pelo programa durante o intervalo analisado. A escolha do recorte temporal também considerou a necessidade de viabilizar uma análise qualitativa aprofundada dos materiais, permitindo observar recorrências discursivas, estratégias multiplataforma e dinâmicas de participação da audiência sem comprometer a profundidade interpretativa da pesquisa.

Além disso, o período selecionado coincide com acontecimentos de ampla repercussão midiática e digital, como debates políticos, eventos esportivos e discussões culturais, favorecendo a observação das estratégias de circulação e engajamento utilizadas pelo programa em diferentes plataformas.

A análise de conteúdo foi desenvolvida com base em Bardin (2016), compreendida como um conjunto de técnicas de análise das comunicações que permite produzir inferências a partir dos materiais analisados. O procedimento foi realizado em três etapas, seguindo os ensinamentos de Bardin (2016): 1) pré-análise: fase em que se organizou o material a ser analisado com o objetivo de torná-lo operacional, sistematizando as ideias iniciais; 2) exploração do material: administração rigorosa das decisões tomadas na etapa anterior, visando codificar, filtrar e categorizar os elementos do *corpus*; e 3) tratamento dos resultados, inferência e interpretação: processo de condensação dos dados obtidos nas etapas anteriores, por meio de quadros, diagramas e sistematizações analíticas, visando produzir interpretações relacionadas aos objetivos da pesquisa.

As categorias analíticas foram elaboradas a partir dos objetivos específicos e do referencial teórico da pesquisa. A partir desse percurso metodológico, busca-se compreender como o *Timeline* articula estratégias multiplataforma, práticas discursivas e dinâmicas de interação para consolidar vínculos afetivos com sua audiência no contexto contemporâneo da convergência midiática e da plataformização do jornalismo.

5.3 CONSTRUÇÃO DAS CATEGORIAS ANALÍTICAS

As categorias analíticas desta pesquisa foram elaboradas a partir da articulação entre os objetivos específicos do estudo, o referencial teórico mobilizado ao longo da pesquisa e os materiais empíricos observados durante as entrevistas e análise dos conteúdos digitais vinculados ao programa *Timeline*.

A construção das matrizes analíticas buscou sistematizar os principais eixos teóricos discutidos na pesquisa, especialmente os conceitos relacionados à convergência midiática, rádio expandido, plataformização do jornalismo, vínculo afetivo, audiência ativa, performance dos apresentadores e circulação multiplataforma.

As categorias foram organizadas de modo a permitir aplicação simultânea tanto na análise das entrevistas semiestruturadas quanto na análise de conteúdo das plataformas digitais do programa. Dessa forma, buscou-se construir um protocolo analítico integrado, capaz de identificar recorrências discursivas, estratégias narrativas, dinâmicas de interação e formas de engajamento presentes em diferentes materiais empíricos.

A elaboração das matrizes também teve como objetivo aproximar teoria e empiria, permitindo observar de que maneira conceitos discutidos por autores como Jenkins (2022), Salaverría (2014; 2015), Aliaga, Avilés e Masip (2010), Kischinhevsky (2016), Papacharissi (2015), Mesquita (2014), Meditsch (2007) e Carpentier (2011) manifestam-se nas práticas comunicacionais do *Timeline*.

As categorias analíticas foram divididas em cinco grandes eixos: (1) convergência midiática; (2) linguagem e estilo; (3) performance dos apresentadores; (4) vínculos afetivos, comunidade e participação; e (5) hibridismo e engajamento. Cada eixo foi organizado a partir de subcategorias, códigos e ideias-chave interpretativas, possibilitando maior sistematização da análise qualitativa dos materiais investigados.

6 ANÁLISE E DISCUSSÃO DOS RESULTADOS

A partir do percurso metodológico desenvolvido neste trabalho, este capítulo apresenta a análise dos materiais coletados por meio das entrevistas semiestruturadas e da análise de conteúdo das plataformas digitais vinculadas ao programa *Timeline*.

6.1 CONVERGÊNCIA MIDIÁTICA

Quadro 3 – Matriz de análise da categoria “Convergência midiática”

Categoria	Subcategoria	Código	Ideia-chave
Convergência midiática	Presença digital	Programa multiplataforma	O <i>Timeline</i> ultrapassa o rádio e circula em diferentes ambientes digitais
Convergência midiática	Circulação do conteúdo e reaproveitamento	Conteúdo em cortes e circulação contínua	O conteúdo é fragmentado e redistribuído para ampliar alcance, se adaptando a lógica das plataformas.
Convergência midiática	Estratégia institucional	Centralização em GZH	A presença digital é mediada por estratégia do grupo, não do programa

Fonte: Elaborado pela própria autora (2026).

Jenkins (2022) destaca que as mídias corporativas passaram a reconhecer cada vez mais o espaço dos fãs, compreendendo a sua participação como fonte de construção de valor ou tensão. Assim, consequentemente, compreender o conceito de convergência midiática implica em compreender como o *Timeline* adapta seu conteúdo e suas formas de interação para ampliar o diálogo e manter relacionamento com a audiência.

No decorrer das entrevistas e da análise de conteúdo, a convergência midiática se mostrou um elemento constitutivo do *Timeline* desde sua criação. “Produtores de mídia e anunciantes falam hoje em ‘capital emocional’ ou ‘lovemarks’, referindo-se à importância do envolvimento e da participação do público em conteúdos de mídia” (Jenkins, 2022, p. 237). Conferindo-se deste propósito, os próprios apresentadores reconhecem como parte do DNA do programa a convergência midiática.

Para analisar as entrevistas e os conteúdos nas redes, serão analisadas três subcategorias centrais, que emergiram a partir da categoria “convergência midiática”: (a) Presença digital como origem: o *Timeline* nasceu convergente; (b) Circulação contínua e reaproveitamento: o conteúdo que não termina às 11h; e (c) Estratégia institucional: a centralização em GZH

6.1.1 Presença digital como origem: o *Timeline* nasceu convergente

O rádio é pioneiro na busca por segmentação do público nos meios de comunicação, sustenta Meditsch (2007), de modo que, hoje, com a plataformização, esse processo ampliou-se, tornando-se uma tendência. Criado em 2014, o *Timeline* já nasce em um ambiente de convergência midiática. Sua criação chega, segundo os entrevistados, com o propósito de ruptura do rádio tradicional. Ou seja, um programa que chegava para redesenhar a programação da manhã da Rádio Gaúcha, com a aposentadoria de Lauro Quadros, do programa Polêmica:

O Atualidade ganha mais meia hora e fica das 8h30 às 10h. E a empresa decide preencher essa faixa com um novo programa, de uma hora. O David Coimbra tinha se mudado para os Estados Unidos para fazer tratamento contra um câncer, e a primeira ideia era fazer algo inspirado no Manhattan Connection. Seria um programa com alguém nos Estados Unidos (David), alguém com uma linguagem mais descontraída — que acabou sendo o Potter — e alguém com uma bagagem forte em política e jornalismo, que era o meu perfil dentro da rádio. Então o programa surge nesse contexto (Matos, 2026, informação verbal)¹⁹.

A mudança de programação permite compreender como o *Timeline* conseguiu experimentar novos formatos de radiojornalismo. Por ser um programa novo na programação, com liberdade de produzir novos formatos e ideias, segundo os entrevistados.

Eu tinha 26 anos quando comecei. O Potter vinha de uma linguagem muito ligada à Atlântida e ao Pretinho Básico, muito mais descontraída. E o David Coimbra era uma figura de enorme credibilidade, mas não tinha uma formação clássica de rádio. A fala dele era mais natural, menos marcada do que a locução tradicional da Gaúcha. Então o programa nasceu dessa mistura (Matos, 2026, informação verbal)²⁰.

¹⁹ Entrevista concedida por Kelly Matos [2026]. Entrevistadora: Paula Moschem Gabrieli.

²⁰ *Ibid.*

Essa proposta dialoga com o contexto mais amplo de transformação do jornalismo a partir do ambiente digital. Pena (2005) pontua que o âmbito digital modificou diversas vias da vida humana, e que no jornalismo o mesmo influenciou “todos os tipos de veículo, em todas as fases de produção e recepção da notícia” (Pena, 2005, p. 177).

Assim, o *Timeline*, criado após o advento da internet, preocupou-se em adentrar nestes novos posicionamentos, que reconfiguram os modelos rígidos de jornalismo, especialmente sob uma massa cada vez mais participativa no ambiente digital, já que “abre-se a navegação para o exercício das múltiplas possibilidades de identidade” (Pena, 2005, p. 180), de modo que as plataformas permitem “a realização de desejos de forma virtual” (*Ibid.*). Pena (2005) afirma que, no mundo online “tudo é possível” e, assim, todos podem interferir nas histórias, conforme suas próprias vontades, acontecendo “uma interação inesgotável, com a possibilidade de assumir as mais variadas identidades: sexuais, religiosas, ideológicas etc.” (Pena, 2005, p. 180). Entretanto, como toda a mudança estrutural consolidada costuma gerar resistência, o *Timeline* teve alguns percalços:

No começo houve resistência, principalmente nas primeiras semanas, porque o programa anterior, do Lauro Quadros, era muito consolidado. Ele era uma figura muito forte na rádio. Mas com o tempo o *Timeline* foi encontrando seu espaço. No primeiro mês recebemos muitas críticas. O Potter até dizia para não olhar o *WhatsApp*, porque havia muitas mensagens negativas. Mas, ao mesmo tempo, o programa sempre entregava muita informação. A diferença era a forma como essa informação era apresentada (Matos, 2026, informação verbal)²¹.

Neste contexto, o *Timeline* diferencia-se dos demais programas da Rádio Gaúcha também pelo perfil dos apresentadores. Com apresentadores que apresentam características complementares e que conectam-se com as dinâmicas das plataformas digitais, refletindo-se nas transformações do jornalismo atual, caracterizados com o avanço da internet. Pena (2005, p. 176), reitera que como a internet mudou tudo, possibilitando o novo gênero, o qual chega para “revolucionar as relações profissionais e as próprias rotinas produtivas”.

Os comunicadores do *Timeline* têm um perfil um pouco diferente. E em todas as composições, desde o início, antes era o David, a Kelly e o Potter, que eram muito complementares e muito diferentes entre si. E mesmo o David sendo de uma geração anterior a da Kelly e a do Potter, ele tinha uma

²¹ Entrevista concedida por Kelly Matos [2026]. Entrevistadora: Paula Moschem Gabrieli.

pegada mais ligada com o mundo digital, o que não à toa que o programa se chama *Timeline*. A gente não fala exclusivamente do que tá nas *timelines* das pessoas, mas esse é um critério importante também para avaliar os temas sobre os quais a gente vai falar (Wainer, 2026, informação verbal)²².

Mesmo após a mudança dos comunicadores do programa, a escolha ainda foi pensada para manter a diversidade, pautas e informalidade dentro do veículo:

Depois vem o PG, quando quando sai o David e o PG também tem totalmente essa pegada. E então depois que saiu o Potter eles precisavam de alguém um pouco mais conservador. Porque o PG e a Kelly costumam concordar mais e aí eu venho às vezes com um ponto de discordância e eu acho que tem sido um debate muito bacana (Wainer, 2026, informação verbal)²³.

Gabriel Wainer complementa, ao afirmar que:

Uma coisa que eu acho muito curiosa, por exemplo, é que é um programa de rádio, pensando para a rádio, mas a gente se preocupa muito com a imagem, com o *YouTube*. É muito melhor quando o convidado está no estúdio do que quando está fora, porque a gente sempre pensa na qualidade da imagem. A audiência é quase que incomparável, no rádio a gente tem mais de 8.000 ouvintes por minuto, e no *YouTube* uma média de 2.000 ao vivo durante o programa, mas a gente acaba formatando muito mais pro digital e não são todos os programas de rádio que são assim (Wainer, 2026, informação verbal)²⁴.

Kischinhevsky (2016) descreve o rádio expandido como um meio que extrapola as transmissões hertzianas e transborda para as plataformas digitais e redes sociais. Essa perspectiva dialoga com Jenkins (2022), para quem a convergência representa uma aceleração e ampliação dos fluxos tradicionais de circulação de conteúdo na era digital. Como afirma o autor, “a convergência alternativa representa a aceleração e expansão do processo tradicional para a era digital” (Jenkins, 2022, p. 196). Nesse contexto, o *Timeline* amplia seu alcance ao operar de forma integrada em diferentes plataformas, favorecendo a circulação ampliada e contínua dos conteúdos. O programa é transmitido simultaneamente no rádio e no canal de GZH no *YouTube* e, posteriormente, tem seu conteúdo adaptado e redistribuído em diferentes formatos para as redes sociais e demais ambientes digitais.

²² Entrevista concedida por Gabriel Wainer [2026]. Entrevistadora: Paula Moschem Gabrieli.

²³ *Ibid.*

²⁴ *Ibid.*

Figura 1 – Transmissão ao vivo do programa *Timeline* no canal do YouTube de GZH



Fonte: Gaúcha (2026e).

Assim, entende-se que o *Timeline* surge em um contexto de profundas transformações no ecossistema midiático, marcado pela necessidade de adaptação dos meios tradicionais às dinâmicas digitais e às novas formas de consumo de informação. Inserido nesse cenário, o programa incorpora elementos da convergência midiática e da multimidialidade, expandindo sua atuação para além das transmissões radiofônicas convencionais.

Para Jenkins (2022), a convergência não representa apenas uma ampliação das possibilidades de participação do público, mas também uma estratégia econômica adotada pelas organizações de mídia. Nesse contexto, os conteúdos passam a circular por diferentes plataformas e dispositivos, em um fluxo integrado que fortalece a interdependência entre sistemas de comunicação. Segundo o autor, esse movimento ocorre em direção a “múltiplos modos de acesso a conteúdos de mídia” (Jenkins, 2022, p. 329) e a relações cada vez mais complexas entre a mídia corporativa e a cultura participativa.

A convergência, portanto, também está associada a estratégias de fidelização da audiência e à busca por novos modelos de circulação e monetização de conteúdo. Como observa Jenkins (2022), ela contribui para consolidar a fidelidade dos consumidores e estimular formas específicas de engajamento, moldando hábitos de consumo e ampliando as possibilidades de interação entre público e

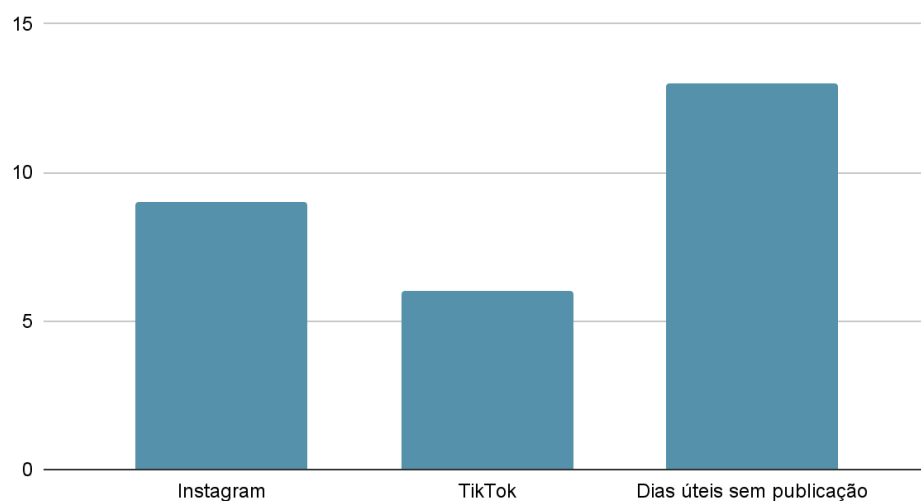
organizações midiáticas.

Com o objetivo de compreender como essas estratégias se manifestam no *Timeline*, realizou-se uma análise de sua presença nas plataformas digitais em dois períodos distintos. Para isso, foram observadas as publicações relacionadas ao programa nos perfis da GZH no *Instagram* e no *TikTok*.

Em novembro de 2025, mês em que o *Timeline* completou 11 anos, foram identificadas nove publicações no *Instagram*, realizadas nos dias 4, 5, 6 (duas postagens), 7 (duas postagens), 12, 18 e 25 de novembro, e seis publicações no *TikTok*, nos dias 4, 5, 6, 7, 12 e 25. No mesmo período, os perfis da GZH registraram 396 publicações no *Instagram* e 109 no *TikTok*. Dessa forma, as publicações relacionadas ao *Timeline* corresponderam a uma parcela do volume total de conteúdos publicados nessas plataformas durante o período analisado, conforme demonstram as Figuras 2 e 3.

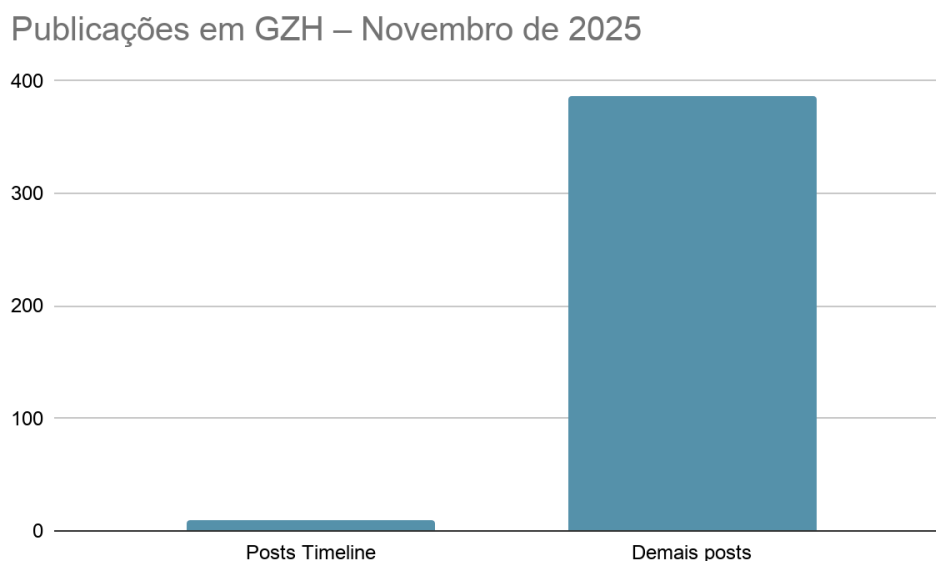
Figura 2 – Número de publicações relacionadas ao *Timeline* nos perfis da GZH no *Instagram* e *TikTok* durante o mês de novembro de 2025.

Frequência de publicações – Novembro de 2025



Fonte: Elaborado pela própria autora (2026).

Figura 3 – Comparação entre o número de publicações relacionadas ao *Timeline* e o total de publicações realizadas pela GZH no *Instagram* durante o mês de novembro de 2025.



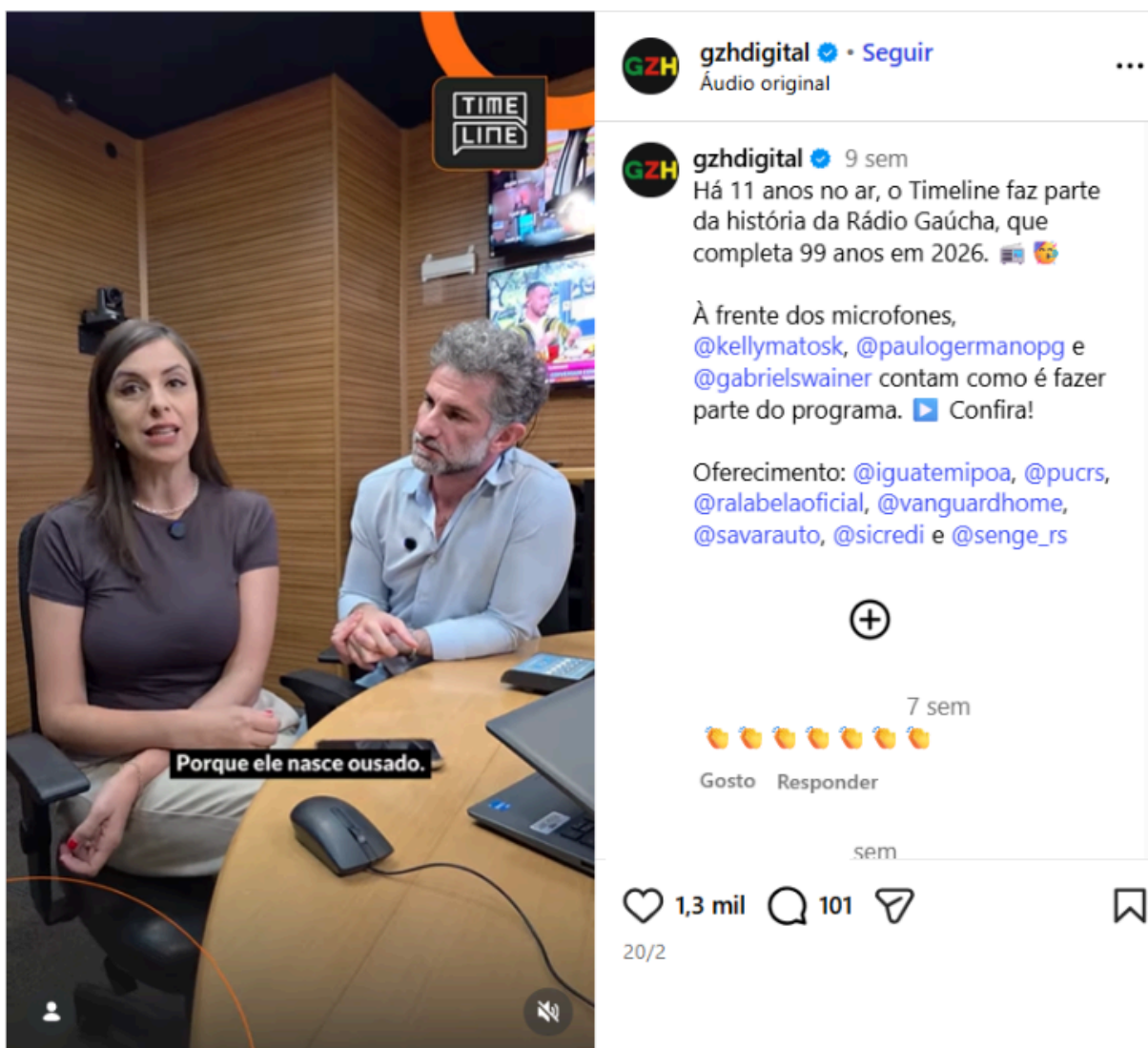
Fonte: Elaborado pela própria autora (2026).

Isto posto, é perceptível a disparidade no volume das publicações sobre o *Timeline* durante o mês de novembro, reforçando determinada ausência de conteúdos multimídia do programa nas plataformas, visto que o mesmo opera na lógica da convergência midiática e do rádio expandido.

Em relação aos formatos, os conteúdos publicados em novembro de 2025 são, sem exceção, cortes do programa ao vivo, conteúdos fragmentados e redistribuídos para ampliar alcance, adaptando a lógica das plataformas. Neste período não foram encontrados conteúdos criados somente para as redes sociais, tais como bastidores, coberturas especiais ou formatos plataformizados. Esse padrão confirma-se com as entrevistas realizadas, nas quais foram citadas a circulação digital do programa, limitada ao reaproveitamento de conteúdo original.

Outro dado relevante é que, no dia 17 de novembro, data em que se celebra o aniversário da marca *Timeline*, não houve nenhuma publicação. A celebração nas redes sociais foi publicada somente no dia 20 de fevereiro de 2026, com uma postagem de Kelly Matos e Paulo Germano para um conteúdo próprio para as redes sociais, onde ambos explicam o nascimento do programa, de forma descontraída.

Figura 4 – Divulgação dos 11 anos de *Timeline* nas redes sociais de GZH



Fonte: GZH Digital (2026c).

6.1.2 Circulação contínua e reaproveitamento: o conteúdo que não termina às 11h

Uma das evidências da convergência e da plataformização presentes no *Timeline* está na lógica de circulação contínua dos conteúdos produzidos pelo programa. Diferentemente do modelo tradicional do rádio, em que a transmissão se encerrava ao final da programação ao vivo, o *Timeline* foi concebido para ampliar sua presença em diferentes plataformas digitais e prolongar a vida útil de seus conteúdos. Segundo Kelly Matos, o programa foi pioneiro dentro da Rádio Gaúcha

na distribuição de conteúdo pelo *Spotify*, justamente por possuir uma proposta mais alinhada às dinâmicas digitais:

Se eu não estiver enganada, o *Timeline* é o primeiro programa da rádio a ir pro *Spotify*, porque tinha uma coisa: onde a gente vai entregar nossos conteúdos, então foi o primeiro programa aí pro *Spotify*. Os vídeos também, como o *Timeline* já nasce desse formato mais digital e se chama *Timeline*, era o programa que mais se permitia experimentar (Matos, 2026, informação verbal)²⁵.

O depoimento evidencia que a proposta do programa foi pensada desde sua origem para ultrapassar os limites da transmissão radiofônica tradicional. A presença em plataformas como *Spotify*, *YouTube* e redes sociais demonstra uma estratégia de expansão da circulação do conteúdo, permitindo que ele continue acessível após o encerramento da transmissão ao vivo. Nesse sentido, observa-se uma mudança na lógica tradicional do rádio, em que o conteúdo deixa de estar restrito ao momento da emissão e passa a circular continuamente em diferentes ambientes digitais.

Essa dinâmica aproxima-se do conceito de *plataformização* do jornalismo proposto por Kalsing (2021), segundo o qual as organizações jornalísticas adaptam suas formas de produção, distribuição e circulação às lógicas específicas das plataformas digitais. No caso do *Timeline*, essa adaptação se manifesta não apenas na redistribuição do conteúdo em múltiplos formatos, mas também na liberdade editorial para experimentar novas linguagens e formatos de apresentação. O próprio nome do programa reforça essa proposta. Conforme destaca Kelly Matos:

O próprio nome do programa, *Timeline*, já indica que qualquer assunto que esteja na linha do tempo das pessoas pode aparecer ali. Isso permite que o programa aborde desde política e economia até cultura, entretenimento ou histórias curiosas que estão circulando nas redes sociais (Matos, 2026, informação verbal)²⁶.

A fala sugere que o programa foi concebido para dialogar com a dinâmica informacional das plataformas digitais, caracterizada pela atualização constante dos assuntos em circulação. Dessa forma, o *Timeline* amplia seu potencial de alcance ao incorporar temas oriundos das redes sociais e ao redistribuir seus conteúdos em

²⁵ Entrevista concedida por Kelly Matos [2026]. Entrevistadora: Paula Moschem Gabrieli.

²⁶ *Ibid.*

diferentes formatos, consolidando-se como um produto jornalístico alinhado à lógica da convergência midiática.

Fato é que, para ampliar a circulação de seus conteúdos e alcançar diferentes públicos, o *Timeline* depende da distribuição de material nas redes sociais da GZH, grupo ao qual a Rádio Gaúcha pertence. Nesse contexto, a produção de conteúdos adaptados para plataformas digitais torna-se parte da estratégia de convergência midiática do programa. Uma delas é a valorização dos cortes, que evidencia uma mudança na lógica de circulação do conteúdo radiofônico. O programa deixa de depender exclusivamente da audiência presente durante a transmissão ao vivo e passa a buscar novas formas de alcance e engajamento por meio da redistribuição de conteúdos em plataformas digitais. Dessa forma, o conteúdo do *Timeline* não se encerra ao final do programa, mas continua circulando e sendo consumido em diferentes contextos e temporalidades. “Hoje os cortes já são uma coisa que todo mundo está fazendo, mas a gente cobra muito para que tenhamos cortes para *Timeline*, porque o programa tem esse DNA digital, das redes sociais” (Matos, 2026, informação verbal)²⁷.

Figura 5 – Corte de conteúdo do programa ao vivo, redistribuído para as redes sociais



Fonte: GZH Digital (2026e).

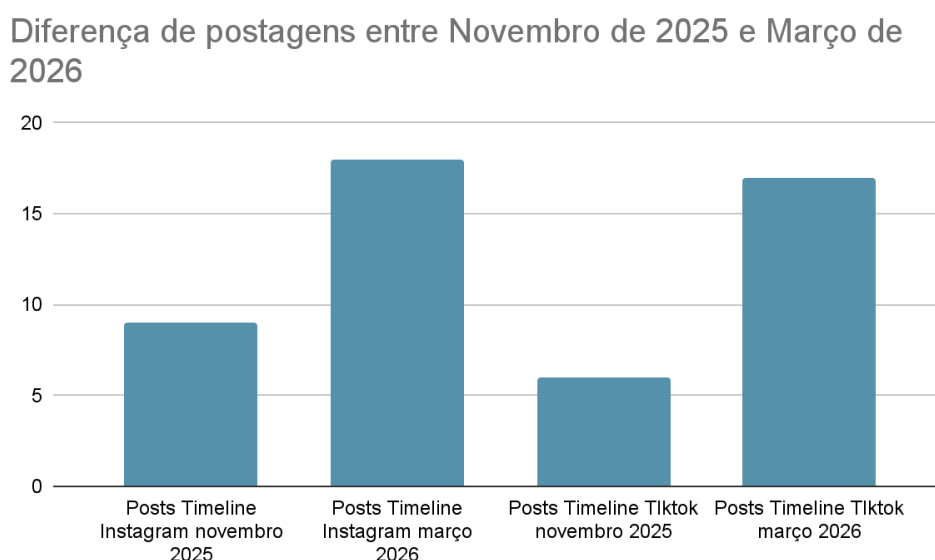
²⁷ Entrevista concedida por Kelly Matos [2026]. Entrevistadora: Paula Moschem Gabrieli.

Gabriel Wainer destaca que a produção de cortes para as redes sociais se tornou uma estratégia fundamental para ampliar a circulação do conteúdo do programa:

A RBS é uma empresa com 3.000 funcionários então é natural que as coisas sejam mais burocráticas, tenham mais processo. Mas eu acho que a gente tinha que fazer dois cortes por dia só do *Timeline*. Porque quando a gente faz o corte é bom, isso amplia o nosso alcance muito, muito, muito, mesmo (Wainer, 2026, informação verbal)²⁸.

Os dados coletados corroboram essa percepção. Enquanto em novembro de 2025 a presença do *Timeline* nas redes sociais de GZH era relativamente reduzida, em março de 2026 observou-se um crescimento expressivo no volume de publicações relacionadas ao programa. Foram contabilizadas 18 postagens no *Instagram* e 17 no *TikTok*, representando um aumento de 100% no *Instagram* e de aproximadamente 183% no *TikTok* em relação ao período anterior.

Figura 6 – Comparação das postagens entre novembro de 2025 e março de 2026 no *Instagram* e *TikTok* de GZH sobre o *Timeline*



Fonte: Elaborado pela própria autora (2026).

O crescimento das publicações sugere uma intensificação da estratégia de circulação digital do conteúdo. Mais do que divulgar trechos do programa, os cortes permitem que o conteúdo continue circulando após o encerramento da transmissão

²⁸ Entrevista concedida por Gabriel Wainer [2026]. Entrevistadora: Paula Moschem Gabrieli.

ao vivo, ampliando seu alcance e sua permanência nas plataformas digitais. Essa lógica também aparece na percepção de Gabriel Wainer sobre o consumo das novas gerações:

Os jovens não consomem o programa na rádio, eles sabem que é um programa de rádio, eles estão cientes disso. Mas eles consomem ou depois no *YouTube* ou até mesmo durante o ao vivo do *YouTube*. Ou também eles consomem depois via cortes nas redes (Wainer, 2026, informação verbal)²⁹.

A fala evidencia uma mudança importante nas formas de consumo radiofônico. O acesso ao conteúdo deixa de depender exclusivamente da transmissão ao vivo e passa a ocorrer em diferentes momentos, plataformas e formatos. O programa não termina às 11 horas, e sim continua circulando por meio de vídeos, *podcasts*, transmissões em *streaming* e publicações em redes sociais. Essa característica acompanha o *Timeline* desde seus primeiros anos. Kelly Matos relata que o programa já utilizava estratégias de circulação em tempo real durante as entrevistas:

Tinha uma época que eu fazia hoje eu não consigo mais, que era praticamente minuto a minuto no *Twitter*. Eu ia fazendo uma entrevista e já postava foto e frase do entrevistado, enquanto eu ainda estava no ar! E assim o programa repercutiu nacionalmente muitas vezes. Antes de terminar, o entrevistado já era manchete no G1, no Globo. Mas hoje eu não consigo mais fazer isso, mas eu fazia direto (Matos, 2026, informação verbal)³⁰.

O depoimento evidencia uma alteração na temporalidade da produção radiofônica. Em vez de seguir uma lógica linear de produção, transmissão e repercussão, o conteúdo passa a circular simultaneamente em diferentes plataformas, reforçando a dinâmica de convergência descrita por Jenkins (2022). Essa atuação também teria influenciado a própria cultura organizacional da Rádio Gaúcha. Segundo Kelly Matos, outros programas passaram a incorporar elementos da linguagem desenvolvida pelo *Timeline*: “depois da criação do *Timeline*, eu acho que outros programas da rádio também foram incorporando um pouco dessa linguagem mais fluida e acessível” (Matos, 2026, informação verbal)³¹.

²⁹ Entrevista concedida por Gabriel Wainer [2026]. Entrevistadora: Paula Moschem Gabrieli.

³⁰ Entrevista concedida por Kelly Matos [2026]. Entrevistadora: Paula Moschem Gabrieli.

³¹ *Ibid.*

Paulo Germano reforça essa percepção ao afirmar que: “A rádio foi se ‘*timelinizando*’ um pouco ao longo do tempo” (Germano, 2026, informação verbal)³². A expressão sugere que o *Timeline* não apenas se adaptou à convergência midiática, mas também passou a influenciar práticas e formatos dentro da própria emissora, funcionando como um agente de transformação da linguagem radiofônica em direção a modelos mais alinhados às dinâmicas digitais.

Além da circulação de conteúdos jornalísticos, observou-se a produção recorrente de materiais de bastidores nas redes sociais da GZH. Nessas publicações, os apresentadores compartilham momentos informais da rotina do programa, aproximando os comunicadores do público por meio de uma estratégia de humanização, a qual fortalece o vínculo afetivo e o senso de pertencimento da audiência.

³² Entrevista concedida por Paulo Germano [2026]. Entrevistadora: Paula Moschem Gabrieli.

Figura 7 – Publicação de bastidores do programa *Timeline* no perfil da GZH no *Instagram*



Fonte: GZH Digital (2026a).

Esses conteúdos contribuem para a construção de vínculos e para o fortalecimento de uma comunidade em torno do programa. A partir de Recuero (2009a), é possível compreender essas interações como parte das chamadas redes emergentes, caracterizadas por laços construídos por meio da conversação e da interação contínua entre os participantes. Ao revelar bastidores e aspectos da rotina dos apresentadores, o *Timeline* amplia a sensação de proximidade, pertencimento e participação da audiência.

Nesse sentido, a estratégia vai além da simples adaptação técnica do conteúdo para diferentes plataformas. Trata-se de uma adequação de linguagens e formatos voltada à construção de relacionamento com o público, processo que dialoga com Meditsch (2007), para quem as emissoras contemporâneas produzem

conteúdos destinados a diferentes públicos por meio de adaptações específicas de linguagem e circulação.

6.1.3 Estratégia institucional: a centralização em GZH

O programa *Timeline*, mesmo que criado para ser inserido na lógica de convergência midiática e da plataformização, não apresenta um perfil próprio no *Instagram*, *TikTok*, *X* e *YouTube*, concentram-se nas redes sociais de GZH. No *Facebook* apresentam a página *Timeline* Gaúcha, com 17 mil seguidores, porém a última publicação ocorreu em 17 de novembro de 2025. No *Spotify*, apresenta um perfil próprio, avaliado em 4,8. Quando questionados sobre essa ausência de perfil próprio, Kelly Matos e Paulo Germano disseram não concordar com a estratégia.

Sim, o grupo RBS entende que é — o grupo RBS — que nem a Rádio Gaúcha pode ter um perfil separado. A estratégia é tudo junto então. Se a gente gosta dessa estratégia? A gente não gosta (Matos, 2026, informação verbal)³³.

Conforme Recuero (2009a), as redes sociais fazem parte da construção de uma persona por meio de um perfil ou página, além disso, esses sistemas permitem a interação através de comentários e a exposição pública na rede de cada ator. Assim, “os sites de redes sociais seriam uma categoria do grupo de *softwares* sociais, que seriam *softwares* com aplicação direta para a comunicação mediada por computador” (Recuero, 2009a, p. 121). O que se percebe é que a centralização do perfil no GZH interrompe o crescimento e desenvolvimento de uma persona independente, principalmente no *Instagram*, *TikTok* e *X*.

Os três jornalistas destacaram a existência de um perfil de terceiros, que tem grande alcance no *TikTok*, o *@radiogauchamemes*, com mais de 180 mil curtidas na rede. No perfil, o proprietário insere cortes engraçados da Rádio Gaúcha, ampliando o alcance e visibilidade do programa:

O Rádio Gaúcha memes é um estrondo de sucesso, o que comprova que sim, as pessoas querem ter um perfil para se comunicar com a Rádio Gaúcha. É um assunto diferente de Zero Hora, de GZH, de RBS TV. Não concorre, soma. Mas essa é a estratégia do Grupo RBS, tanto que não existe. E esse perfil dos memes nos mostra a comunidade Rádio Gaúcha. E

³³ Entrevista concedida por Kelly Matos [2026]. Entrevistadora: Paula Moschem Gabrieli.

de que formar uma comunidade que consome a Gaúcha, é para ontem. É uma família, é o conceito de comunidade (Matos, 2026, informação verbal)³⁴.

Eu acho que o grande impulsionador da Gaúcha no digital tem sido a Rádio Gaúcha Memes, assim honestamente. O Augusto faz um trabalho que é primordial e que tem sido percebido pela empresa (Wainer, 2026, informação verbal)³⁵.

De acordo com Gabriel Wainer, uma rede social própria do programa se torna fundamental para a consolidação da audiência:

Esses dias eu recebi uma bronca da redação, porque eu posto a coluna na íntegra e a coluna teoricamente é só para assinantes. E aí eu falei: tá eu entendo o ponto de vista de vocês. Mas eu peguei essa coluna como exemplo, entrei no sistema eu vi ela tinha 3.400 leituras no site do GZH e tava com 75.000 visualizações no *Instagram*. Eu acho que o futuro da informação é aberto com as pessoas contribuindo, porque elas querem saber. Então acho que é uma questão de tempo a RBS já está percebendo isso (Wainer, 2026, informação verbal)³⁶.

As redes emergentes “mostram efetivamente com quem ele interage e como essas interações estão influenciando sua rede estruturada pelo sistema” (Recuero, 2009a, p. 121). No caso do *Timeline*, observa-se um certo afastamento do público nas redes sociais, o que pode ser relacionado à dinâmica adotada pela rede GZH. Ao concentrar, em um mesmo ecossistema digital, pautas e conteúdos de diferentes veículos do Grupo RBS — como Zero Hora, GZH, RBS TV e Rádio Gaúcha —, as interações acabam não se organizando necessariamente em torno do diálogo específico construído pelo programa.

Esse cenário tende a enfraquecer a formação de vínculo e de senso de comunidade entre o *Timeline* e sua audiência. Recuero (2009a, p. 121) diferencia, nesse contexto, a simples “lista de amigos”, representada apenas por conexões numéricas, da “rede social que está realmente viva através das trocas conversacionais dos atores, aquela que a ferramenta auxilia a manter” (*Ibid.*). Assim, embora o programa esteja inserido em uma rede ampla de circulação de conteúdo, isso não garante, por si só, a manutenção de interações contínuas e de uma comunidade engajada em torno da identidade própria do *Timeline*.

³⁴ Entrevista concedida por Kelly Matos [2026]. Entrevistadora: Paula Moschem Gabrieli.

³⁵ Entrevista concedida por Gabriel Wainer [2026]. Entrevistadora: Paula Moschem Gabrieli.

³⁶ *Ibid.*

Gabriel Wainer destaca que a RBS tem iniciado movimentos de adaptação a essa nova lógica comunicacional, ainda que de forma gradual. Segundo o jornalista, existe dentro da empresa uma compreensão crescente de que as transformações digitais não devem ser encaradas como ameaça, mas como um processo inevitável de reconfiguração do mercado da comunicação: “Acho que, aos poucos, vai haver cada vez mais programas na rádio pensados para serem viáveis também no digital” (Wainer, 2026, informação verbal)³⁷.

Para o profissional, essa percepção parte, inclusive, da própria direção do grupo, que compreende a necessidade de aproximação com as linguagens e dinâmicas das plataformas digitais. Nesse sentido, o desafio não estaria em competir com essas novas formas de comunicação, mas em aprender com elas, incorporando estratégias capazes de manter a relevância e a credibilidade histórica da empresa em um cenário de transformação midiática.

Dessa forma, a decisão do Grupo contribui para uma tensão entre a proposta editorial do *Timeline* e sua presença nas plataformas digitais. Embora os apresentadores afirmem que o programa possui um “DNA digital”, a ausência de perfis próprios nas redes sociais faz com que sua identidade fique diluída dentro da marca institucional de GZH. Essa dinâmica limita aquilo que Recuero (2009a) define como a construção de uma persona digital por meio de perfis ou páginas específicas, capazes de estabelecer vínculos mais diretos com o público.

Como observado anteriormente, a distribuição dos conteúdos digitais do *Timeline* ocorre de maneira irregular. Apesar de o programa se apresentar como um produto voltado às lógicas digitais, ele não possui contas próprias e centralizadas nas principais plataformas, em razão de diretrizes internas de GZH. Assim, seus conteúdos passam a circular majoritariamente pelos perfis institucionais do grupo.

Para compreender essa centralização em GZH, foi realizada uma análise comparativa com os programas televisivos vinculados à RBS TV. Nas plataformas *Instagram* e *TikTok*, os conteúdos da emissora circulam sob o perfil @rbstv, que reúne 1,1 milhão de seguidores no *Instagram* e 321 mil no *TikTok*. Ainda assim, programas como Jornal do Almoço, Encontro com Patrícia Poeta, Globo Esporte RS e Jornal Hoje possuem perfis próprios no *Instagram*, mesmo integrando a estrutura da RBS TV, afiliada da Rede Globo. Diferentemente disso, os programas

³⁷ Entrevista concedida por Gabriel Wainer [2026]. Entrevistadora: Paula Moschem Gabrieli.

radiofônicos do Grupo RBS não apresentam a mesma segmentação de identidade digital. A análise também demonstrou que, até 30 de abril de 2026, o perfil institucional de GZH possuía, aproximadamente, 1,3 milhão de seguidores³⁸, número superior ao da RBS TV. Entretanto, embora a centralização fortaleça institucionalmente a marca GZH, ela reduz as possibilidades de construção de uma comunidade específica em torno do *Timeline*, especialmente considerando que o programa apresenta linguagem, formato e dinâmica distintos dos demais produtos do grupo.

Nesse contexto, destaca-se a ausência de contas segmentadas próprias do *Timeline*, com exceção da página no *Facebook* e do perfil no *Spotify*. Essa limitação se manifesta inclusive na própria análise de conteúdo realizada neste trabalho, já que as postagens examinadas nas seções anteriores foram publicadas pelo perfil de GZH, e não por um perfil exclusivo do programa. Tal condição dificulta que o *Timeline* estabeleça uma comunicação direta e contínua com sua audiência, comprometendo a consolidação de uma identidade digital própria.

No *Facebook*, por exemplo, a página do programa encontra-se desatualizada desde 17 de novembro de 2025, data em que o *Timeline* completou 11 anos. Ainda assim, o perfil mantém cerca de 17 mil seguidores (*Timeline Gaúcha*, 2026), número significativo para uma página sem atualizações recorrentes. A última publicação refere-se a uma coluna de Kelly Matos sobre “bandidos de colarinho branco”. Chama atenção, nesse conteúdo, a forma como Gabriel Wainer é mencionado como “amigo”, elemento que reforça a percepção de proximidade e informalidade entre os apresentadores, aspecto importante para compreender a construção relacional e afetiva do programa junto ao público.

³⁸ Enquanto este artigo estava sendo finalizado, em maio de 2026 o Grupo RBS iniciou uma mudança institucional, criando um perfil próprio da Rádio Gaúcha no *Instagram* e no *TikTok*.

Figura 8 – Última publicação encontrada na página *Timeline Gaúcha* no *Facebook*



Fonte: *Timeline Gaúcha* (2025).

No *Spotify*, plataforma em que o *Timeline* disponibiliza diariamente a íntegra do programa em formato de *podcast*, sem os intervalos comerciais, as publicações são realizadas logo após o encerramento da transmissão ao vivo. Na plataforma, o programa conta com 246 avaliações de ouvintes, alcançando média de 4,8 estrelas. Cabe destacar que o *Spotify* permite a avaliação apenas de usuários que tenham consumido ao menos 30 segundos de um dos episódios disponibilizados, o que confere maior legitimidade ao índice apresentado.

Figura 9 – Perfil do *Timeline* no *Spotify*

Fonte: Rádio Gaúcha (2026d).

Ao retomar Recuero (2009a), observa-se a distinção entre as redes de filiação e as redes emergentes, ainda que ambas constituam formas de redes sociais conectadas: “embora ambas representem redes sociais anexas, representam redes sociais diferentes” (Recuero, 2009a, p. 121). Nesse sentido, a ausência de perfis segmentados para o *Timeline*, resultado de uma escolha institucional da marca GZH, demonstra uma estratégia que prioriza redes de filiação, nas quais diferentes programas disputam atenção dentro de uma mesma conta institucional.

No caso do *Timeline*, essa lógica reduz o espaço para a construção de um diálogo próprio e para o fortalecimento de uma comunidade mais ativa em torno do programa. Ao seguir a estratégia institucional do grupo, o programa passa a enfrentar limitações de espaço, linguagem e ferramentas para expandir o chamado “DNA *Timeline*” para além da transmissão radiofônica. Recuero (2009a, p. 122) destaca que a conversação é constituída por um “sentido construído entre os integrantes”. Dessa forma, o “aspecto semântico auxilia na compreensão do significado das mensagens, de onde é possível depreender o conteúdo dos laços sociais” (*Ibid.*). Assim, a limitação de canais próprios de interação compromete também a possibilidade de construção contínua desses laços sociais e conversacionais com a audiência.

6.2 LINGUAGEM E ESTILO

Quadro 4 – Matriz de análise da categoria “Linguagem e estilo”

Categoria	Subcategoria	Código	Ideia-chave
Linguagem e estilo	Oralidade	Explicação acessível	O conteúdo informativo é traduzido para o público.
Linguagem e estilo	Tom e ruptura	Conversa e não locução = quebra de padrão	O programa rompe com o padrão tradicional do rádio, o <i>Timeline</i> se posiciona como inovação dentro da rádio
Linguagem e estilo	Humanização e leveza	Humanização como estratégia	Estratégias de mediação em temas complexos

Fonte: Elaborado pela própria autora (2026).

Outra categoria que emergiu a partir dos materiais coletados foi “Linguagem e estilo”, que será analisada a partir de três subcategorias, leia-se oralidade, tom e ruptura e humanização e leveza.

6.2.1 Oralidade: linguagem informal

Dentro do *Timeline*, a linguagem constitui um dos elementos mais marcantes de sua estratégia comunicacional e de seu posicionamento na programação da Rádio Gaúcha. Desde sua criação, o programa foi concebido como um produto que se distanciava da linguagem tradicional do rádio: “Veja, o *Timeline* foi criado para ser diferente, ele consolida isso e eu até acho, que depois do *Timeline*, os outros programas se timelirizaram um pouco” (Matos, 2026, informação verbal)³⁹.

Ao modificar a oralidade radiofônica tradicional e assumir uma linguagem mais informal, o programa construiu uma identidade própria. Como afirma Paulo Germano: “O *Timeline* tem uma linguagem mais fluida, mais acessível, mais leve e divertida” (Germano, 2026, informação verbal)⁴⁰. Os apresentadores reforçam que o dinamismo desenvolvido desde 2014 aproxima o programa da lógica dos *podcasts*, distanciando-se do modelo radiofônico tradicional, baseado na leitura rígida da lauda

³⁹ Entrevista concedida por Kelly Matos [2026]. Entrevistadora: Paula Moschem Gabrieli.

⁴⁰ Entrevista concedida por Paulo Germano [2026]. Entrevistadora: Paula Moschem Gabrieli.

e na baixa interação entre os comunicadores:

É legal quando a gente conversa. Aliás nós temos uma paixão por isso, eu e o PG. Quando a gente conversa, trabalhamos esse formato mais que os *podcasts* fazem (Matos, 2026, informação verbal)⁴¹.

Essa lógica manifesta-se na forma como os jornalistas conduzem os debates e as conversas ao vivo:

Hoje é tudo FM, mas antigamente era uma rádio AM que tinha como característica central ser um espaço sério de informação de notícias, de ser o noticiário e eu acho que o *Timeline* traz uma linguagem mais comunitária, sabe? Eu tô falando a língua, o idioma mais próximo da maioria dos ouvintes, de quem está nos escutando (Germano, 2026, informação verbal)⁴².

Ferraretto (2014) reforça que o jornalista atual precisa assumir uma posição de proximidade com o público, colocando-se como alguém semelhante ao ouvinte, ao mesmo tempo em que mantém sua posição de referência informativa. Segundo o autor, essa dinâmica possibilita a formação de comunidades virtuais “em seu entorno, agora sob a vigência da internet” (Ferraretto, 2014, p. 82).

Nesse contexto, a oralidade informal e comunitária citada por Paulo Germano aproxima o programa da audiência:

E acho que o *Timeline* se destacou por isso, ele tem um vocabulário diferente né. Tu vê a gente falando aqui, a gente usa gíria, eu sou a favor de falar a linguagem do público, mas sem tu perder o refinamento do vocabulário. Não vou dizer merda no ar, entendeu? Mas tu tem uma linguagem, uma maneira de falar que é mais próxima do ouvinte e eu acho que o *Timeline* conseguiu fazer isso (Germano, 2026, informação verbal)⁴³.

Essa construção dialoga com o conceito de participação social discutido por Traquina (2020), no qual a sociedade contemporânea organiza-se em torno de grupos que compartilham valores, interesses e formas de pertencimento. Assim, compreende-se que a criação de vínculos, apoio e identificação faz parte da própria dinâmica social contemporânea.

⁴¹ Entrevista concedida por Kelly Matos [2026]. Entrevistadora: Paula Moschem Gabrieli.

⁴² Entrevista concedida por Paulo Germano [2026]. Entrevistadora: Paula Moschem Gabrieli.

⁴³ *Ibid.*

Ao romper com a locução tradicional do radiojornalismo, o *Timeline* constrói uma identidade própria e aproxima-se de uma nova lógica de audiência. A oralidade coloquial cria espaço para participação, identificação e engajamento do ouvinte. Jenkins (2022) argumenta que proporcionar ao público oportunidades de participação fortalece o sentimento de pertencimento e contribui para a consolidação de comunidades em torno de produtos midiáticos.

A partir do referencial teórico e das entrevistas realizadas nesta pesquisa, percebe-se que a oralidade constitui um dos principais diferenciais do programa. Para compreender como essa característica se manifesta nas redes sociais, foram analisados textos, legendas e títulos de publicações realizadas pelo perfil de GZH sobre o *Timeline*. Observou-se continuidade entre a linguagem informal utilizada no rádio e aquela empregada nas plataformas digitais. Ferraretto (2017) destaca que o comunicador radiofônico contemporâneo precisa adaptar-se às novas tecnologias e desenvolver “um tipo diferente de relação com a audiência” (Ferraretto, 2017, p. 155). Nesse contexto, a linguagem tende a tornar-se mais direta, acessível e interativa, especialmente pela possibilidade de retorno imediato do público por meio das redes sociais.

Na postagem analisada abaixo, publicada em 5 de novembro de 2025 no *Instagram* de GZH, observa-se a presença de elementos característicos dessa informalidade.

Figura 10 – Publicação de GZH do programa *Timeline* do dia 5 de novembro de 2025.



Fonte: GZH Digital (2025).

A legenda inicia com um trecho da música do entrevistado convidado, o cantor Duca Leindecker, estabelecendo imediatamente um tom leve e próximo do público. Em seguida, apresenta de forma objetiva quem participou do programa e qual foi o tema abordado no corte publicado.

Outro elemento importante é o uso de emojis, recurso típico da linguagem digital contemporânea. Recuero (2009a, p. 122) afirma que a comunicação mediada por computador desenvolve “novos marcadores conversacionais e marcas verbais são desenvolvidos”, possibilitando o surgimento de construções linguísticas específicas próprias das interações digitais.

A postagem também encerra-se com uma chamada para assistir ao programa completo do *YouTube*. Segundo Mesquita (2014), chamadas dessa natureza ampliam a relação com a audiência ao convidar o público a continuar acompanhando o conteúdo em outras plataformas. Nesse caso, evidencia-se uma estratégia multiplataforma em que cortes publicados no *Instagram* ou *TikTok*

funcionam como estímulo para que o público consuma a versão integral do programa em outro ambiente digital.

Esse movimento reforça a lógica da convergência midiática discutida por Jenkins (2022), além de demonstrar processos de plataformização do conteúdo jornalístico. Kalsing (2021) argumenta que há uma adaptação crescente da produção jornalística às dinâmicas das plataformas digitais, considerando inclusive os interesses demonstrados pela própria audiência. Dessa forma, confirma-se, a partir da análise de conteúdo, o que foi apontado nas entrevistas: a oralidade informal não se restringe à transmissão radiofônica mas estende-se às estratégias digitais do programa.

No *Spotify*, também foram observados elementos relevantes dessa oralidade. O episódio publicado em 3 de março de 2026 (Rádio Gaúcha, 2026c) recebeu o título “Repercussão do conflito no Oriente Médio e as últimas da política”. O enunciado direto e objetivo evidencia uma preocupação em facilitar a compreensão imediata do conteúdo pelo ouvinte.

Figura 11 – Episódio do *Spotify* da página do *Timeline* no dia 03 de março de 2026.



Fonte: Rádio Gaúcha (2026c).

O episódio apresenta, ainda, uma breve descrição do conteúdo, permitindo que o ouvinte realize uma leitura prévia antes de decidir escutar o *podcast*. Observa-se, assim, uma preocupação em facilitar o acesso à informação, tanto pela síntese objetiva dos assuntos abordados quanto pela contextualização do tema

principal do programa, voltado à repercussão dos desdobramentos do conflito no Oriente Médio. Dessa forma, o conteúdo busca atualizar e situar a audiência acerca dos acontecimentos mais recentes.

Outro elemento relevante identificado na análise foi o uso de *hashtags*. Segundo Kalsing (2021), os editores utilizam *hashtags* como forma de vincular conteúdos sob um mesmo “carimbo”, organizando tematicamente as publicações nas plataformas digitais. Mesquita (2014) acrescenta que esse mecanismo contribui para ampliar a circulação dos conteúdos e potencializar sua inserção entre os assuntos mais comentados das redes. No episódio analisado, foram utilizadas as *hashtags* *Timeline* Gaúcha, Oriente Médio, Geopolítica e Rádio Gaúcha.

Deste modo, as análises realizadas demonstram coerência entre discurso e prática. A oralidade informal, comunitária e explicativa aparece como estratégia central do *Timeline* tanto no rádio quanto nas plataformas digitais, consolidando-se como elemento fundamental para a construção de vínculo e aproximação com a audiência.

6.2.2 Tom: o programa rompe com o padrão tradicional do rádio

Dentro do contexto radiofônico, a ruptura com o padrão tradicional do rádio manifesta-se na maneira como os profissionais organizam suas conversas e conduzem discussões ao vivo. A convivência constante com a audiência contribui para a construção de uma linguagem própria. Jung (2004) reforça que, no rádio, não basta apenas transmitir a informação: o tom de voz, a intensidade da fala e o ritmo da locução também são elementos fundamentais para manter a atenção do público e produzir sentido. Dialogar com a audiência torna-se, assim, uma característica essencial do comunicador, que deve “acrescentar informação e conhecimento a essas pessoas, mas deve se ater às condições socioculturais da audiência” (Jung, 2004, p. 123).

No *Timeline*, essa dinâmica aparece na combinação entre informação jornalística e uma locução que foge do convencional do radiojornalismo. Para Jung (2004), esse movimento representa justamente um novo formato de fazer jornalismo no rádio.

Nesse sentido, a colocação de Kelly Matos torna-se significativa:

O *Timeline* foi criado justamente para ser diferente. A rádio nunca pediu para que a gente seguisse exatamente o padrão tradicional da Gaúcha em termos de locução, entrevista ou forma de falar (Matos, 2026, informação verbal)⁴⁴.

Kelly Matos complementa:

A base do *Timeline* sempre foi jornalismo sério, com estudo, inteligência e apuração. Nunca foi um programa vazio. Mas ao mesmo tempo existia uma dinâmica diferente: o Potter fazia perguntas inesperadas para ministros ou autoridades, o David tinha uma liberdade enorme para comentar e eu trazia muito da minha experiência de política e cobertura em Brasília (Matos, 2026, informação verbal)⁴⁵.

Esta combinação entre informalidade e responsabilidade jornalística também aparece na fala de Gabriel Wainer:

O *Timeline* tem essa linguagem mais digital. A gente brinca mas eu acho que a gente consegue ser informal sem perder a seriedade. Porque também tem que lembrar sempre, o programa informativo jornalístico, na maior emissora de rádio do sul do país. Tem toda uma gama de responsabilidades que é super relevante, mas eu acho que mesmo assim a gente consegue manter essa linguagem um pouco mais mais acessível (Wainer, 2026, informação verbal)⁴⁶.

Ferraretto (2007) aponta que o novo profissional de rádio constrói com a audiência uma relação de parceria, estabelecendo uma espécie de conversa mediada pelas ondas sonoras: “um novo tipo de profissional a marcar também uma relação diferenciada com o público, um parceiro virtual de um bate-papo mediado pelas ondas eletromagnéticas” (Ferraretto, 2007, p. 125).

Em consonância com essa perspectiva, Ferraretto (2014) destaca a capacidade dos jornalistas de tornarem-se “amigos dos seus ouvintes”, construindo uma credibilidade baseada em proximidade, emoção e identificação. Assim, compreende-se que programas capazes de combinar informação, humor, emoção e descontração, “nas doses e horas certas”, acabam fortalecendo relações mais autênticas com a audiência (Ferraretto, 2014, p. 36).

⁴⁴ Entrevista concedida por Kelly Matos [2026]. Entrevistadora: Paula Moschem Gabrieli.

⁴⁵ *Ibid.*

⁴⁶ Entrevista concedida por Gabriel Wainer [2026]. Entrevistadora: Paula Moschem Gabrieli.

Para compreender como o *Timeline* intensifica essa dimensão humanizada e coloquial, foi analisado o episódio disponibilizado no *Spotify* e no *YouTube* em 3 de março de 2026 (Rádio Gaúcha, 2026c).

Exemplo de abertura do programa:

(Kelly Matos) Sim! Começando mais um *Timeline*, hoje é terça-feira, três de março de 2026, céu azul, belíssimo! Nenhuma nuvem aqui no céu na esquina da Ipiranga com a Érico Veríssimo, em frente ao Largo David Coimbra onde apresentamos diariamente este programa com Paulo Germano, com Gabriel Wagner e com vocês, nossos queridos ouvintes! Vou dar bom dia antes hoje, que a gente começa a fofocar às vezes.

(Paulo Germano) Oi Kelly, bom dia!

(Kelly Matos) Bom dia!

(Paulo Germano) Gabriel Wagner, bom dia querido. Como é que tá aí em São Paulo, aqui tá um céu azul.

(Kelly Matos) Lindo, tá um dia lindo

(Gabriel) Bom dia, aqui não tá um dia lindo, tá um dia cinza, um pouco úmido, o que é bom porque aqui é sempre muito seco, 22º nesse momento, previsão de chuva, tudo certo.

(Kelly Matos) O Gabriel tá um pouco pixelizado, seria assim, né?

(Gabriel Wainer) Eu tô.

(Kelly Matos) Te achei um pouco testemunha do Fantástico assim.. que não pode aparecer né? (Risos)

(Gabriel) (Risos) Não sei, daqui a pouco melhora.

(Kelly Matos) Tempos, tempos difíceis (risos), tempos “exxxtranhos” diria o ministro Marco Aurélio aqui conosco (Rádio Gaúcha, 2026c).

O diálogo acima ilustra o formato do programa e evidencia o uso de expressões cotidianas e espontâneas. Frases como “vou dar bom dia antes hoje, que a gente começa a fofocar” intensificam a coloquialidade e o humor cotidiano dos apresentadores, criando uma proximidade simbólica com o ouvinte e reduzindo a distância entre jornalista e público. Jung (2004, p. 62) enfatiza justamente a importância da linguagem simples e coloquial no rádio.

Observa-se também que a abertura funciona como uma espécie de “quebra gelo”, criando um ambiente de convivência antes da entrada em pautas densas e complexas. Diante desta dinâmica, Paulo Germano identifica o tom do *Timeline* como um diferencial:

Esse é um diferencial do *Timeline*, os outros programas fazem isso, eles conversam, mas é menos, é diferente. Aqui a gente se apaixona pelo assunto, a gente berra. Daí a gente grita. Daí a Kelly dá umas gaitadas, e começa a rir. Então é diferente (Germano, 2026, informação verbal)⁴⁷.

Após a abertura descontraída, Kelly Matos altera imediatamente o tom para introduzir uma pauta de forte relevância internacional:

(Kelly Matos) É tanta coisa, é tanto assunto que a gente vai falar hoje ainda, né? Dos novos capítulos do desdobramento dessa...a gente já pode chamar de guerra? Vamos falar de guerra, é uma guerra, né? Porque o movimento todo que é feito a partir de Estados Unidos e Israel contra um regime fundamentalista, teocrático, uma ditadura violenta [...]. A gente está na linha com João Miragaia, mestre em história pela Universidade de Tel Aviv e a gente já te agradece muito pela tua presença João, para gente tentar destrinchar, analisar e até pensar o que vai acontecer daqui por diante com tudo isso que estamos vendo [...] (Rádio Gaúcha, 2026c).

Na transcrição acima, é possível perceber a alternância entre descontração e profundidade. O programa articula conversa, informalidade e rigor jornalístico, preservando critérios de noticiabilidade, especialmente relevância e impacto (Traquina, 2020). Dessa forma, o *Timeline* mantém seu caráter jornalístico ao mesmo tempo em que sustenta vínculos afetivos com a audiência. Nesse contexto, Amaral (2008) sustenta que o jornalismo contemporâneo aproxima-se do entretenimento não apenas pela escolha temática, mas também pela forma como conduz suas pautas. Ainda assim, Meditsch (2007) ressalta que o jornalismo continua comprometido com a produção de conhecimento socialmente relevante.

No mesmo episódio, ao final da entrevista Kelly Matos reforça novamente a lógica multiplataforma do programa:

(Kelly Matos) 10h44, nosso primeiro bloco de uma riqueza profunda [...] João Miragaia trouxe algumas reflexões aqui puxadas, né? A gente às vezes aqui dá uma pensada profunda nas verdades que a gente tem, principalmente nas redes sociais, fica disponível depois em *Spotify* e no *YouTube* de GZH (Rádio Gaúcha, 2026c).

Ao direcionar o público para as plataformas digitais, o programa reforça sua identidade convergente e multiplataforma. Jenkins (2022) explica que a convergência modifica tanto a lógica operacional das empresas de mídia quanto a relação do público com os meios de comunicação. Segundo o autor, as antigas

⁴⁷ Entrevista concedida por Paulo Germano [2026]. Entrevistadora: Paula Moschem Gabrieli.

regras da comunicação estão em constante transformação, exigindo novas formas de relação entre empresas midiáticas e consumidores.

Assim, o modo de conversar do programa insere-se na lógica da convergência midiática. Nas redes sociais, a linguagem próxima e informal contribui para ampliar a circulação dos conteúdos e fortalecer a visibilidade do programa em plataformas como *Instagram*, *TikTok*, *YouTube* e *Spotify*.

6.2.3 Humanização e leveza: estratégias de mediação em temas complexos

A mediação construída entre público e jornalista constitui uma das marcas centrais do *Timeline*. Segundo Paulo Germano, essa característica representa um dos principais diferenciais do programa:

A Kelly, por exemplo, é uma das maiores comunicadoras do Rio Grande do Sul. Ela consegue ser divertida, leve, fazer as pessoas rirem, mas ao mesmo tempo tem enorme credibilidade (Germano, 2026, informação verbal)⁴⁸.

Gabriel Wainer também destaca a informalidade presente no cotidiano do programa: “Vira e mexe a Kelly e o PG, a Kelly principalmente, fala de cocô, assim no ar! Eu fico — meu Deus Kelly Matos” (Wainer, 2026, informação verbal)⁴⁹.

Ainda assim, Gabriel Wainer ressalta que existe um limite importante entre humor e perda de credibilidade:

A gaúcha faz 100 anos ano que vem. As pessoas estão acostumadas a um determinado tipo de linguagem, não dá pra ser tão escrachado. A gente paga e faz muita piada (Wainer, 2026, informação verbal)⁵⁰.

Nesse contexto, percebe-se que o humor no *Timeline* funciona como estratégia de aproximação com a audiência sem comprometer o compromisso jornalístico do programa.

Para compreender de que maneira o programa constroi uma abordagem leve para tratar de temas complexos, foi analisado o vídeo exibido em 20 de março de

⁴⁸ Entrevista concedida por Paulo Germano [2026]. Entrevistadora: Paula Moschem Gabrieli.

⁴⁹ Entrevista concedida por Gabriel Wainer [2026]. Entrevistadora: Paula Moschem Gabrieli.

⁵⁰ *Ibid.*

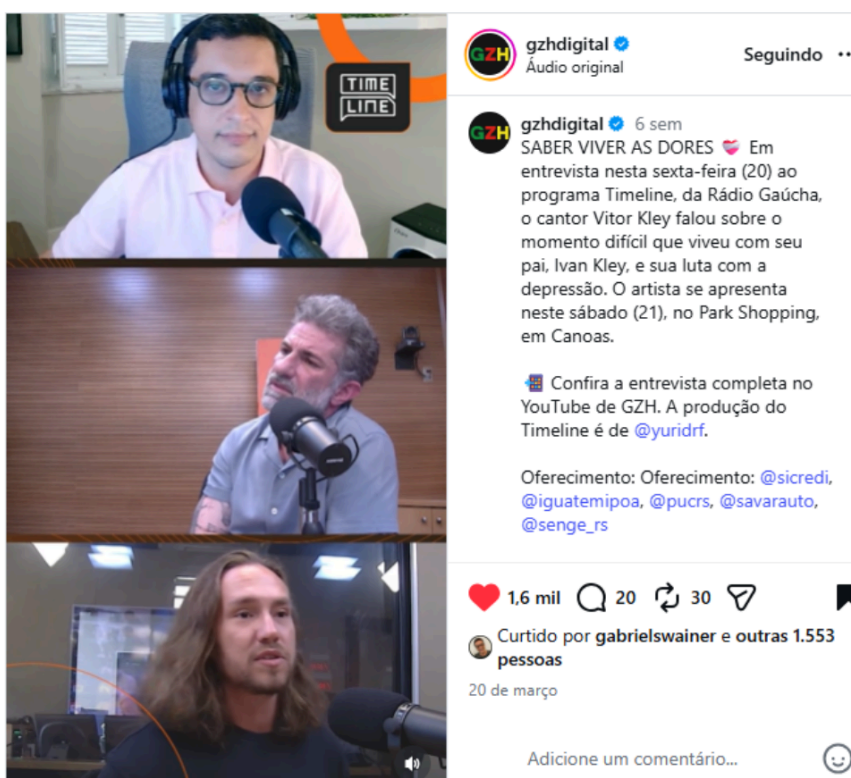
2026 (Gaúcha, 2026d), no qual o cantor Vitor Kley participou como entrevistado. Embora reconhecido nacionalmente por sua trajetória musical, a entrevista concentrou-se em um tema delicado: a morte do pai do cantor e a experiência da depressão dentro do ambiente familiar.

Durante o programa, observa-se uma condução cuidadosa por parte de Paulo Germano e Gabriel Wainer, que introduzem o assunto de maneira empática e reflexiva:

(Paulo Germano) A maneira que tu encara essas dores Vitor me parece serem construtivas, o que eu to aprendendo com isso [...] Vitor, me parece muito interessante a maneira que tu abordou a depressão que o teu pai viveu [...].

(Vitor Kley) O pai foi um grande atleta, eu acho que a depressão sempre esteve na porta ao lado do meu quarto, só que eu não sabia, eu era mais novo. E depois, quando eu fui ficando mais velho, que eu fui entendendo porque meu pai ficava por debaixo dos cobertores, porque ficava naquele quarto escuro [...] (Gaúcha, 2026d).

Figura 12 – Corte da citação acima também nas redes sociais de GZH



Fonte: GZH Digital (2026h).

No corte publicado no *Instagram* e *TikTok*, bem como no episódio completo disponibilizado no *Spotify* e *YouTube*, percebe-se que os comunicadores conseguem

transformar a discussão num momento leve e acolhedor, sem perder a profundidade do tema abordado. Paulo Germano questiona Vitor Kley sobre as dores do luto e a convivência da depressão em ambiente familiar, enquanto o cantor responde com clareza, simplicidade e transparência. O resultado é uma conversa íntima e profunda, distante do padrão engessado tradicionalmente associado ao radiojornalismo. Ferraretto (2014) analisa essa dinâmica por meio da ideia do “comunicador- amigo”, capaz de falar “o que realmente interessa ao seu ouvinte com a máxima intimidade e coloquialidade, sem jamais perder o respeito e o seu compromisso com a boa comunicação” (TECNOpop, 2009b *apud* Ferraretto, 2014, p. 36).

Ao retomar o conceito de entretenimento discutido no referencial teórico, percebe-se, a partir das entrevistas, entrevistas realizadas, que entretenimento e jornalismo não aparecem como elementos necessariamente opostos dentro do *Timeline*. Kelly Matos destaca:

O programa é um programa profundo, apesar de ser um show, de ser entretenimento, ele tem uma profundidade com seus apresentadores que até os artistas quando entrevistados saem daqui em choque, agradecendo pela entrevista. A gente fica amigo deles mesmo. O Telmo Fernandes de ainda estar aqui a gente fala direto! Ficam felizes, mandam o programa, entram conosco. É muito legal, a gente cria uma relação (Matos, 2026, informação verbal)⁵¹.

Assim, observa-se que o programa demonstra ser possível articular leveza, entretenimento, jornalismo de qualidade e temas complexos dentro de um mesmo produto radiofônico. Gabriel Wainer reforça essa característica ao comparar o *Timeline* com outros programas da grade da Rádio Gaúcha:

É um programa sobre o que está acontecendo no país, mas não só de um ponto de vista estritamente *hard news*, de política, economia internacional, mas levando em conta também toda uma agenda cultural de entretenimento de redes sociais de questões maiores sobre assuntos menores. O *Timeline* é um programa tão diferente dos outros da grade, que são ou muito voltados pro esporte ou muito voltados para notícias *hard news*, para uma coisa mais analítica. O *Timeline* tem espaço pra tudo, tem espaço pra crônica, pra atualidade, pra política e pra entretenimento (Wainer, 2026, informação verbal)⁵².

⁵¹ Entrevista concedida por Kelly Matos [2026]. Entrevistadora: Paula Moschem Gabrieli.

⁵² Entrevista concedida por Gabriel Wainer [2026]. Entrevistadora: Paula Moschem Gabrieli.

A análise do episódio confirma, portanto, a combinação entre seriedade e descontração. O formato mais íntimo do *Timeline* permite também que o ouvinte sinta-se parte do diálogo, fortalecendo a sensação de proximidade entre audiência, comunicadores e entrevistados.

Entretanto, Amaral (2008, p. 66) pondera que informação e entretenimento possuem funções distintas dentro do campo jornalístico: “Se é verdade que o entretenimento informa, também é correto afirmar que essa não é sua função precípua, assim como ao discurso jornalístico não cabe divertir”. Ainda assim, o *Timeline* demonstra que elementos de humor e leveza podem funcionar como estratégias de mediação e aproximação sem necessariamente descaracterizar o compromisso jornalístico. Gabriel Wainer sintetiza essa diferenciação ao afirmar:

Eu acho que o Gaúcha Hoje é o nosso programa de maior audiência da rádio. E ele tem a sua dose de informalidade, né? Mas é uma informalidade de tiozão, é o Macedo brincando com Cleo, com o Tiago. Eles fazem uma piadinha ou outra e tal. Mas o *Timeline* tem essa linguagem mais digital. A gente brinca mais, eu acho que a gente consegue ser informal sem perder a seriedade (Wainer, 2026, informação verbal)⁵³.

A dimensão digital do programa também foi observada nas interações do público nas redes sociais. O corte publicado por GZH no *Instagram* em 20 de março de 2026, a partir da entrevista com Vitor Kley, obteve 1.553 curtidas, 30 compartilhamentos e diversos comentários que demonstram identificação emocional e vínculo com o programa. No *TikTok*, o conteúdo alcançou 61 curtidas e 6 salvamentos.

Quadro 5 – Análise dos comentários do corte (20 mar. 2026) (continua)

Rede	Comentário (transcrição fiel)	Categoria	Interpretação analítica
<i>Instagram</i>	“Programa maravilhoso, a semana foi muito boa.”	Avaliação positiva do programa	Reforça percepção geral positiva e satisfação com o conteúdo.
<i>Instagram</i>	“Acho muito importante falar sobre a depressão...”	Validação da pauta	Reconhecimento da relevância social do tema abordado.

⁵³ Entrevista concedida por Gabriel Wainer [2026]. Entrevistadora: Paula Moschem Gabrieli.

(conclusão)

<i>Instagram</i>	“Vitor, Bruno e toda família dele são pessoas de muito amor...”	Valorização pessoal do entrevistado	Foco na imagem pública e valores familiares do convidado.
<i>Instagram</i>	“Foi ótima a entrevista!”	Avaliação positiva direta	Aprovação objetiva da condução da entrevista.
<i>Instagram</i>	“Quanta sensibilidade de todos! Esse assunto precisa ser abordado!”	Reconhecimento da sensibilidade	Confirma a percepção de leveza e responsabilidade na condução.
<i>Instagram</i>	“Senti a voz dos meninos.”	Identificação com os comunicadores	Demonstra proximidade e reconhecimento do estilo do programa.
<i>Instagram</i>	“Noooooossa!!! PG, VK foram demais ❤️”	Elogio ao comunicador e ao entrevistado	Demonstra a valorização da performance e da interação entre entrevistador e entrevistado.
<i>Instagram</i>	“Papo cabeça 🙌”	Reconhecimento de profundidade	Indica percepção de conteúdo reflexivo e relevante.
<i>Instagram</i>	“Depressão é uma doença muito séria... Passei por isso durante 30 anos...”	Relato pessoal / Identificação	Comentário que traduz a interação do público com o programa, bem como o vínculo, a capacidade da audiência export experiências pessoais.
<i>TikTok</i>	“como entrar em depressão depois de ver esse vídeo de um lindo entrevistando outro lindo impossível 😍😍😍😍😍”	Elogio estético / Foco na imagem dos participantes	O comentário desloca o foco do tema central para a aparência dos envolvidos, demonstrando recepção mais superficial e orientada à estética e carisma dos participantes.

Fonte: Elaborado pela própria autora (2026).

Os comentários analisados evidenciam principalmente avaliações positivas da entrevista, reconhecimento da relevância do tema e compartilhamento de experiências pessoais relacionadas à depressão e ao luto. Comentários como “Quanta sensibilidade de todos!” e “Esse assunto precisa ser abordado!” reforçam a percepção de acolhimento e responsabilidade na condução da pauta. Observou-se também a presença de comentários que demonstram identificação afetiva com os comunicadores, como “Senti a voz dos meninos” e “PG e Vitor foram demais”, indicando reconhecimento do estilo conversacional e da relação construída entre

entrevistadores, entrevistado e audiência. Embora tenham surgido comentários críticos pontuais, como “Deixe o entrevistado falar” ou manifestações ideológicas divergentes, predominou a recepção positiva da entrevista e do formato adotado pelo programa.

Dessa maneira, os dados analisados permitem inferir que a leveza, o humor e a informalidade funcionam como estratégias de mediação que facilitam a entrada em temas complexos. Assim, a estratégia comunicacional do *Timeline* contribui para a construção de um público engajado, participativo e emocionalmente conectado ao programa.

6.3 PERFORMANCE DOS APRESENTADORES

Quadro 6 – Matriz de análise da categoria “Performance dos apresentadores”

Categoria	Subcategoria	Código	Ideia-chave
Performance	Perfis	Complementaridade	A identidade do programa se constrói na diferença entre os apresentadores
Performance	Credibilidade	Autoridade jornalística	A informação é sustentada por capital profissional dos apresentadores
Performance	Opinião	Comentário autoral	O programa valoriza a interpretação e não apenas a informação
Performance	Interação interna	Dinâmica de bancada	A conversa entre apresentadores estrutura o programa
Performance	Identidade	Estilo <i>Timeline</i>	O programa desenvolve uma marca própria reconhecível

Fonte: Elaborado pela própria autora (2026).

Uma terceira categoria emergiu a partir dos materiais coletados: a performance dos apresentadores. A análise foi organizada em quatro subcategorias: credibilidade, opinião, interação interna e identidade.

Antes de adentrar as subcategorias, é importante destacar que a identidade do *Timeline* se constrói a partir da complementaridade entre os apresentadores. A dinâmica entre Kelly Matos, Paulo Germano e Gabriel Wainer evidencia diferentes estilos de comunicação, repertórios e formas de condução jornalística, aspecto que contribui diretamente para a construção da identidade do programa.

Dentro do *Timeline*, os três jornalistas estruturam o programa a partir de funções complementares. A composição da bancada aproxima-se das categorias descritas por Ferraretto (2014) acerca dos comunicadores radiofônicos, especialmente no que diz respeito ao âncora que conduz, interpreta e comenta as notícias, além da figura do comunicador que estabelece relação próxima com a audiência.

Paulo Germano destaca que a escolha dos apresentadores sempre foi um diferencial do programa:

A Kelly tinha 26 anos, ela não tinha construído isso ainda — foi construindo. Uma mulher na rádio, ainda mais em política. E o *Timeline* acho que o David foi o maior intelectual, talvez um dos maiores intelectuais do Rio Grande do Sul, e o Potter era um cara que vem do Pretinho, que tem um tempo diferente de fazer uma piada, de ser engraçado (Germano, 2026, informação verbal)⁵⁴.

Segundo Paulo Germano, a principal força do programa está justamente na diferença entre os perfis. Gabriel Wainer também identifica a complementaridade entre os comunicadores como parte essencial da identidade do programa.

A dinâmica entre os apresentadores pode ser observada na entrevista com Valdemar Costa Neto, exibida em 6 de março de 2026. Durante a conversa, Kelly Matos conduz a entrevista mobilizando repertório político e ironia. Paulo Germano, por sua vez, assume postura mais objetiva e confrontativa. Gabriel Wainer, no entanto, encerra o bloco realizando síntese interpretativa e contextualização para a audiência. A análise do episódio demonstra que o *Timeline* estrutura-se justamente na combinação entre diferentes formas de atuação jornalística, construindo uma dinâmica conversacional própria.

6.3.1 Credibilidade

A informalidade do *Timeline* não elimina seu compromisso com a credibilidade jornalística. Ao contrário, a autoridade do programa sustenta-se no capital profissional acumulado pelos comunicadores ao longo de suas trajetórias. Kelly Matos relembra que a primeira entrevista do programa ocorreu durante o início da Operação Lava-Jato:

⁵⁴ Entrevista concedida por Paulo Germano [2026]. Entrevistadora: Paula Moschem Gabrieli.

A nossa primeira entrevista foi justamente sobre o início da Operação Lava Jato, em 2014. Eu liguei para o ministro da Justiça na época, José Eduardo Cardozo e ele foi o primeiro entrevistado do programa. Muitos furos de política que o *Timeline* deu naquele período vieram justamente dessas fontes que eu tinha construído ao longo da carreira (Matos, 2026, informação verbal)⁵⁵.

Paulo Germano reforça a legitimidade de Kelly Matos na cobertura política: “se a Kelly falar de política todo mundo baixa a orelha e ouve porque ela tem credibilidade pra isso. É muito difícil tu ter isso” (Germano, 2026, informação verbal)⁵⁶.

A autoridade jornalística dos apresentadores também se manifesta na relação estabelecida com fontes políticas e entrevistados. Na entrevista com o presidente do PL, Valdemar Costa Neto, Kelly Matos relatou que a confirmação ocorreu poucos minutos antes do programa ir ao ar, diretamente por contato pessoal com o entrevistado. Outro episódio relevante ocorreu em 25 de novembro de 2025, quando Kelly Matos realizou cobertura em Brasília durante o período da prisão de Jair Bolsonaro. Na ocasião, entrevistou ao vivo o senador Flávio Bolsonaro em meio à intensa cobertura nacional da imprensa.

O episódio evidencia o reconhecimento profissional do programa e sua capacidade de acessar personagens centrais da política brasileira. O corte publicado nas redes sociais alcançou elevado número de interações, reforçando a percepção de autoridade jornalística junto à audiência.

Assim, observa-se que o *Timeline* combina informalidade e credibilidade, demonstrando que linguagem coloquial e rigor jornalístico não aparecem como elementos contraditórios dentro do programa.

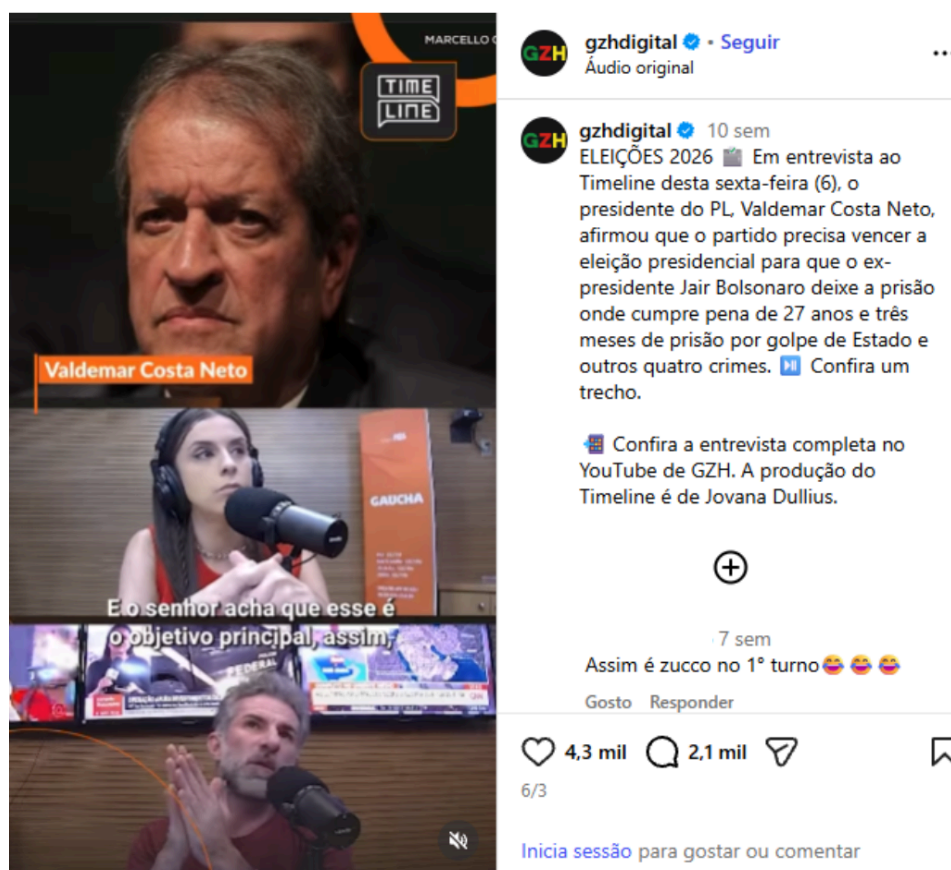
Abaixo, apresenta-se a captura de tela do corte da entrevista com Valdemar Costa Neto. A publicação (GZH Digital, 2026b) alcançou 4,3 mil curtidas e mais de 2,1 comentários apenas no *Instagram*, demonstrando forte repercussão junto à audiência. Além do engajamento nas redes sociais, Kelly Matos destacou que a entrevista também gerou discussões fora do ambiente digital e da transmissão ao

⁵⁵ Entrevista concedida por Kelly Matos [2026]. Entrevistadora: Paula Moschem Gabrieli.

⁵⁶ Entrevista concedida por Paulo Germano [2026]. Entrevistadora: Paula Moschem Gabrieli.

vivo: “todo mundo só falava disso, me pararam na escola do meu filho, mandaram mensagem” (Matos, 2026, informação verbal)⁵⁷.

Figura 13 – Publicação de GZH do programa *Timeline* do dia 6 de março de 2026.



Fonte: GZH Digital (2026b).

Após a saída do presidente do PL, Gabriel Wainer encerra o bloco realizando uma análise interpretativa da entrevista, retomando os principais pontos abordados e contextualizando as declarações do entrevistado para a audiência. A fala evidencia uma postura analítica e explicativa, sintetizando os desdobramentos da conversa de forma acessível ao ouvinte:

Eu gosto que toda entrevista com o Valdemar a gente sai com um milhão de revelações diferentes. É sempre um personagem muito bom de entrevistar porque ele fala muito e fala muito livremente. Para mim um dos destaques foi que ele levou a proposta de acordo pro Rogério Marinho, a proposta que era votar a dosimetria para enterrar uma eventual CPI do Banco Master, e que foi o Rogério Marinho que rejeitou. E aí tem esse final que o PG conseguiu tirar do presidente — que o plano de governo do PL consiste basicamente na promessa de tirar o ex-presidente da cadeia. E eu acho que é importante reforçar que o entendimento do Valdemar de que o

⁵⁷ Entrevista concedida por Kelly Matos [2026]. Entrevistadora: Paula Moschem Gabrieli.

ex-presidente e o Braga Neto e a turma toda não cometeram crime é absolutamente individual e não é o entendimento da Justiça brasileira (Gaúcha, 2026c).

Na fala acima, percebe-se que Gabriel Wainer realiza uma leitura mais estrutural da entrevista, organizando as informações e contextualizando as falas do entrevistado para o público. Ao ressaltar que o entendimento de Valdemar Costa Neto não corresponde ao posicionamento da Justiça brasileira, o comunicador reforça o compromisso do programa com a contextualização e a verificação das informações apresentadas durante o debate.

Além disso, Kelly Matos destaca que foi justamente a identidade própria do programa e a dinâmica entre os apresentadores que ampliaram o espaço do programa dentro da Rádio Gaúcha, especialmente na realização de entrevistas que não se encaixariam em formatos mais tradicionais da emissora.

Compreende-se assim, que a diversidade de estilos entre os apresentadores constitui um dos principais elementos para o sucesso e para a identidade do programa. Cada comunicador participa da conversa de maneira distinta, produzindo análises, perguntas, ironias e interpretações complementares. Dessa forma, o *Timeline* aproxima-se da estrutura de painel descrita por Ferraretto (2014, p. 58), na qual “cada integrante da mesa expõe suas opiniões, que vão se complementando. Mesmo que haja divergência de posicionamentos, o objetivo principal é fornecer um quadro completo a respeito do assunto enfocado”.

6.3.2 Opinião: comentário autoral

A opinião constitui um dos elementos centrais da dinâmica do *Timeline*. O programa aproxima-se da estrutura de mesa-redonda descrita por Ferraretto (2014), em que comentaristas analisam acontecimentos a partir de interpretações próprias.

Gabriel Wainer reconhece explicitamente essa característica: “O *Timeline* é feito por três comentaristas [...] A gente está ali para dar a nossa opinião para trazer as nossas análises” (Wainer, 2026, informação verbal)⁵⁸.

Kelly Matos define essa dinâmica afirmando que o programa “coloca tempero na informação” (Matos, 2026, informação verbal)⁵⁹, indicando que a notícia não é

⁵⁸ Entrevista concedida por Gabriel Wainer [2026]. Entrevistadora: Paula Moschem Gabrieli.

⁵⁹ Entrevista concedida por Kelly Matos [2026]. Entrevistadora: Paula Moschem Gabrieli.

apresentada de maneira neutra ou mecanizada, mas interpretada pelos comunicadores.

Para compreender o comentário autoral no programa, foi analisado o episódio de 3 de novembro de 2025, referente ao caso de Damaris Vitória Kremer da Rosa, jovem presa injustamente e que faleceu após sair da prisão sem receber tratamento adequado para um câncer (Gaúcha, 2025c).

Durante o programa, Paulo Germano realizou um longo comentário opinativo sobre o caso, defendendo direitos humanos, dignidade e garantias fundamentais. A fala mobilizou intensa participação da audiência durante a *live* no *YouTube*. A repercussão demonstrou forte engajamento emocional do público. Comentários analisados evidenciaram tanto apoio quanto contestação às opiniões do jornalista, reforçando a dinâmica participativa do programa. A análise demonstra que o comentário autoral do *Timeline* produz envolvimento emocional e incentiva a participação ativa da audiência, seja por concordância ou oposição.

Nesse contexto, Paulo Germano afirma: “O cara que trabalha com opinião precisa mexer com as pessoas” (Germano, 2026, informação verbal)⁶⁰. A colocação aproxima-se da interpretação de Jung (2004), segundo a qual o jornalista não é um sujeito neutro, mas alguém atravessado por valores, emoções e posicionamentos sociais. Assim, o *Timeline* transforma o comentário autoral em elemento central de engajamento e vínculo com a audiência.

Foram analisados os comentários publicados durante a *live* do *YouTube* do dia 3 de novembro de 2025 (Gaúcha, 2025c), especialmente aqueles relacionados à fala de Paulo Germano sobre o caso Damaris Vitória Kremer da Rosa. As manifestações da audiência evidenciam diferentes formas de recepção do comentário autoral do jornalista, variando entre apoio, identificação emocional, validação moral e contestação ideológica.

Quadro 7 – Comentários de apoio à fala de Paulo Germano durante a *live* do *YouTube* (continua)

Comentário	Categoria	Interpretação
PG sempre necessário!	Apoio ao comunicador	Reconhecimento do comentário de opinião, mostrando ser importante.

⁶⁰ Entrevista concedida por Paulo Germano [2026]. Entrevistadora: Paula Moschem Gabrieli.

(conclusão)

Boa PG, não se cale, o debate tem que ser assim, todas as vozes ouvidas! sempre!	Defesa da opinião	Reforça a importância da liberdade de expressão e da presença de visões divergentes.
Ótimo comentário PG, infelizmente é uns poucos que lucram e o povo que se dane.	Apoio com crítica social	Concorda com o comunicador e aumenta o debate sobre desigualdade.
Apoio e concordo com o PG!	Apoio direto	Manifestação de concordância e apoio a fala.
PG tem razão ainda mais nesse caso.	Apoio contextualizado	Compreensão da fala do comunicador e apoio.
Parabéns PG, pela sensatez.	Validação moral	Mostra-se que o ouvinte tocou-se com a fala.
Muito certo PG, pela tua colocação!	Apoio argumentativo	Reforça que concorda com o posicionamento apresentado.
Extremamente, triste demais! Um absurdo tudo isso!	Reação emocional	Demonstra empatia com a vítima e descontentamento com o Estado.
Que absurdo, trataram essa moça como uma assassina cruel, quando muitos bandidos cruéis são tratados a pão de ló.	Indignação	Expressa revolta diante da percepção de injustiça.

Fonte: Elaborada pela própria autora (2026).

Os comentários de apoio demonstram reconhecimento da legitimidade do posicionamento de Paulo Germano, além de evidenciarem identificação emocional da audiência com o tema debatido. Expressões como “PG sempre necessário”, “Parabéns PG, pela sensatez” e “Boa PG, não se cale” reforçam não apenas concordância com a fala do comunicador, mas também valorização da existência de opiniões divergentes no debate público.

Além disso, comentários como “Extremamente triste demais! Um absurdo tudo isso!” e “trataram essa moça como uma assassina cruel” revelam envolvimento afetivo dos ouvintes diante do caso abordado, demonstrando empatia com a vítima e indignação em relação à atuação do Estado.

Por outro lado, também foram identificados comentários de contestação e discordância:

Quadro 8 – Comentários contra a fala de Paulo Germano durante a *live* do *YouTube*

Comentário	Categoria	Interpretação
Certamente minoritária	Contestação	Ironiza a colocação do comunicador sobre sua posição ser minoritária.
Que comentário sem noção e propósito, cara quer sempre ser o diferente este PG, isto se Chama um judiciário que claramente é movido por interesses só quem tem dinheiro tem justiça	Deslegitimação do comunicador	Questiona a intenção do jornalista e desloca o foco para uma crítica pessoal do mesmo.
AH POIS É, MENOS PRO BOLSONARO, NÉ COMUNISTA?	Ataque ideológico / polarização	Discurso opinativo, com disputa ideológica que ultrapassa o tema do debate.

Fonte: Elaborado pela própria autora (2026).

Os comentários contrários evidenciam disputas ideológicas e tensionamentos típicos dos ambientes digitais contemporâneos. Em alguns casos, a crítica desloca-se do tema debatido para ataques direcionados ao próprio comunicador, enquanto outros comentários reinterpretem a fala de Germano a partir de polarizações políticas já presentes nas redes sociais.

Observou-se ainda a presença de comentários relacionando o caso à prisão de Jair Bolsonaro, demonstrando como debates políticos e ideológicos atravessam as interações do público mesmo quando o tema central da discussão era outro. A análise permite inferir que o comentário autoral de Paulo Germano mobilizou significativamente a audiência, exatamente como o próprio jornalista reconhece em sua fala ao afirmar que sua visão seria “absolutamente impopular” e “minoritária”. Ainda assim, o espaço construído pelo *Timeline* possibilita que os ouvintes se sintam confortáveis para apoiar, criticar, complementar ou confrontar os posicionamentos apresentados pelos comunicadores.

Nesse contexto, evidencia-se o que Jung (2004, p. 121) descreve como o momento em que o jornalista “desce do pedestal, para se aproximar da audiência”. O envolvimento do público nos comentários reforça o objetivo central desta pesquisa: a dinâmica conversacional do *Timeline*, marcada por informalidade, posicionamento autoral e proximidade simbólica, contribui diretamente para a construção de vínculos afetivos e para o engajamento da audiência nas plataformas digitais, seja pela concordância, seja pela contestação.

Como afirma Jung (2004, p. 111), o jornalista é atravessado por valores, emoções e posicionamentos sociais, uma vez que “toma partido, torce, vibra, ora, preza, desgosta, ama e odeia”. No *Timeline*, essa dimensão subjetiva do comunicador não aparece escondida, mas integrada à própria dinâmica do programa e às formas de interação construídas com o público.

6.3.3 Interação interna: dinâmica de estúdio

A dinâmica do estúdio começa antes das 10h. A escolha das pautas é construída desde o dia anterior e vai se moldando conforme os acontecimentos mais recentes. As primeiras conversas surgem em um grupo de *WhatsApp* formado pelos três jornalistas e pela produção. Kelly Matos descreve esse processo:

A nossa rotina de produção não começa aqui, ela começa mais ou menos às 6h da manhã no nosso grupo de *WhatsApp*, nesse grupo a gente se fala bastante, de dia e de noite, quando vai surgindo coisas. A gente não para. A gente inclusive às vezes é insuportável. Com a história do Master, eu sou a pior de todas, com meu hiperfoco, eu fico mandando mensagem o dia inteiro para eles. A gente não escolhe só a entrevista, a gente escolhe os assuntos (Matos, 2026, informação verbal)⁶¹.

Paulo Germano destaca ainda a importância do produtor Yuri DRF na curadoria dos temas que estão repercutindo nas redes sociais: “O Yuri manda uma curadoria dos assuntos que estão bombando no X, nas redes. Ele manda de manhã para a gente se preparar e pensar no que vamos abordar” (Germano, 2026, informação verbal)⁶².

Essa estrutura operacional exemplifica os conceitos de *gatekeeping* e *gatewatching* discutidos por Bruns (2005) e já apresentados no Capítulo 4. O *Timeline* atua em uma lógica híbrida: por um lado, os jornalistas mantêm práticas de *gatekeeping*, uma vez que continuam exercendo a autoridade profissional de decidir quais temas serão abordados. Por outro, também exercem o *gatewatching*, monitorando as “portas de saída” das redes sociais para identificar os assuntos que mobilizam as *timelines* dos ouvintes.

⁶¹ Entrevista concedida por Kelly Matos [2026]. Entrevistadora: Paula Moschem Gabrieli.

⁶² Entrevista concedida por Paulo Germano [2026]. Entrevistadora: Paula Moschem Gabrieli.

Minutos antes do início do programa, Paulo Germano e Kelly Matos realizam uma última reunião de pauta, revisando os acontecimentos mais recentes da manhã e estruturando os temas que poderão ser discutidos ao longo do programa:

A gente chegou aqui hoje e eu disse vamos falar sobre o estupro coletivo, que o Fantástico fez matéria ontem, porque eu queria falar sobre maioridade penal. Não tem entrevista esse assunto, só abordagem, mas a gente coloca na roda (Germano, 2026, informação verbal)⁶³.

Figura 14 – Análise de entrevista exibida no Fantástico durante a finalização da pauta, minutos antes do programa ir ao ar



Fonte: Elaborado pela própria autora (2026).

Kelly Matos complementa que esse alinhamento prévio é importante para que todos estejam contextualizados e possam contribuir de forma equilibrada para o debate:

Então nós vamos assim mais ou menos, porque daí a gente pode se provocar, o PG vai se preparar para algo que daqui a pouco ele não tá tão por dentro. Então mais ou menos a gente se dá uma tateada e sabe do que a gente tá falando. Porque se jogar uma bola nas costas no meio do programa e só um ficar falando não fica bom (Matos, 2026, informação verbal)⁶⁴.

⁶³ Entrevista concedida por Paulo Germano [2026]. Entrevistadora: Paula Moschem Gabrieli.

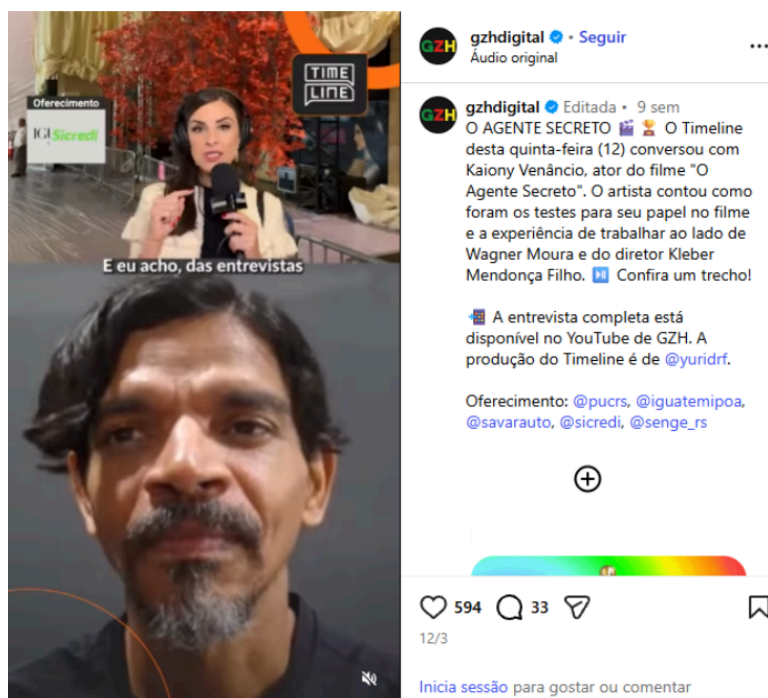
⁶⁴ Entrevista concedida por Kelly Matos [2026]. Entrevistadora: Paula Moschem Gabrieli.

Gabriel Wainer também relata como ocorre o processo de escolha de pautas e a dinâmica editorial do programa:

Eu e a Kelly temos uma inclinação maior pras pautas políticas então a gente tá sempre muito de olho nisso, até involuntariamente nem pensando especificamente no programa. E o Brasil não tem dado muita trégua né, então normalmente assim o primeiro bloco a gente costuma puxar aquilo que tá no topo, não necessariamente das *timelines*, mas das manchetes mesmo, dos portais. Aquilo que fizer sentido lógico com a nossa audiência e com aquilo que a gente se sente confortável em comentar (Wainer, 2026, informação verbal)⁶⁵.

Ao analisar as redes sociais do programa, essa dinâmica de construção de pautas se confirma. Um exemplo pode ser observado na edição de 12 de março de 2026, em que os dois assuntos principais debatidos foram impulsionados pela repercussão digital: o Oscar 2026, com a indicação de um filme brasileiro ao prêmio, e a declaração de Ratinho sobre a deputada Erika Hilton após sua eleição à presidência da Comissão de Defesa dos Direitos da Mulher da Câmara dos Deputados.

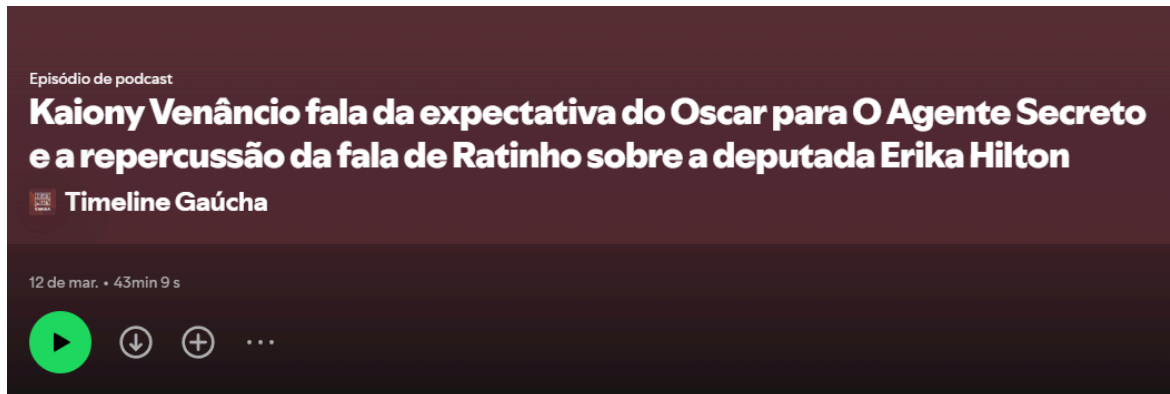
Figura 15 – Jornalista Kelly Matos no Oscar, em Los Angeles, entrevistando ator durante o *Timeline* ao vivo.



Fonte: GZH Digital (2026d).

⁶⁵ Entrevista concedida por Gabriel Wainer [2026]. Entrevistadora: Paula Moschem Gabrieli.

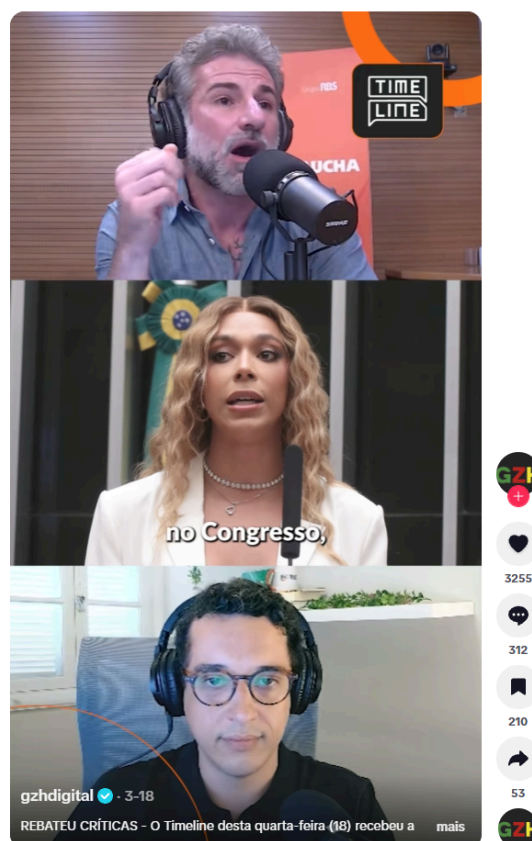
Figura 16 – Exemplo de *gatewatching* no *Timeline*: repercussões do Oscar 2026



Fonte: Rádio Gaúcha (2026b).

A repercussão do caso foi tão significativa que, mais tarde, em 18 de março, o programa conseguiu realizar uma entrevista ao vivo com a deputada Erika Hilton. O episódio evidencia como debates originados nas plataformas digitais podem ser incorporados ao fluxo jornalístico tradicional, transformando-se em pautas de *hard news*.

Figura 17 – Corte da entrevista com Erika Hilton circulando no *TikTok*



Fonte: GZH Digital (2026f).

O caso também exemplifica a estratégia de plataformização do programa, que fragmenta entrevistas em cortes distribuídos nas redes sociais, potencializando temas que já apresentavam forte circulação digital e ampliando a visibilidade do *Timeline*, como analisa Kalsing (2021). Durante a análise de conteúdo, observou-se que o perfil de GZH no *TikTok* apresentava índices de engajamento inferiores ao do *Instagram*. Ainda assim, por se tratar de um assunto “em alta”, o corte alcançou grande repercussão na plataforma, registrando 3.255 curtidas e 312 comentários. No *Instagram*, o mesmo conteúdo obteve 4,8 mil curtidas e 2,7 mil comentários.

Nesse contexto, cabe destacar Mesquita (2014, p. 19), que define a audiência potente como um público que não apenas consome conteúdo, mas também participa ativamente da circulação e ressignificação das mensagens, envolvendo-se com os veículos “das mais diversas formas.” Assim, a capacidade de propagação dos conteúdos contribui para “movimentar ou ativar essas redes” (Mesquita, 2014, p. 19).

Diante destas análises, evidencia-se que os jornalistas constroem coletivamente as pautas e centralizam os temas que consideram relevantes ao debate público. Ao mesmo tempo, incorporam assuntos que emergem das *timelines* e das plataformas digitais, confirmando que o engajamento se torna um elemento central no jornalismo de plataforma. Nesse processo, os comunicadores atuam não apenas como transmissores de informação, mas como mediadores de conversas em rede.

6.3.4 Identidade: estilo *Timeline*

Com uma identidade consolidada, dinâmica distinta do rádio tradicional e apresentadores reconhecidos pelo modo particular de conduzir entrevistas e debates, o *Timeline* estabeleceu-se como referência no radiojornalismo contemporâneo, tornando-se amplamente reconhecido tanto pela audiência quanto pelos entrevistados. Kelly Matos relata:

Hoje muitos artistas já sabem que, quando vêm ao Rio Grande do Sul, precisam falar no *Timeline*. Os produtores já conversam entre si: 'tu tem que ir nesse programa'. A Vera Fischer veio porque era *Timeline*, o Tony Ramos ama vir aqui porque é o *Timeline* (Matos, 2026, informação verbal)⁶⁶.

⁶⁶ Entrevista concedida por Kelly Matos [2026]. Entrevistadora: Paula Moschem Gabrieli.

Kelly Matos acrescenta que, embora a prioridade pela informação permaneça como um princípio histórico da Rádio Gaúcha, o programa buscou uma construir uma forma própria de comunicação:

O que sempre foi inegociável era a prioridade da informação. A Rádio Gaúcha sempre teve essa identidade: se algo importante está acontecendo, precisa estar na Gaúcha. Mas a forma de falar podia ser diferente (Matos, 2026, informação verbal)⁶⁷.

A construção dessa linguagem tornou-se central para o reconhecimento do programa. Conforme Paulo Germano, o público não consome apenas a informação, mas também o modo como ela é mediada pelos apresentadores:

O público foi não só se apaixonando, mas respeitando o modo *Timeline* de fazer. As pessoas já sabem e esperam de nós que a gente faça os nossos comentários da forma como a gente faz, as nossas entrevistas da forma como a gente faz (Germano, 2026, informação verbal)⁶⁸.

Kelly Matos complementa: “As pessoas já entenderam a forma como a gente faz a entrevista. Então elas vêm pra gente assim – ah vocês tem entrevistar o fulano” (Matos, 2026, informação verbal)⁶⁹.

Um dos principais elementos dessa identidade é a expressão “mudamos o jazz”, utilizada pelos apresentadores durante a transição entre assuntos. O bordão tornou-se um marcador simbólico do programa, funcionando como elemento de identidade sonora e narrativa. A frase organiza o fluxo informativo e sinaliza ao ouvinte a mudança de tema, tom e abordagem, permitindo que o programa transite entre assuntos leves e temas densos sem perder coesão editorial .

Nesse sentido, “mudamos o jazz” opera como uma ferramenta de mediação narrativa. Ao anunciar a troca de pauta, os apresentadores mantêm a fluidez do programa e reforçam uma linguagem reconhecível pela audiência. Trata-se de um recurso que evidencia a construção de um estilo próprio, no qual informalidade, ritmo conversacional e organização editorial coexistem. .

⁶⁷ Entrevista concedida por Kelly Matos [2026]. Entrevistadora: Paula Moschem Gabrieli.

⁶⁸ Entrevista concedida por Paulo Germano [2026]. Entrevistadora: Paula Moschem Gabrieli.

⁶⁹ Entrevista concedida por Kelly Matos [2026]. Entrevistadora: Paula Moschem Gabrieli.

Outro ponto relevante para compreender a identidade do *Timeline* é o reconhecimento dessa linguagem pela audiência nos espaços de interação digital. Para essa análise, observou-se o programa exibido em 5 de novembro de 2025 (Gaúcha, 2025b), com participação de Leandro Karnal e Duca Leindecker, especialmente os comentários publicados durante a transmissão ao vivo no *YouTube*.

Em um primeiro momento, destaca-se a defesa dos apresentadores por parte da audiência, sobretudo em situações de críticas à jornalista Kelly Matos. Entre os comentários observados estava: “qual o esporte mais praticado no RS? futebol? ou criticar a Kelly Matos?” e “Parabéns a todo mundo que odeia o programa, odeia a Kelly, odeia o mundo, mas está sempre aqui dando ibope e engajamento...”.

Essas manifestações demonstram que parte da audiência reconhece, aprova e protege o formato do programa e seus apresentadores, estabelecendo vínculos que ultrapassam o consumo passivo do conteúdo. Nesse contexto, aproxima-se do conceito de audiência potente proposto por Mesquita (2014), em que o público não apenas consome o produto midiático, mas também participa da construção simbólica de sua identidade.

Além disso, diversos comentários apresentaram forte carga emocional, evidenciando relações afetivas entre audiência e programa: “Emocionante escutar Duca...”, “Essa música é atemporal.”, “Que lindo! Pai e filho!!”, “Amooo amanhã colorido, apresentei na 4º série na escola. Saudades”, “Emocionante... gratidão!”

Esses comentários demonstram que o público compreende e valoriza a proposta híbrida do programa, que articula assuntos *soft* e *hard news* dentro de uma mesma dinâmica narrativa. As interações observadas dialogam com o conceito de *públicos afetivos*, desenvolvido por Papacharissi (2015), no qual as plataformas digitais favorecem a construção de “sentimentos de comunidade” (Papacharissi, 2015, p. 9) e formas de “passividade engajada” (*Ibid*).

As interações síncronas no *chat* do *YouTube* reforçam, portanto, a identidade do *Timeline*. Enquanto os jornalistas constroem um discurso marcado pela informalidade, proximidade e conversação, a audiência responde de maneira igualmente participativa, comentando, reagindo e monitorando o ambiente interativo. Dessa forma, o programa consolida-se não apenas como um espaço de informação, mas também como um ambiente de identificação simbólica, pertencimento e vínculo afetivo entre comunicadores e público.

6.4 VÍNCULOS AFETIVOS, COMUNIDADE E PARTICIPAÇÃO

Quadro 9 – Matriz de análise da categoria “Vínculos afetivos, comunidade e participação”

Categoria	Subcategoria	Código	Ideia-chave
Vínculo	Proximidade	Linguagem de intimidade	O programa constrói sensação de proximidade com o ouvinte
Vínculo	Comunidade e participação	Audiência como comunidade ativa	O público se reconhece como parte do programa e participa da construção de pautas e do programa.
Vínculo	Fidelização	Relação duradoura	O vínculo se constrói ao longo do tempo
Vínculo	Afetividade	Identificação emocional	O programa gera pertencimento e vínculo emocional

Fonte: Elaborado pela própria autora (2026).

Outra categoria que destacou-se foi “Vínculos afetivos, comunidade e participação”, que será analisada em quatro subcategorias, leia-se proximidade, comunidade e participação, fidelização e afetividade.

6.4.1 O programa constrói sensação de proximidade com o ouvinte

A Teoria dos Usos e Gratificações contribui para explicar o porquê o público recorrer frequentemente ao programa, permitindo analisar o vínculo como categoria central da experiência radiofônica contemporânea. A audiência busca no programa uma combinação de informação, entretenimento, companhia e participação, produzindo sensações de pertencimento e gratificações. Segundo Hajdarmataj e Paksoy (2022, p. 30, tradução própria)⁷⁰:

A teoria dos usos e gratificações entende o uso dos instrumentos de comunicação como um processo de satisfação de necessidades e alívio de tensões, e considera o público como indivíduos ativos, racionais, resistentes a influências e que fazem escolhas de acordo com seus desejos.

⁷⁰ **Do original:** “The theory of uses and gratification sees the use of communication tools as a process of need satisfaction and tension and accepts the audience as individuals who are active, rational, resistant to influence, and making choices according to their wishes” (Hajdarmataj; Paksoy, 2022, p. 30).

No *Timeline*, essas gratificações convergem em múltiplas dimensões: informar, entreter, acompanhar, descansar, pertencer. A audiência não procura apenas as pautas abordadas, mas também a experiência afetiva do programa, marcada pela sensação de companhia e pela possibilidade de interação contínua por meio das plataformas digitais. Nesse sentido, Ferraretto (2014) compreende o rádio como um meio capaz de “quebrar a solidão”, reforçando sua dimensão de proximidade cotidiana.

A transformação dos locutores em comunicadores, associada à linguagem conversacional do rádio contemporâneo, ampliou essa relação de intimidade entre emissor e audiência. Ferraretto (2014) observa que, com a cultura da portabilidade e a circulação do rádio em dispositivos móveis, consolidou-se uma lógica de companhia contínua, posteriormente expandida pelas plataformas digitais.

Durante a entrevista, Paulo Germano reforça essa dimensão de proximidade:

O *Timeline* é um produto das redes sociais. A maneira de fazer comunicação mudou e de alguma forma fazer isso é muito delicado, precisa ter responsabilidade. O rádio é companhia, tu está no carro ali, parece que o cara está do teu lado. Então as pessoas estão às vezes ouvindo rádio e xingando ali mesmo. O rádio é um instrumento que tem essa possibilidade de instigar os sentimentos da pessoa ao vivo. E quando tem um canal pra poder te comunicar, num *chat* é mais fácil acontecer o debate público (Germano, 2026, informação verbal)⁷¹.

A proximidade construída pelo *Timeline* não é apenas técnica, mas simbólica. O programa produz uma sensação de presença constante, atualizada pelas plataformas digitais e reforçada pela linguagem coloquial dos apresentadores. Essa dinâmica aproxima o comunicador daquilo que Ferraretto (2014) define como “companheiro virtual”, transitando entre autoridade jornalística e identificação cotidiana com o ouvinte.

As manifestações da audiência no episódio de 9 de março de 2026 (Gaúcha 2026b), que abordou o caso do Banco Master e o Oscar, materializam essa lógica relacional. Durante o *chat* ao vivo no *YouTube* de GZH, identificaram-se comentários positivos, críticas e manifestações emocionais, evidenciando a pluralidade das interações digitais. Nesse contexto, reaparece o conceito de *audiência potente* de Mesquita (2014), em que o público deixa de apenas receber a mensagem para atuar como agente participante do debate.

⁷¹ Entrevista concedida por Paulo Germano [2026]. Entrevistadora: Paula Moschem Gabrieli.

Entre os comentários registrados, destacam-se: “Bom dia Kelly, PG, Gabriel um ótimo começo de semana a todos nós”; “PG falou tudo!” “Parabéns PG! É isso aí.”; “Exatamente PG!”; “Boa PG concordo contigo”.

O uso recorrente do apelido “PG” evidencia uma relação de informalidade e proximidade entre audiência e comunicador, aproximando a interação de uma conversa entre conhecidos. Os comentários revelam alto grau de identificação com os posicionamentos do jornalista, reforçando sentimentos de pertencimento e vínculo com o programa.

Em outro comentário, observa-se forte carga emocional: “Bom dia, olha tô nervosa aqui, e coração acelerou, a ideia de ver esses bandidos soltos e comemorando”. Nesse caso, a audiência expõe vulnerabilidades e emoções de maneira pública, aproximando-se do conceito de *públicos afetivos* de Papacharissi (2015), segundo o qual as plataformas digitais favorecem conexões emocionais e espaços de compartilhamento afetivo.

A participação da audiência do *Timeline* também manifesta-se pela necessidade de inserção no debate público, aspecto relacionado à cultura participativa discutida por Jenkins (2022). Comentários como: “Eu sou de esquerda e concordo com a ideia do Paulo Germano em relação de se retirar o conceito de idade de crimes hediondos” e “Não tem a ver com política, classe abastada ou não. Começa pela educação moral e certíssima a colocação do Gabriel. Impunidade é o que prevalece neste país” demonstram que os ouvintes não interagem apenas entre si, mas direcionam suas opiniões diretamente aos apresentadores, reivindicando participação ativa na circulação de sentidos.

Contudo, o ambiente digital também produz reações críticas e conflitivas. Mesquita (2014) descreve esse comportamento como audiência de reação, caracterizada pela vigilância constante sobre os meios de comunicação. No mesmo episódio, identificaram-se comentários como: “Kelly cria vergonha nessa sua cara lembra quando vc e Davi Coimbra riam do policial que morreu no assalto em Santa Catarina”; “O problema é este: jornalismo que tem lado...”; “Vocês são muito tendenciosos, dá nojo”. As manifestações evidenciam que o *chat* das *lives* não constitui apenas um espaço de afeto, mas também um ambiente de monitoramento e crítica permanente. Mesmo em situações de rejeição, permanece um vínculo com o programa, já que os comentários demonstram acompanhamento contínuo da trajetória dos apresentadores e da marca *Timeline*.

6.4.2 O público se reconhece como parte do programa e participa da construção de pautas

Por tratar-se de um programa inserido em uma lógica de plataformização, o *Timeline* opera em constante diálogo com as métricas, interações e demandas das redes sociais. Kalsing (2021) destaca que, no jornalismo contemporâneo, os processos editoriais passam a considerar relatórios de audiência e dinâmicas de engajamento produzidas pelas plataformas digitais. Nesse contexto, Gabriel Wainer afirma:

As pessoas pedem assuntos vira e mexe nos comentários do *YouTube*, coisas que a gente não vê nos grandes portais e que são relevantes. Tem uma *agenda-setting* por parte das redes com toda certeza. O *Timeline* é muito vanguardista nesse sentido, ele nasce com esse objetivo. E isso tem sido cada vez mais valorizado, claro, sempre pensando na responsabilidade do jornalismo profissional (Wainer, 2026, informação verbal)⁷².

O programa incorpora sugestões, críticas e questionamentos da audiência em tempo real, produzindo um modelo de participação que ultrapassa o consumo passivo da informação. Gabriel Wainer descreve esse processo:

Durante o programa eu fico dando uma olhada nos comentários do *chat*, porque vira e mexe vem uma sugestão de pergunta que eu acho que é pertinente para o entrevistado. Ou então alguém diz – ah, porque que vocês não estão falando de determinado tema? As pessoas adoram criar grandes teorias da conspiração. Mas às vezes eu só não pensei. Hoje aconteceu a gente tava entrevistando o Pedro Dória e um cara falou sobre a indicação do PSD do Caiado, e aí alguém comentou – não vão falar do Renan Santos? Eu pensei e falei realmente, por que nós não vamos falar do Renan? Não é um assunto proibido. Claro que ele fez essa pergunta na malícia, achando que a gente não poderia falar a respeito, mas aí fiz a pergunta e foi um assunto super relevante que cabia ali (Wainer, 2026, informação verbal)⁷³.

A fala evidencia a abertura do programa ao diálogo e à participação do público na construção do debate. A audiência não apenas comenta o conteúdo, mas interfere diretamente nos enquadramentos e nas dinâmicas da entrevista. Gabriel Wainer complementa:

⁷² Entrevista concedida por Gabriel Wainer [2026]. Entrevistadora: Paula Moschem Gabrieli.

⁷³ *Ibid.*

Eu quero agradar o ouvinte e agradar o ouvinte não é dizer aquilo que o ouvinte quer ouvir. Mas eu quero que se a pessoa tá 'perdendo o tempo dela' ouvindo meu programa e tá sentindo falta de alguma coisa e eu acho que faz sentido incluir na pauta, não vejo porque não (Wainer, 2026, informação verbal)⁷⁴.

Essa lógica aproxima-se da perspectiva de Carpentier (2011), que compreende a participação midiática como compartilhamento parcial de controle entre profissionais da comunicação e audiência. Nas formas maximalistas de participação, público e jornalistas negociam sentidos e contribuem conjuntamente para a experiência comunicacional.

Paulo Germano reforça:

O público constrói o programa junto sempre porque o *Timeline* se pauta bastante pelo que tá repercutindo, especialmente nas redes sociais. Então o público tá junto, o público participa (Germano, 2026, informação verbal)⁷⁵.

Kelly Matos, por sua vez, define essa relação como uma comunidade: :

As pessoas acordam com uma sede... elas dão risada quando a Valéria cai, quando eu faço uma cagada... é uma família, o conceito de comunidade (Matos, 2026, informação verbal)⁷⁶.

A fala evidencia que o consumo midiático no *Timeline* ultrapassa a busca por informação, assumindo também uma dimensão relacional e comunitária. A audiência acompanha os comunicadores, interage com suas rotinas e estabelece vínculos que ampliam a experiência radiofônica para além do programa em si.

A análise da entrevista com Erika Hilton, em 18 de março de 2026 (Gaúcha, 2026a), reforça essa lógica participativa. Durante o *chat* ao vivo, observou-se que os ouvintes sugeriam perguntas e tensionavam os enquadramentos da entrevista em tempo real: “Perguntem pra ela o que ela entende de direitos das mulheres” e “PG, pergunte se ela, ao assumir, não tira o foco da discussão do que realmente importa” (Gaúcha, 2026a).

⁷⁴ Entrevista concedida por Gabriel Wainer [2026]. Entrevistadora: Paula Moschem Gabrieli.

⁷⁵ Entrevista concedida por Paulo Germano [2026]. Entrevistadora: Paula Moschem Gabrieli.

⁷⁶ Entrevista concedida por Kelly Matos [2026]. Entrevistadora: Paula Moschem Gabrieli.

Os comentários demonstram uma audiência que busca participar da construção da entrevista e influenciar diretamente o debate público. Além disso, os ouvintes também ampliam a discussão, incorporando novos elementos sociais e políticos às pautas debatidas.

Nos comentários do *Instagram* de GZH, surgiram manifestações solicitando a participação do Ratinho na mesma discussão: “Tô aguardando eles convidarem o Ratinho”, “Convida o Ratinho...” e “Será que o Ratinho seria convidado, PG??”.

Os comentários evidenciam uma cobrança informal e afetiva direcionada aos apresentadores, reforçando a sensação de intimidade entre audiência e comunicadores. O público sente-se autorizado a sugerir pautas, entrevistados e mediações, consolidando o *Timeline* como espaço de participação contínua.

Figura 18 – Corte da entrevista com Erika Hilton circulando no *Instagram*



Fonte: GZH Digital (2026g)

6.4.3 O vínculo se constrói ao longo do tempo

Criado em 2014, o *Timeline* consolidou-se gradualmente como produto multiplataforma da Rádio Gaúcha. Kelly Matos relata que o programa enfrentou resistência inicial: “isso não vai dar certo, essa Kelly” (Matos, 2026, informação verbal)⁷⁷. A consolidação do programa ocorreu de maneira progressiva, articulando

⁷⁷ Entrevista concedida por Kelly Matos [2026]. Entrevistadora: Paula Moschem Gabrieli.

credibilidade jornalística, linguagem conversacional e presença digital. A jornalista afirma:

Aos poucos o público foi não só se apaixonando, mas respeitando o modo *Timeline* de fazer. A audiência cresceu, a quantidade de patrocínios é uma coisa absurda — a folha comercial tá sempre lotada, eles abrem espaço extra porque tá lotado de patrocínio (Matos, 2026, informação verbal)⁷⁸.

Os comentários analisados nas *lives* demonstram essa relação de continuidade entre audiência e programa. Em um episódio transmitido em 11 de novembro de 2025 (Gaúcha, 2025a), um ouvinte comenta: *"Coisa boa é escutar o 'SIIIIM' da Kelly, já muda o astral. Programa TOP, abraço a todos!"*. O comentário evidencia familiaridade com os bordões e com a dinâmica do programa, demonstrando escuta recorrente e identificação afetiva. No mesmo episódio, Gabriel Wainer responde ironicamente a um usuário que comenta “ah não o Wainer não”, escrevendo: “Comenta em todos os programas da Gaúcha que eu participo!! É fã!!”. Mesmo em tom jocoso, a resposta evidencia reconhecimento mútuo entre apresentador e audiência, reforçando a continuidade da relação ao longo do tempo.

Ferraretto (2014) destaca que, no rádio contemporâneo, a fidelização da audiência torna-se elemento central para valorização da marca e sustentação mercadológica das emissoras. Nesse contexto, o vínculo emocional também opera como estratégia de permanência e circulação do conteúdo. Os comentários analisados na live de 20 de março de 2026 (Gaúcha, 2026d) ilustram essa lógica:

Quadro 10 – Comentários que ilustram uma audiência seduzida e interessada

(continua)

Bom dia Gabriel, PG, pessoal, uma ótima sexta feira a todos nós.	Relacionamento do ouvinte com os jornalistas e a audiência, ao cumprimentar todos que estão na <i>live</i> .
Assistindo essa dupla que adoro	Monitoramento do público de quem está na <i>live</i> e reconhecimento de vínculos com os jornalistas, a partir do momento que declara adoração por Gabriel Wainer e Paulo Germano.
Te amo PG, amo esta tua sensibilidade, está doçura que olhas a vida!!	Destaque de um ouvinte apaixonado por Germano, o qual relata abertamente esse carinho durante a <i>live</i> .

⁷⁸ *Ibid.*

(conclusão)

O PG é sempre uma voz muito necessária, nos faz pensar e refletir	Construção de relacionamento e visibilidade de um ouvinte que recorre com frequência ao programa.
Amo essa inteligência e sabedoria do PG	Outro posicionamento de um ouvinte seduzido e apaixonado pelo programa.
Obrigada pelo PG e Gabriel, momentos calmos, tranquilos nessa semana. vocês deixam seus entrevistados se manifestarem, expor suas opiniões. grata.	Sentimento de gratidão ao programa, enfatizando uma relação entre o ouvinte e os comunicadores.

Fonte: Elaborado pela autora (2026).

Os comentários evidenciam que o *Timeline* constrói relações duradouras com sua audiência, integrando-se à rotina cotidiana dos ouvintes e produzindo identificação contínua com seus apresentadores. Essa lógica também aparece em manifestações como “Esse programa precisa ter 2 horas, por favor Gaúcha, vamos organizar essa grade” ou, ainda, “Primeira vez que eu ouvi essa música foi no Timeline mesmo.”

As falas demonstram que o programa passa a integrar memórias afetivas e experiências pessoais dos ouvintes, consolidando o rádio como companhia cotidiana. Gabriel Wainer também destaca o movimento de recuperação de ouvintes que haviam abandonado a rádio tradicional: “Muita gente tem me escrito: ‘olha, eu tinha desistido de ouvir a Gaúcha depois de 30 anos, mas aí te encontrei nas redes e agora vou ouvir de volta’” (Wainer, 2026, informação verbal)⁷⁹. O vínculo, portanto, não se constrói apenas na permanência, mas também na possibilidade de reencontro e reaproximação entre audiência e emissora.

6.4.4 O programa gera pertencimento e vínculo emocional

O senso de pertencimento produzido pelo *Timeline* está diretamente relacionado à lógica de interação contínua entre apresentadores e audiência. O programa substitui uma dinâmica comunicacional mais verticalizada por uma relação marcada pelo diálogo, pela participação e pela circulação afetiva.

Paulo Germano afirma:

⁷⁹ Entrevista concedida por Gabriel Wainer [2026]. Entrevistadora: Paula Moschem Gabrieli.

A gente vive disso, de analisar e de emitir o nosso ponto de vista, é natural que toque as pessoas. Então quem discorda naturalmente vai ter uma vontade de nos xingar, de falar que a gente é isso e aquilo. Isso às vezes dói. Dói de vez em quando, não vou mentir, às vezes machuca. Mas eu também acho que se isso não ocorresse, demonstraria um encolhimento da nossa relevância e isso é importante também (Germano, 2026, informação verbal)⁸⁰.

A fala evidencia que o vínculo emocional não se manifesta apenas em interações positivas, mas também em reações conflitivas e intensas. Gabriel Wainer complementa:

Por conta dessa abertura desse canal direto de interlocução com os ouvintes, a gente recebe muito carinho, mas recebe muita ofensa, muita crítica. Tem que fazer terapia, tem que estar com a terapia em dia, porque às vezes te pega num dia que tu tá mais torto, que tu já não tá acreditando muito em ti mesmo e aí vem um comentário. Às vezes tu erra alguma coisa e aí se tem alguém que percebe, aí acaba o dia. Mas eu tento me blindar muito dessas coisas (Wainer, 2026, informação verbal)⁸¹.

Nos comentários das lives, observam-se manifestações agressivas direcionadas aos apresentadores: “É chato esse PG”, “O Gabriel não consegue ser imparcial” e “Essa risada da Kelly é uma das coisas mais toscas do rádio”. As reações demonstram que a audiência acompanha, monitora e responde emocionalmente aos posicionamentos dos jornalistas. Gabriel Wainer explica:

Isso acaba gerando reações muito apaixonadas tanto pro bem quanto pro mal. Dificilmente eu recebo uma crítica que não seja muito ofensiva ou um elogio que não seja muito exagerado também E as duas pontas elas me assustam, é tudo muito intenso (Wainer, 2026, informação verbal)⁸².

Ao longo das entrevistas, também se evidencia a dimensão de gênero presente nas críticas direcionadas à jornalista Kelly Matos. Segundo Gabriel Wainer, a colega Kelly Matos recebe “30 vezes mais hate” do que ele e Paulo Germano, e o que mais “chama a atenção é que eventualmente eu e a Kelly temos a exata mesma opinião sobre o assunto, nós dois damos essa opinião no ar e só ela leva a paulada” (Wainer, 2026, informação verbal)⁸³.

⁸⁰ Entrevista concedida por Paulo Germano [2026]. Entrevistadora: Paula Moschem Gabrieli.

⁸¹ Entrevista concedida por Gabriel Wainer [2026]. Entrevistadora: Paula Moschem Gabrieli.

⁸² *Ibid.*

⁸³ *Ibid.*

Os comentários analisados reforçam essa percepção, frequentemente deslocando a crítica jornalística para ataques pessoais relacionados à aparência, comportamento ou vida privada da comunicadora. Nesse sentido, as plataformas digitais operam não apenas como espaços de participação, mas também de reprodução de violência simbólica e misoginia.

Apesar disso, Kelly Matos destaca a dimensão afetiva predominante na relação com o público:

Quando a gente fez 10 anos, foi uma festa muito bonita né, em que vários dos nossos ouvintes estavam lá e foram nos acompanhando ao longo de todos esses anos. Desde a perda do David, quando eu engravidei, o nascimento dos filhos do Potter, tudo. E as pessoas dentro dessa comunidade, elas se sentem parte do *Timeline* e é muito bonito de ver. Foi muito legal ver que o público foi comprando a ideia, foi e é parte (Matos, 2026, informação verbal)⁸⁴.

A audiência também manifesta apoio aos apresentadores durante os próprios conflitos no chat, como “Quem não gosta é só trocar de emissora”, “Esse *chat* deveria ser desativado, só tem gente mal educada”, “A Kelly é linda” e “Gabriel está cada vez melhor”.

As interações revelam que o *Timeline* sustenta-se em uma lógica comunicacional baseada em companhia, afetividade, identificação e presença contínua nas plataformas digitais. O programa não apenas informa, mas organiza vínculos, pertencimentos e formas de reconhecimento coletivo mediadas pelas redes. A afetividade em rede demonstra que os ouvintes não apenas consomem conteúdo, mas também comentam, compartilham, interpretam e disputam sentidos em torno das narrativas e dos apresentadores. Assim, a experiência radiofônica expande-se para uma presença multiplataforma contínua, marcada por relações emocionais, participação ativa e construção coletiva de sentido.

6.5 HIBRIDISMO E ENGAJAMENTO

⁸⁴ Entrevista concedida por Kelly Matos [2026]. Entrevistadora: Paula Moschem Gabrieli.

Quadro 11 – Matriz de análise da categoria “Hibridismo e engajamento”

Categoria	Subcategoria	Código	Ideia-chave
Hibridismo	Temas	Mistura temática	O programa integra <i>hard news</i> e entretenimento
Hibridismo	Curadoria	Lógica da <i>timeline</i>	A seleção de temas acompanha o fluxo das redes
Engajamento	Conflito	Engajamento por controvérsia	A discordância também impulsiona relevância

Fonte: Elaborado pela própria autora (2026).

Para finalizar, foram encontradas duas últimas categorias a partir dos materiais coletados: hibridismo (organizada nas subcategorias Temas e Curadoria) e engajamento (organizada na subcategoria conflito).

Salaverría (2015) destaca que as redes sociais intensificaram o fazer jornalístico, ampliando as possibilidades de produção, circulação e consumo de conteúdo. Segundo o autor, a audiência está cada vez mais distante de “perder o interesse pela informação produzida pela mídia” (Salaverría, 2015, p. 83), consumindo notícias de maneira contínua e multiplataforma. Nesse cenário, o jornalismo passa a disputar atenção em ambientes marcados pelo excesso de informação, tornando essencial a diversificação temática e a capacidade de gerar identificação com diferentes públicos.

Para compreender as categorias apresentadas neste eixo, foi analisado o episódio do *Timeline* exibido em 16 de março de 2026, publicado no *YouTube* e no *Spotify*. As falas transcritas foram retiradas da versão disponibilizada na plataforma *Spotify*.

6.5.1 Temas: o programa integra *hard news* e entretenimento

O *Timeline* caracteriza-se pela diversidade de temática dentro de um mesmo episódio, articulando política, cultura, comportamento, entretenimento e atualidades em uma dinâmica contínua de transição de assuntos. Gabriel Wainer descreve essa lógica editorial:

É um programa sobre o que tá acontecendo no país, mas não só de um ponto de vista estritamente *hard news*. O *Timeline* tem espaço pra tudo: pra crônica, pra atualidade, pra política, pra entretenimento. A gente pode

começar o programa recebendo o Sérgio Moro e terminar com Kleiton & Kledir não fica estranho (Wainer, 2026, informação verbal)⁸⁵.

Essa variação temática dialoga com Jung (2004), ao considerar que o reconhecimento do público em relação aos temas facilita a aproximação e a identificação com o conteúdo. Ao transitar entre assuntos distintos, o programa amplia as possibilidades de conexão com diferentes perfis de audiência.

O hibridismo do *Timeline* pode ser observado no episódio de 16 de março de 2026 (Rádio Gaúcha, 2026a), intitulado “A análise da premiação do Oscar e a fala do presidente Lula sobre caneta emagrecedora.” O próprio título evidencia a coexistência de duas pautas distintas: de um lado, entretenimento e cultura; de outro, saúde e política. Durante a condução do programa, Kelly Matos realiza a transição entre os temas:

O ano passado era uma sensação, as pessoas paravam para elogiar o filme brasileiro [...] Quando eu cheguei aqui e vi que a galera não tinha abraçado tanto [...] eu falei: vamos perder. Deixa eu mudar o jazz, por favor. Paulo Germano, Gabriel Wainer, um dos temas dos assuntos das *timelines* há algum tempo já é o Ozempic (Rádio Gaúcha, 2026a).

Paulo Germano reforça essa lógica ao comentar a variedade de assuntos abordados em uma única edição:

Hoje no *Timeline* olha o que a gente girou de assunto: a gente começou com Grenal, falou da Valéria, foi pro caso Master, depois para Alexandre de Moraes, falou de trocas de mensagens, falou do Toffoli, falou de política, citamos o estupro coletivo, trouxemos maioria penal e depois veio o Oscar. A gente tenta ir nessa velocidade de *timeline* (Rádio Gaúcha, 2026a).

O hibridismo temático do *Timeline* não ocorre de maneira aleatória, mas integra sua estratégia multiplataforma. Ao combinar temas culturais, esportivos, políticos, comportamentais e de entretenimento, o programa amplia possibilidades de identificação, circulação e engajamento nas plataformas digitais.

6.5.2 Curadoria: a seleção de temas acompanha o fluxo das redes

⁸⁵ Entrevista concedida por Gabriel Wainer [2026]. Entrevistadora: Paula Moschem Gabrieli.

O hibridismo do programa também se manifesta na curadoria editorial das pautas, fortemente influenciada pelo fluxo das redes sociais. Em ambientes plataformizados, a audiência passa a interferir diretamente na dinâmica de produção jornalística. Kalsing (2021) destaca que acompanhar temas relevantes e ouvir o público auxilia a moldar o que se produz. Nesse contexto, Meditsch (2007) já antecipava que as tecnologias interativas permitiriam ao ouvinte selecionar não apenas programas, mas também os conteúdos de seu interesse.

Gabriel Wainer descreve a rotina de monitoramento das redes e tendências:

Eu costumo fazer essa ronda logo que eu acordo por todos os portais. A gente vai sugerindo as coisas. Eu gosto muito de olhar os trends também no Twitter para entender do que as pessoas estão falando. A gente não fala sobre qualquer assunto porque a gente precisa ter o que falar sobre eles (Wainer, 2026, informação verbal)⁸⁶.

A fala evidencia aquilo que Kalsing (2021) descreve como influência mútua entre produção jornalística e audiência. O jornalismo continua exercendo papel de agendamento social, mas também passa a ser influenciado pelas dinâmicas de circulação e repercussão das plataformas.

Paulo Germano completa: “o público tá junto, o público participa. Porque a gente recolhe as pautas a partir do que o público repercute né. Então ele tá muito presente” (Germano, 2026, informação verbal)⁸⁷.

No episódio de 16 de março (Rádio Gaúcha, 2026a), essa lógica aparece explicitamente quando Kelly Matos introduz o tema Ozempic afirmando: “[...] Um dos temas dos assuntos das *timelines* há algum tempo já é o Ozempic”. Kelly Matos justifica o novo assunto, referindo-se ao Ozempic como um assunto de repercussão nas redes sociais.

A escolha da palavra *timelines* estabelece relação direta entre o nome do programa e o acompanhamento permanente de redes sociais. Afinal, o assunto não surge apenas por critérios tradicionais de *gatekeeping*, mas principalmente por sua repercussão digital, aproximando-se da lógica de *gatewatching* descrita por Bruns (2005).

Nesse sentido, o *Timeline* opera como mediador entre a circulação acelerada das plataformas e a contextualização jornalística. A velocidade das redes é

⁸⁶ Entrevista concedida por Gabriel Wainer [2026]. Entrevistadora: Paula Moschem Gabrieli.

⁸⁷ Entrevista concedida por Paulo Germano [2026]. Entrevistadora: Paula Moschem Gabrieli.

incorporada ao ritmo editorial do programa, sem abandonar os processos de curadoria e interpretação próprios do jornalismo profissional.

Jung (2004) destaca que, no rádio contemporâneo, combinar agilidade e precisão torna-se determinante para manter relevância diante da audiência. O *Timeline* incorpora essa dinâmica ao transformar assuntos já em circulação nas redes em debates mediados jornalisticamente.

6.5.3 Conflito: a discordância também impulsiona relevância

Inserido na cultura da convergência descrita por Jenkins (2022), o *Timeline* opera em um ambiente no qual a participação da audiência é contínua, intensa e frequentemente conflitual. O acesso ampliado às plataformas e aos comunicadores torna quase inevitável a emergência de disputas, críticas e controvérsias.

Jenkins (2022) argumenta que a convergência resulta tanto de processos corporativos quanto da ação dos consumidores, que reivindicam participação ativa na cultura midiática. Nesse cenário, os conflitos tornam-se parte estrutural da circulação de conteúdo. Papacharissi (2015) contribui para compreender essa dinâmica ao desenvolver o conceito de *públicos afetivos*, caracterizados por conexões organizadas em torno de sentimentos compartilhados. Para a autora, a intensidade emocional das manifestações digitais é justamente aquilo que amplia circulação, resposta e engajamento.

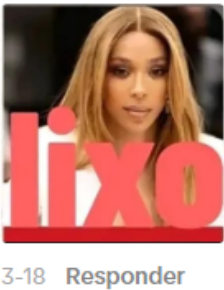
Gabriel Wainer destaca essa lógica no *Timeline*:

A nova composição do *Timeline*, desde que eu entrei, tem gerado debates muito interessantes. A gente faz entrevistas mais polêmicas — com a Érica Hilton, com a Anne Ortiz —. E eu acho que isso tem gerado uma recorrência assim nesse padrão de comentários muito passionais, tanto pro bem quanto pro mal. E a galera gosta muito de criar polêmica também (Wainer, 2026 informação verbal)⁸⁸.

A entrevista com Erika Hilton, publicada em 18 de março de 2026 no *TikTok* de GZH, exemplifica essa dinâmica. Os comentários demonstram manifestações intensamente afetivas, tanto de apoio quanto de rejeição.

⁸⁸ Entrevista concedida por Gabriel Wainer [2026]. Entrevistadora: Paula Moschem Gabrieli.

Quadro 12 – Comentários em destaque na publicação da entrevista com Érika Hilton no *TikTok* (18 mar. 2026)

Categoria	Comentários	Curtidas
Apoio a Érika	"A Erika é uma mulher incrível... de uma inteligência, postura e bom senso gigantesco!!!"	198
Elogio ao debate	"Bah, que articulação, que forma elegante de responder essa pergunta, baita debate"	105
Crítica a Erika	"A soberba é gigante!"	75
Rejeição/opinião	"Não me representa"	53
Ataque/desumanização com imagem da deputada		42

Fonte: Elaborado pela própria autora (2026).

Além das disputas em torno da entrevistada, os próprios apresentadores tornam-se alvo de críticas e conflitos:

Quadro 13 – Comentários em destaque direcionados ao programa e apresentadores nas publicações da entrevista com Érika Hilton (*TikTok* e *Instagram*, mar. 2026)

(continua)

Plataforma	Comentário	Direcionamento
<i>TikTok</i>	"PG é um péssimo repórter..."	Crítica ao apresentador
<i>TikTok</i>	"RBS DANDO PALCO"	Crítica à rádio
<i>Instagram</i>	"PG passando pano pra esse absurdo"	Crítica ao apresentador
<i>Instagram</i>	"Está rádio é muito esquerdista"	Crítica à rádio
<i>Instagram</i>	"Senhora????!!!!!! Que vergonha isso, lambedor..."	Repúdio geral e crítica ao apresentador por chamar a deputada de senhora.
<i>Instagram</i>	"Pessoal destilando ódio nos comentários...ah! Mas ninguém é preconceituoso..."	Defesa do programa / crítica aos comentários

(conclusão)

<i>Instagram</i>	"Era fã do PG, mas já cancelei, não se pode chamar um homem de homem..."	Cancelamento do apresentador pelo uso do pronome feminino
<i>Instagram</i>	"Chamar homem de senhora é uma falta de conhecimento para se dizer jornalista"	Ataque direcionado ao apresentador
<i>Instagram</i>	"PG é muito fraco. O programa até tem potencial, mas o PG puxa para baixo"	Crítica ao apresentador
<i>Instagram</i>	"Os comentários 🤢" / "Cada comentário horrível, que vergonha de ser gaúcho. Conservadores do século passado."	Repúdio à hostilidade da seção de comentários

Fonte: Elaborado pela própria autora (2026).

Os comentários evidenciam que o engajamento nas plataformas digitais frequentemente se organiza em torno da controvérsia, da polarização e da performance emocional. Gabriel Wainer reconhece que muitos usuários interagem movidos pela própria indignação:

[...] Tem muita gente que engaja pela raiva. Então tem um cara por exemplo que todos os dias de segunda a sexta-feira ele entra no horário do meu comentário do Macedo às 7h30 da manhã. E aí ele comenta lá: 'esse Nepe Baby só está aí porque é neto do Santana, alguém tem que tirar esse fascista daí'. Todos os dias, ele não entendeu a dinâmica das redes sociais, não entende que isso é bom pra mim (Wainer, 2026, informação verbal)⁸⁹.

Paulo Germano também observa que a intensidade das reações está relacionada à relevância pública do programa: "[...] Embora isso possa ser meio triste, a proporção com que tu atinge as pessoas inclusive negativamente também elas dão um pouco noção da tua relevância" (Germano, 2026, informação verbal)⁹⁰.

As falas demonstram que o *Timeline* opera em uma lógica comunicacional na qual afeto, conflito e participação coexistem continuamente. As plataformas ampliam tanto a construção de vínculos quanto a circulação de hostilidade, tornando o engajamento inseparável das disputas emocionais e simbólicas presentes no ambiente digital. Nesse contexto, a audiência não apenas consome o conteúdo, mas

⁸⁹ Entrevista concedida por Gabriel Wainer [2026]. Entrevistadora: Paula Moschem Gabrieli.

⁹⁰ Entrevista concedida por Paulo Germano [2026]. Entrevistadora: Paula Moschem Gabrieli.

disputa sentidos, interpretações e legitimidades em torno dos temas e dos comunicadores. O conflito, portanto, deixa de representar apenas ruptura e passa a operar também como mecanismo de visibilidade, circulação e relevância nas plataformas digitais.

7 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Esta pesquisa teve como objetivo compreender de que forma o programa *Timeline* constrói vínculos com sua audiência no contexto da convergência midiática, analisando como a sua presença multiplataforma influencia as relações estabelecidas entre público e apresentadores. O estudo buscou investigar de que maneira o programa produz relações de proximidade com os ouvintes e como essas interações se manifestam nas diferentes plataformas digitais em que está inserido.

A partir das análises realizadas, compreendeu-se que o programa *Timeline* apresenta uma linguagem informal e descontraída, sustentada pela atuação complementar de três apresentadores com perfis distintos. Essas características dialogam com as reflexões de Meditsch (2007), Jung (2004) e Ferraretto (2014), ao evidenciarem um rádio em que jornalista se aproxima da audiência, compartilha referências culturais e participa dos mesmos ambientes digitais ocupados pelo público. Nesse sentido, os apresentadores constroem uma relação de proximidade semelhante à de pessoas que convivem cotidianamente, trocando informações, opiniões, experiências e afetos.

Observou-se também que, tanto pelos temas abordados quanto pela informalidade presente na condução do mesmo, existe espaço para manifestações opinativas e para abordagens que escapam ao padrão tradicional do radiojornalismo. Essa dinâmica favorece respostas espontâneas, conversas mais horizontais e interações que, muitas vezes, dificilmente ocorreriam em formatos mais rígidos e convencionais de informação jornalística.

Esse relacionamento com a audiência torna-se perceptível nos comentários publicados no *Instagram*, *TikTok*, *YouTube* e *Spotify*, nos quais se evidencia não apenas o apreço pelos apresentadores, mas também o reconhecimento de suas características individuais, estilos de fala e posicionamentos. O vínculo manifesta-se ainda nas defesas realizadas pela própria audiência diante de comentários agressivos ou ataques direcionados aos comunicadores, reforçando um sentimento de pertencimento e identificação entre ouvintes e programa.

O *Timeline* possui uma relação com sua audiência definida como “bonita” por Kelly Matos, percepção que se confirmou ao longo desta pesquisa por meio da forte construção de vínculo afetivo observada nas interações analisadas. Identificou-se que a audiência desenvolve um senso de pertencimento em relação ao programa,

estabelecendo uma rotina de consumo e participação que transpassa o simples acesso à informação. Como afirma Ferraretto (2014, p. 38), “o ouvinte vê refletido no rádio os seus anseios, interesses, necessidades e/ou objetivos”. Nesse contexto, o público passa a perceber o programa como parte de sua rotina cotidiana. Há ouvintes que acompanham diariamente o *Timeline* às 10h, seja por Rádio Gaúcha, *YouTube*, *Spotify* ou pelos cortes distribuídos nas redes sociais. As interações observadas revelam manifestações de intimidade e familiaridade: ouvintes cumprimentam os apresentadores, compartilham angústias e experiências pessoais, recordam músicas apresentadas no programa, participam de eventos comemorativos e acompanham aspectos da vida pessoal dos comunicadores.

Também se verificou a existência de manifestações de apoio direcionadas aos apresentadores em situações de ataques, críticas ou discordâncias públicas, indicando relações de identificação que extrapolam o consumo tradicional de conteúdo jornalístico. Entretanto, a análise também evidenciou uma duplicidade importante. Ao mesmo tempo em que parte da audiência desenvolve vínculo afetivo, sentimento de pertencimento e identificação com os apresentadores, outro segmento reage de forma agressiva às opiniões, perguntas e posicionamentos expressos no programa. Observou-se, especialmente nas plataformas digitais, a presença de ataques, hostilizações e discursos violentos direcionados aos jornalistas.

Nesse cenário, percebeu-se que o crescimento da participação da audiência também é acompanhado pelo aumento de conflitos discursivos e manifestações de ódio, em um ambiente no qual o público pode interagir com intensidade, frequência e alcance ampliados pelas plataformas digitais. As observações realizadas dialogam com as discussões de Jenkins (2022), Recuero (2009a; 2009b), Paparazzi (2015) e Maia (2021), ao evidenciarem uma audiência ativa, participativa e emocionalmente engajada, mas também marcada pela polarização e pela intensificação dos conflitos nas redes.

Outro achado importante refere-se à presença digital do *Timeline*. Observou-se que a ausência de perfis próprios do programa nas principais plataformas digitais limita, em certa medida, a consolidação de uma comunidade mais autônoma e diretamente vinculada ao produto jornalístico. Diferentemente do *YouTube* e do *Spotify*, nos quais o público interage diretamente com o programa, no *Instagram* e *TikTok* as interações ocorrem por meio dos perfis institucionais de GZH.

Nesse sentido, identificou-se uma disparidade entre o discurso de um programa com “DNA digital”, frequentemente mencionado pelos apresentadores, e sua estrutura efetiva de presença nas redes sociais. A inexistência de perfis próprios nas principais plataformas dificulta a centralização da comunidade em torno do *Timeline* e faz com que parte da audiência que interage com os conteúdos não seja necessariamente consumidora habitual do programa, mas sim do ecossistema mais amplo de GZH. Entende-se que essa dinâmica contribui para a presença de comentários descontextualizados ou críticas relacionadas ao estilo do programa, especialmente por parte de usuários que não acompanham regularmente o *Timeline* e não compartilham das referências, linguagens e formas de interação construídas pelo produto.

A análise sugere, portanto, que determinadas estratégias institucionais de distribuição e circulação podem limitar o potencial de expansão digital do programa, sobretudo considerando seu formato híbrido, opinativo e fortemente baseado em interação e personalidade. Além disso, observou-se que a quantidade de conteúdos publicados especificamente sobre o *Timeline* ainda é relativamente reduzida quando comparada ao potencial multiplataforma e ao discurso de centralidade digital associado ao programa.

Embora tenha sido identificado um crescimento nas postagens em março de 2026 em relação a novembro de 2025, os resultados indicam que a presença digital poderia ser explorada de maneira mais estratégica, especialmente por meio de bastidores, conteúdos exclusivos, quadros próprios e interações mais frequentes com a audiência. Tais iniciativas poderiam ampliar ainda mais os espaços de participação e fortalecer os vínculos já existentes entre programa e público.

Como contribuição, este trabalho colabora para os estudos sobre jornalismo, rádio e convergência midiática ao analisar o *Timeline* como um exemplo de produto multiplataforma inserido no ecossistema do Grupo RBS. O programa articula rádio tradicional, streaming, podcasting, redes sociais e circulação digital contínua, demonstrando como o rádio contemporâneo se adapta às novas dinâmicas tecnológicas sem abandonar características historicamente associadas ao meio, como proximidade, companhia e vínculo afetivo.

A pesquisa reforça, ainda, que o jornalismo não desaparece diante das transformações digitais, mas passa por processos de adaptação e reconfiguração. Mesmo em um cenário marcado pela plataformização e pela fragmentação do

consumo midiático, o rádio permanece relevante como espaço de informação, companhia, credibilidade e pertencimento.

Entre as limitações desta pesquisa, destaca-se o recorte temporal adotado para a análise de conteúdo, concentrado nos meses de novembro de 2025 e março de 2026, o que restringe a quantidade de postagens, formatos e interações analisadas ao longo do período observado. O acesso aos conteúdos publicados na plataforma X também apresentou limitações, uma vez que as postagens estavam vinculadas ao perfil institucional de *GZH*, além das restrições impostas pela própria plataforma para consultas retroativas. No *Facebook*, embora exista um perfil próprio do *Timeline*, verificou-se baixa atualização da página, cuja última publicação identificada foi realizada em novembro de 2025. Já no *YouTube* e *Spotify*, observou-se predominância da circulação do conteúdo original do programa: no *YouTube*, em formato de transmissão simultânea ao vivo; e no *Spotify*, em formato de podcast disponibilizado posteriormente, sem intervalos comerciais.

Para futuras pesquisas, sugere-se a realização de entrevistas com ouvintes para compreender, a partir da perspectiva da audiência, como se constroi o sentimento de vínculo, companhia e pertencimento proporcionado pelo rádio contemporâneo. Também se considera relevante aprofundar manifestações de misoginia direcionadas a jornalistas mulheres em ambientes digitais, especialmente diante dos indícios observados nas interações envolvendo a jornalista Kelly Matos.

Outra possibilidade de investigação refere-se ao fenômeno identificado nesta pesquisa como um movimento de deslegitimação do jornalismo, perceptível em comentários agressivos, ataques pessoais e discursos hostis direcionados aos comunicadores. Nesse sentido, torna-se relevante compreender as origens, motivações e impactos desse cenário de crescente desconfiança em relação à imprensa e ao trabalho jornalístico contemporâneo.

REFERÊNCIAS

- ALIAGA, Ramón Salaverría; AVILÉS, José Alberto G.; MASIP, Pere Masip. Concepto de convergencia periodística. *In*: LÓPEZ, Xosé L.; FARIÑA, Xosé P. **Convergencia Digital**: reconfiguración de los medios de comunicación en España. Santiago de Compostela: Servicio Editorial de la Universidad de Santiago de Compostela, 2010, p. 41-64.
- AMARAL, Márcia Franz. Os (des)caminhos da notícia rumo ao entretenimento. **Estudos em Jornalismo e Mídia**, Florianópolis, v. 5, n. 1, p. 65-75, jan./jun. 2008. Disponível em: https://www.academia.edu/58078649/Os_des_caminhos_da_not%C3%ADcia_rumo_ao_entretenimento. Acesso em: 14 jun. 2026.
- ANDERSON, C. W.; BELL, Emily; SHIRKY, Clay. Jornalismo pós-industrial: adaptação aos novos tempos. **Revista de Jornalismo ESPM**, São Paulo, v. 2, n. 5, p. 30-89, 2013. Disponível em: <https://pt.scribd.com/document/386813919/Jornalismo-pos-industrial-adaptacao-aos-novos-tempos>. Acesso em: 14 jun. 2026.
- BAINI, Luize Scherer. **O infotainment em rádios de hard news**: uma análise do programa Timeline. 2021. Dissertação (Mestrado em Comunicação) – Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, 2021.
- BARDIN, Laurence. **Análise de conteúdo**. São Paulo: Edições 70, 2016.
- BELL, Emily; OWEN, Taylor. **The platform press**: how silicon valley reengineered journalism. Nova Iorque: Columbia Journalism School, 2017. Disponível em: <https://academiccommons.columbia.edu/doi/10.7916/D8R216ZZ>. Acesso em: 09 jun. 2026.
- BRUNS, Axel. **Gatewatching**: collaborative online news production. Nova Iorque: Peter Lang, 2005.
- CABALLERO, Francisco Sierra. Función y sentido de la entrevista cualitativa en investigación social. *In*: CÁCERES, Jesús Galindo (org.). **Técnicas de investigação em sociedade, cultura e comunicação**. México: Pearson Educação, 1998.
- CAMBRAIA, Gabriela Gonçalves. **Crise, formadores de opinião e ativismo digital**: uma análise da comunicação dos públicos envolvidos no caso do programa Timeline da Rádio Gaúcha. 2021. Trabalho de Conclusão de Curso (Bacharel em Relações Públicas) – Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, 2021.
- CARPENTIER, Nico. **Media and participation**: a site of ideological-democratic struggle. Bristol: Intellect, 2011.
- CARRATORE, Luís R. R. D. Pesquisa científica em comunicação: uma abordagem conceitual sobre os métodos qualitativo e quantitativo. **Comunicação & Inovação**, São Caetano do Sul, v. 10, n. 19, 2009. Disponível em:

https://seer.uscs.edu.br/index.php/revista_comunicacao_inovacao/pt_BR/article/view/899. Acesso em: 16 jun. 2026.

DEJAVITE, Fábila Angélica. **INFOtenimento**: informação + entretenimento no jornalismo. São Paulo: Paulinas, 2006.

DEJAVITE, Fábila Angélica. Infotenimento nos impressos centenários brasileiros. **Estudos em Jornalismo e Mídia**, Florianópolis, v. 5, n. 1, p. 37-48, jan./jun. 2008. Disponível em:

<https://periodicos.ufsc.br/index.php/jornalismo/article/download/1984-6924.2008v5n1p37/10219/32357>. Acesso em: 13 jun. 2026.

FERRARETTO, Luiz Artur. A autentificação da realidade pelo radiojornalismo: pistas para a compreensão do papel do âncora, do comentarista e do repórter no século 21. In: ROSÁRIO, Nísia; SILVA, Alexandre R. da (org.). **Pesquisa, comunicação, informação**. Porto Alegre: Sulina, 2017. p. 147-163.

FERRARETTO, Luiz Artur; KISCHINHEVSKY, Marcelo. Rádio e convergência: uma abordagem pela economia política da comunicação. **Revista Famecos**, Porto Alegre, v. 17, n. 3, p. 172-180, set./dez. 2010. Disponível em:

<https://revistaseletronicas.pucrs.br/revistafamecos/article/download/8185/5873/28702>. Acesso em: 13 jun. 2026.

FERRARETTO, Luiz Artur. **Rádio e capitalismo no Rio Grande do Sul**: as emissoras comerciais e suas estratégias de programação na segunda metade do século 20. Canoas: Ulbra, 2007.

FERRARETTO, Luiz Artur. **Rádio**: teoria e prática. São Paulo: Summus, 2014.

FERRARETTO, Luiz Artur. **Balanco do Rádio do RS em 2021**. Uma história do rádio no Rio Grande do Sul, Porto Alegre, 2021. Disponível em:

<http://www.radionors.jor.br/2022/01/balanco-do-radio-do-rs-em-2021.html>.

GAMBIN, Caline Andressa M.; KROTH, Maicon E.. **Mutações nos modos de produção do rádio**: um estudo do programa Timeline, da Rádio Gaúcha. In: Congresso de Ciências da Comunicação na Região Sul, 20., 2019. Trabalho apresentado no XX Congresso de Ciências da Comunicação na Região Sul, 2019.

GAÚCHA. **Advogado de Lulinha, Erika Hilton na presidência da Comissão da Mulher e mais**. Porto Alegre, 18 mar. 2026a. 1 vídeo (52 min). Disponível em:

<https://www.youtube.com/watch?v=-pLJsVTjZF4>. Acesso em: 15 jun 2026.

GAÚCHA. **Atualizações do caso do Banco Master, expectativas para o Oscar e mais**. Porto Alegre, 09 mar. 2026b. 1 vídeo (53 min). Disponível em:

<https://www.youtube.com/watch?v=WDx6kV0tbsg&t=1516s>. Acesso em: 15 jun. 2026.

GAÚCHA. **Bastidores da COP-30, presidente do Conanda fala sobre polêmica do aborto e +**. Porto Alegre, 11 nov. 2025a. 1 vídeo (53 min). Disponível em:

<https://www.youtube.com/watch?v=dHVb6wZkqzs&t=9s>. Acesso em: 15 jun 2026.

GAÚCHA. **Entrevista com LEANDRO KARNAL, Duca Leindecker canta clássicos do rock gaúcho e +.** Porto Alegre, 05 nov. 2025b. 1 vídeo (53 min). Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=2HLL95tnkN8>. Acesso em: 15 jun. 2026.

GAÚCHA. **Entrevista com Valdemar Costa Neto, caso do Banco Master e mais.** Porto Alegre, 06 mar. 2026c. 1 vídeo (51 min). Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=fmbn-scq3c4>. Acesso em: 15 jun. 2026.

GAÚCHA. **Entrevista com Vitor Kley, os “sapatões” de Donald Trump e mais.** Porto Alegre, 20 mar. 2026d. 1 vídeo (52 min). Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=JwJDTynwXx4>. Acesso em 15 jun. 2026.

GAÚCHA. **NOVA COLETIVA sobre o CRIME DA MALA; jovem presa injustamente morre de câncer e +.** Porto Alegre, 03 nov. 2025c. 1 vídeo (52 min). Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=2q4ryv20Z4s>. Acesso em: 15 jun 2026.

GAÚCHA. **Polêmica envolvendo curso para homens criado por Juliano Cazarre e mais.** Porto Alegre, 13 mar. 2026e. 1 vídeo (52 min). Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=tOjVUdLPPd0>. Acesso em: 13 jun. 2026.

GZH DIGITAL. **DIRETO DE LOS ANGELES [...]** Porto Alegre, 13 mar. 2026a. Instagram: @gzhdigital. Disponível em: <https://www.instagram.com/reels/DV1Vs4WiXyO/>. Acesso em: 13 jun. 2026.

GZH DIGITAL. **Eu volto pra lembrar que a gente cresceu [...]**. Instagram: @gzhdigital. 05 nov. 2025. Disponível em: <https://www.instagram.com/reels/DQsVVO8iaQy/>. Acesso em: 13 jun. 2026.

GZH DIGITAL. **ELEIÇÕES 2026 [...]**. Instagram: @gzhdigital. 6 mar. 2026b. Disponível em: <https://www.instagram.com/reels/DVjJWr1koc0/>. Acesso em 14 jun. 2026.

GZH DIGITAL. **Há 11 anos no ar, o Timeline faz parte da história da Rádio Gaúcha [...]**. Instagram: @gzhdigital. 20 fev. 2026c. Disponível em: <https://www.instagram.com/reels/DU-0ElrCeM/>. Acesso em 13 jun. 2026.

GZH DIGITAL. **O AGENTE SECRETO [...]**. Instagram: @gzhdigital. 12 mar. 2026d. Disponível em: <https://www.instagram.com/reels/DVryxOAGwl/>. Acesso em: 14 jun. 2026.

GZH DIGITAL. **O programa Timeline desta quarta-feira [...]**. Instagram: @gzhdigital. 04 mar. 2026e. Disponível em: <https://www.instagram.com/p/DVeEbEggSqs/>. Acesso em: 13 jun. 2026.

GZH DIGITAL. **Rebateu críticas [...]**. Instagram: @gzhdigital. 18 mar. 2026f. Disponível em: https://www.instagram.com/reels/DWCI_9zCViH/. Acesso em: 14 jun. 2026.

GZH DIGITAL. **Rebateu críticas [...]**. TikTok: @gzhdigital. 18 mar. 2026g. Disponível em: <https://www.tiktok.com/@gzhdigital/video/7618641173875281173>. Acesso em: 13 jun. 2026

GZH DIGITAL. **SABER VIVER AS DORES [...]** Instagram: @gzhdigital. 20 mar. 2026h. Disponível em: <https://www.instagram.com/reels/DWHSzC4keh/>. Acesso em: 13 jun. 2026.

HAJDARMATAJ, Flora; PAKSOY, Alaaddin F. Uses and gratifications theory in social media applications: Today's Active Users, Characteristics and Obtained Gratifications. In: YÜKSEL, Erkan et al. (ed.). **Current Studies in Communication Sciences**. Aralık: Literatürk Academia, 2022. Disponível em: https://www.researchgate.net/publication/367298924_Uses_And_Gratifications_Theory_in_Social_Media_Applications_Today's_Active_Users_Characteristics_and_Obtained_Gratifications. Acesso em: 09 jun. 2026.

JENKINS, Henry. **Cultura da convergência**. 3. ed. São Paulo: Aleph, 2022.

JUNG, Milton. **Jornalismo de rádio**. São Paulo: Contexto, 2004.

JURNO, Amanda Chevtchouk; D'ANDRÉA, Carlos. Entre parcerias, infraestruturas e produtos: Facebook Journalism Project e a plataformização do jornalismo. **Brazilian Journalism Research**, Brasília, v. 16, n. 3, dez. 2020. Disponível em: https://bjr.sbpjor.org.br/bjr/article/download/1306/pdf_1/5894. Acesso em: 13 jun. 2026.

KALSING, Janaína. **Jornalistas metrificados e a plataformização do jornalismo**. 2021. 240 f. Tese (Doutorado em Comunicação) – Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, 2021.

KATZ, Elihu; BLUMLER, Jay G.; GUREVITCH, Michael. Uses and gratifications research. **The Public Opinion Quarterly**, v. 37, n. 4, p. 509-523, 1973.

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

KOVACH, Bill; ROSENSTIEL, Tom. **Os elementos do jornalismo**: o que os jornalistas devem saber e o público deve exigir. 2. ed. São Paulo: Geração Editorial, 2003.

LIMA, Bruna Jacqueline R.; LUCHT, Janine Marques P. O rádio hipermidiático e o gênero informativo no programa Timeline Gaúcha. In: CONGRESSO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO NA REGIÃO SUL, 18., 2017, Caxias do Sul. **Anais [...]**. Caxias do Sul: Intercom, 2017. p. 1-15. Disponível em: <https://portalintercom.org.br/anais/sul2017/resumos/R55-1210-1.pdf>. Acesso em: 13 jun. 2026.

LOPEZ, Débora Cristina. **Radiojornalismo hipermediático: tendências e perspectivas do jornalismo de rádio all news brasileiro em um contexto de convergência tecnológica.** Covilhã: LabCom, 2010.

MAIA, Bárbara. **Vínculos afetivos no consumo radiofônico: identidade, território e escuta diaspórica.** 2021. 183 f. Tese (Doutorado em Comunicação) – Universidade do Estado do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, 2021.

MCCOMBS, Maxwell E.; SHAW, Donald L.; WEAVER, David H. **Communication and Democracy: Exploring the intellectual frontiers in agenda-setting theory.** Mahwah: Lawrence Erlbaum Associates, 1997.

MCLEISH, Robert. **Produção de rádio.** 4. ed. São Paulo: Summus, 2001.

MEDITSCH, Eduardo. **O rádio na era da informação: teoria e técnica do novo radiojornalismo.** 2. ed. Florianópolis: Insular, 2007.

MESQUITA, Giovana Borges. **Intervenho, logo existo: a audiência potente e as novas relações no jornalismo.** 2014. 196 f. Tese (Doutorado em Comunicação) – Universidade Federal de Pernambuco, Recife, 2014.

NETO, Antônio Fausto. **Comunicação e mídia impressa: estudo sobre a aids.** São Paulo: Hacker Editores, 1999.

PAPACHARISSI, Zizi. **Affective publics: sentiment, technology, and politics.** Nova Iorque: Oxford University Press, 2015.

PENA, Felipe. **Teoria do jornalismo.** São Paulo: Contexto, 2005.

POELL, Thomas; NIEBORG, David; DIJCK, José van. Plataformização. **Revista Fronteiras**, São Leopoldo, v. 22, n. 1, jan./abr. 2020. Disponível em: <https://revistas.unisinos.br/index.php/fronteiras/article/view/fem.2020.221.01>. Acesso em: 13 jun. 2026.

RECUERO, Raquel. Diga-me com quem falas e dir-te-ei quem és: a conversa mediada pelo computador e as redes sociais na internet. **Revista Famecos**, Porto Alegre, n. 38, p. 118-128, abr. 2009a. Disponível em: <https://revistaseletronicas.pucrs.br/revistafamecos/article/view/5309/3879>. Acesso em: 13 jun. 2026.

RECUERO, Raquel. **Redes sociais na internet.** Porto Alegre: Sulina, 2009b.

ROST, Alejandro. Interatividade: Definições, estudos e tendências. In: CANAVILHAS, João (org.). **Webjornalismo: 7 características que marcam a diferença.** Covilhã: LabCom, 2014. p. 53-88.

SALAVERRÍA, Ramón. Mídia e jornalistas: um futuro em comum? **Revista Parágrafo**, São Paulo, v. 1, n. 3, p. 79-83, jan./jun. 2015. Disponível em: <https://revistaseletronicas.fiamfaam.br/index.php/recicofi/article/view/297>. Acesso em: 13 jun. 2026.

SALAVERRÍA, Ramón. Multimedialidade: Informar para cinco sentidos. *In*: CANAVILHAS, João (org.). **Webjornalismo: 7 características que marcam a diferença**. Covilhã: LabCom, 2014. p. 25-52.

SALAVERRÍA, Ramón. **Redacción periodística en internet**. Pamplona: Eunsa, 2005.

SHOEMAKER, P. J.; REESE, S. D. **Mediating the message**: Theories of influences on mass media content. New York: Longman, 1991.

SINDIRÁDIO. **Inside Áudio 2024**: rádio combina a força do tradicional com a conveniência do digital; credibilidade segue alta. 10 out. 2024. Disponível em: <https://sindiradio.org.br/noticias/item/inside-audio-2024-radio-combina-a-forca-do-tradicional-com-a-conveniencia-do-digital-credibilidade-segue-alta.html>. Acesso em: 14 jun. 2026.

RÁDIO GAÚCHA. **Análise da premiação do Oscar e a fala do presidente Lula sobre caneta emagrecedora**. Porto Alegre: Rádio Gaúcha, 16 mar. 2026a. Podcast. (Timeline Gaúcha). Disponível em: <https://open.spotify.com/episode/0l3IsoYgAsqgMiw6CnpwBv?si=9fb9327a1c3e4142&nd=1&dlsi=44d2f67f1a1140eb>. Acesso em: 15 jun. 2026.

RÁDIO GAÚCHA. **Governador Eduardo Leite avalia a prisão domiciliar de Bolsonaro [...]**. Porto Alegre: Rádio Gaúcha, 7 ago. 2025. Podcast. (Timeline Gaúcha). Disponível em: <https://open.spotify.com/episode/2Fwr7LwBv91EPu9LB42Xzu?si=8a1dd0e54883427f&nd=1&dlsi=0f0f9d3deb204c2d>. Acesso em: 15 jun. 2026.

RÁDIO GAÚCHA. **Kaiony Venâncio fala da expectativa do Oscar [...]**. Porto Alegre: Rádio Gaúcha, 12 mar. 2026b. Podcast. (Timeline Gaúcha). Disponível em: <https://open.spotify.com/episode/1tHvS9B1cVsiJxypowYpw9>. Acesso em: 14 jun. 2026.

RÁDIO GAÚCHA. **Repercussão do conflito no Oriente Médio e últimas da política**. Porto Alegre: Rádio Gaúcha, 3 mar. 2026c. Podcast. (Timeline Gaúcha). Disponível em: <https://open.spotify.com/episode/6sx6uFWRAf0NsMBMUfRRmP>. Acesso em: 13 jun. 2026.

RÁDIO GAÚCHA. **Timeline Gaúcha**. *In*: SPOTIFY. 2026d. Disponível em: <https://open.spotify.com/show/6dyhBAPveuile58El1xzWT>. Acesso em: 13 jun. 2026.

TIMELINE GAÚCHA. **Coluna da Kelly Matos [...]**. Facebook: @timelinegaucha. Porto Alegre, 17 nov. 2025. Disponível em: <https://www.facebook.com/share/p/1DYXXSwT89/>. Acesso em: 13 jun. 2026.

TIMELINE GAÚCHA. **Perfil da Timeline Gaúcha**. Porto Alegre, 2026. Facebook: @timelinegaucha. Disponível em: <https://www.facebook.com/timelinegaucha>. Acesso em: 14 jun. 2026.

TRAQUINA, Nelson. **Teorias do jornalismo Volume II: a tribo jornalística - uma comunidade interpretativa transnacional**. Florianópolis: Insular, 2020.

WILBY, Pete; CONROY, Andy. **The Radio Handbook**. London: Routledge, 1994.

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

APÊNDICE A – ESTADO DA ARTE

Por meio do Estado da Arte, buscou-se mapear produções científicas de trabalhos que fossem relevantes para a temática da presente pesquisa. Visou-se encontrar discussões existentes sobre o assunto trabalhado nesta obra, por meio de pesquisas que contribuíssem para compreender .

Para a construção deste trabalho científico, realizaram-se buscas entre agosto e setembro de 2025, nas três principais fontes de bancos de artigos: o Banco de Teses e Dissertações da CAPES, a Biblioteca Digital Brasileira de Teses e Dissertações e o Google Acadêmico. Tais buscas foram realizadas a partir da premissa de que os trabalhos tivessem relações com audiência dentro do âmbito jornalístico, bem como o programa *Timeline*, da Rádio Gaúcha.

Para localizar os trabalhos, foram empregadas as seguintes palavras-chaves: Rádio; *Timeline* Gaúcha; Infotainment; Programa *Timeline*; Rádio Gaúcha; Jornalismo; Rádio Hipermediático; Rádio Expandido; Vínculos Afetivos; Plataformização; Multimedialidade e Jornalismo. Foi-se priorizado a delimitação de discussões que fornecessem informações sobre rádio, multimedialidade, infotainment, o programa *Timeline*, principal objeto de estudo do presente estudo. Além disso, realizou-se uma leitura mais aprofundada sobre rádio hipermediático, rádio expandido, plataformas e jornalismo. Dentre oito trabalhos localizados, quatro foram considerados relevantes para esta pesquisa, por tratarem de rádio hipermediático, o programa *Timeline*, infotainment, modos de produção do rádio, gênero informativo e formadores de opinião.

Nas buscas, encontrou-se a dissertação “O Infotainment em Rádios de *Hard News*: Uma Análise do Programa *Timeline*”, de Luíze Scherer Bains (2021), que faz uma análise de conteúdo aprofundada sobre o infotainment no *Timeline*. A autora escreve como o programa une informação com entretenimento, rompendo o tom sóbrio característico da Rádio Gaúcha e aproximando-se da audiência por meio de leveza e humor.

Também foi localizado o trabalho Bruna Jacqueline Rohleder de Lima e Janine Marques Passini Lucht (2017), denominado “O rádio hipermediático e o gênero informativo no programa *Timeline* Gaúcha”, que traz os conceitos de rádio hipermediático e rádio expandido a partir do programa. As autoras observam como o *Timeline* trabalha para além do rádio, estando presente nas redes sociais, vídeos e

transmissões ao vivo, trabalhando os conceitos presentes no rádio do século XXI. Também realizaram entrevistas com os apresentadores. Nela, ao se referir ao processo de multiplataformização, a jornalista Kelly Matos afirma que: “Nós estaremos em todas as plataformas. Isso é novo? Sim, mas nós estaremos onde o nosso ouvinte estiver” (Lima; Lucht, 2017, p. 13). Mostrando como o programa acompanha o leitor, mesmo trazendo pautas de *hard news*.

Na obra “Mutações nos modos de produção do rádio: um estudo do programa *Timeline*, da Rádio Gaúcha”, de Caline Andressa Muller Gambin e Maicon Elias Kroth (Gambin; Kroth, 2019), é feito um estudo sobre as novas perspectivas do rádio, no qual a preocupação em manter a locução padrão do meio se mantém, mas os processos de edição e de interação dos comunicadores com as fontes e com os ouvintes começam a passar por mudanças. Também foi encontrada a pesquisa “Crise, formadores de opinião e ativismo digital: uma análise da comunicação dos públicos envolvidos no caso do Programa *Timeline* da Rádio Gaúcha”, de Gabriela Gonçalves Cambraia (Cambraia, 2021), no qual foi analisada a abordagem do *Timeline* e a gestão de crise durante um comentário feito por um dos apresentadores do programa sobre o assalto a banco da cidade de Criciúma (SC).

Na presente pesquisa, se utilizou de contribuições que analisaram o infotainment de rádio no programa *Timeline*, as mudanças das rotinas produtivas rádio jornalísticas, bem como as mudanças no uso de plataformas e ferramentas tecnológicas digitais no cotidiano dos jornalistas. Foram encontrados nesses estudos o gênero informativo presente no programa, discutindo a amplitude da internet na informação do veículo, e também o posicionamento e a comunicação da crise diante dos comentários dos apresentadores durante o *Timeline* a sobre o assalto em Criciúma (SC)⁹¹. Mesmo mapeando sobre infotenimento, Programa *Timeline*, Rádio Gaúcha, Jornalismo, Rádio Hipermidiático, Rádio Expandido, Vínculos Afetivos, Plataformização, Multimedialidade e Jornalismo, esta pesquisa não evidenciou, em nenhum dos trabalhos acima, o vínculo com ouvintes, plataformização, multimedialidade, relações com a audiência em uma mesma obra. Com base nestes

⁹¹ O caso refere-se a um episódio ocorrido em 2 de dezembro de 2020, durante o programa *Timeline*, da Rádio Gaúcha, em que o jornalista David Coimbra, acompanhado de Kelly Matos, fez comentários considerados polêmicos sobre o assalto a uma agência do Banco do Brasil em Criciúma, no Estado de Santa Catarina. As falas, interpretadas por parte do público como uma tentativa de “romantizar” o crime, geraram grande repercussão nas redes sociais. Inclusive, marcas patrocinadoras do programa da época romperam contratos. O episódio resultou em pedido de desculpas públicos por parte da RBS e do jornalista David Coimbra.

trabalhos e nestas discussões, percebe-se uma lacuna que trata sobre o vínculo entre o ouvinte e a rádio, em como o veículo torna-se, de fato, uma presença na rotina do público. Nesse sentido, há pouca articulação integrada entre os temas de multimidialidade e plataformação e interação do ouvinte.

Dessa forma, este TCC deverá ser aprofundado a partir da perspectiva do Rádio Expandido (Kischinhevsky, 2016) e Hipermediático (Lopez, 2010), que marcam o novo modo de produção, entrega e consumo do meio radiofônico, o qual extrapola as ondas AM e FM para os meios e tecnologias digitais, como celulares, computadores, *sites*, *Facebook*, *Instagram*, *Tiktok*, *X*, *YouTube*, *Spotify*, e demais redes sociais. Esta nova era do jornalismo, a qual os conteúdos circulam em novos cenários e são consumidos de diferentes formas, moldam esta pesquisa. Essa expansão exige que as emissoras, como a Gaúcha, se adaptem à Cultura da Convergência (Jenkins, 2022), marcando um momento em que a noção de rádio evolui de uma ideia tecnológica para uma baseada na linguagem.

Este novo ecossistema de comunicação se remodela, pela era da plataformação, no qual os meios digitais assumem um papel importantíssimo na produção e distribuição de produtos jornalísticos, mediante a forma que o veículo é consumido e como o público se relaciona com aquele conteúdo. Nessa lógica, a própria produção torna-se infraestruturalmente dependente de um seleto grupo de plataformas, e os produtos passam a ser mais maleáveis, sujeitos a revisões constantes e a um feedback datificado dos usuários (Jurno; D'Andréa, 2020).

Nesse sentido, o estudo em questão se diferencia por não focar apenas na produção e nas estratégias do veículo, mas também nos resultados afetivos dessa relação. O estudo analisa o programa também na perspectiva da audiência, trazendo insights de interações das redes sociais, discutindo o vínculo criado entre o ouvinte e o *Timeline*.

APÊNDICE B – AUTORIZAÇÃO DE USO DE ENTREVISTA

Eu, _____, autorizo a utilização das informações concedidas em entrevista para a pesquisa intitulada “*O Programa Timeline Gaúcha e sua relação com a audiência: estratégias multiplataforma de informação e construção de vínculos afetivos*”, desenvolvida por Paula Moschem Gabrieli, acadêmica do curso de Jornalismo da Universidade de Caxias do Sul (UCS), sob orientação da Prof. Dra. Janaína Kalsing.

Declaro estar ciente de que a entrevista será utilizada exclusivamente para fins acadêmicos e científicos, integrando o Trabalho de Conclusão de Curso da pesquisadora.

Autorizo a gravação da entrevista em áudio, bem como a utilização de trechos do meu depoimento na pesquisa, respeitando o contexto das falas realizadas durante a entrevista.

Estou ciente de que minha participação é voluntária e que posso solicitar esclarecimentos sobre a utilização das informações concedidas.

Local e data: _____

Entrevistado(a): _____

Assinatura: _____

Pesquisadora: Paula Moschem Gabrieli

Assinatura: _____