



ÁREA DO CONHECIMENTO DE CIÊNCIAS SOCIAIS
CURSO DE GRADUAÇÃO EM JORNALISMO - BACHARELADO

BRUNO MUCKE ABREU

RELATÓRIO DE ESTÁGIO

Caxias do Sul

2021

SUMÁRIO

LISTA DE FIGURAS	03
2 INTRODUÇÃO	04
3 APRESENTAÇÃO DO CAMPO DE ESTÁGIO	05
4 DIAGNÓSTICO DO CAMPO DE ESTÁGIO	17
5 PROPOSTA DE PLANO DE AÇÃO	18
5.1 REFLEXÃO TEÓRICA	18
5.2 PLANO DE AÇÃO	21
5.2.1 Fora de Campo	22
5.2.2 Sabe de Quem?	23
5.2.3 Expansão de conteúdos via Spotify	24
5.2.4 Divulgação no ar e nas redes sociais	28
6 RELATO DE EXECUÇÃO	30
6.1 PROCESSOS E RESULTADOS ALCANÇADOS	35
7 PARECER DO SUPERVISOR DO CAMPO DE ESTÁGIO	37
8 CONSIDERAÇÕES FINAIS	38
9 REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS	39

LISTA DE FIGURAS

Figura 1 - Pesquisa de audiência	07
Figura 2 - Página inicial do site	08
Figura 3 - Exemplo de material publicado	09
Figura 4 - Facebook da Rádio Caxias	10
Figura 5 - Exemplo publicação no Facebook	10
Figura 6 - Instagram da Rádio Caxias	11
Figura 7 - Exemplo de postagens no Instagram	11
Figura 8 - Twitter da emissora	12
Figura 9 - Exemplo de postagem no Twitter	12
Figura 10 - Aplicativo da Rádio Caxias	13
Figura 11 - Terceiro episódio do “Sabe de Quem?” no Spotify	24
Figura 12 - “Camarote 93” tem a apresentação de Gilberto Júnior	26
Figura 13 - Matheus Maciel e Rafael Zanol comandam o “Além do Fato”	27
Figura 14 - Gols de Caxias e Juventude no Spotify	28
Figura 15 - Exemplo de divulgação do conteúdo em live no Youtube	29
Figura 16 - Roteiro do “Ca-Ju Fora de Campo”	31
Figura 17 - Gravação da entrevista por Whereby	32
Figura 18 - Quadro publicado no Spotify	33
Figura 19 - Primeira jornada transmitida no canal da emissora no Youtube	34
Figura 20 - Vídeos recentes no canal	35

2 INTRODUÇÃO

O presente documento apresenta um relatório do período de estágio curricular na Rádio Caxias, de Caxias do Sul, seguido de diagnóstico, estudo teórico e propostas de ações para a organização. O trabalho foi elaborado para a disciplina de Estágio em Jornalismo, orientado pelo Prof. Jacob Raul Hoffmann, da Universidade de Caxias do Sul.

O objetivo deste documento é relatar as vivências durante os meses de estágio, assim como observar os desempenhos desenvolvidos pela emissora para a aproximação com seu público e entendimento de novas plataformas para alcance de novos consumidores, a fim de poder ampliar a geração de conteúdos da Rádio Caxias e expandir seus horizontes. Neste trabalho estão relatados pontos positivos e negativos das ações, além das dificuldades encontradas com a implantação, dentro do próprio veículo de comunicação. Para a elaboração das propostas, foi realizada uma reflexão teórica utilizando autores especializados no campo do Jornalismo de Rádio e novas plataformas de áudio.

3 APRESENTAÇÃO DO CAMPO DE ESTÁGIO

A Rádio Caxias é o meio de comunicação que está há mais de sete décadas no cotidiano da Serra Gaúcha. Fundada em 27 de abril de 1946, a emissora se consolidou como uma das maiores rádios do interior do Rio Grande do Sul. A inauguração é considerada como um marco por historiadores, pois apesar do crescimento econômico e populacional, faltava uma voz para a cidade.

A emissora está situada no 'coração' de Caxias do Sul. Instalada no 21º andar do Edifício Estrela, na Rua Garibaldi, o 93,5 FM da Rádio Caxias pode ser sintonizado em uma área com mais de 150 municípios da Região Nordeste do RS, atingindo uma população de 5,5 milhões de pessoas.

Desde o começo dos anos 40, a comunidade caxiense solicitava ao Governo Federal um canal de rádio para a cidade. Fatores históricos - como a Segunda Guerra Mundial - atrasaram o processo e somente em 1944 foi dada a autorização para a emissora, que entrou no ar dois anos depois. Pela participação no processo, Arnaldo Ballvé e Luiz Napolitano são considerados fundadores da Rádio Caxias. A Rede Emissoras Reunidas era a proprietária, e Nestor Rizzo foi o primeiro diretor.

Em julho de 1988, a rádio foi adquirida pelo empresário caxiense Paulo Roberto Lisboa Triches, e passou a fazer parte do Sistema Trídio de Comunicação. A programação foi alterada e priorizou o segmento mundialmente conhecido como talk and news, que privilegia as áreas do jornalismo e esportes - característica que se mantém até hoje.

Pouco tempo depois, em março de 1997, a emissora seguiu a tendência da época e criou um website - sendo uma das pioneiras no Rio Grande do Sul. Três anos depois, com a evolução da internet no Brasil, o som da rádio começou a ser disponibilizado na plataforma. Desse jeito, a Caxias proporcionou aos seus ouvintes o poder de ser ouvida em qualquer lugar do mundo.

Uma nova era começou para a Rádio Caxias no dia 7 de outubro de 2012. Nesta data a emissora iniciou a transmissão na frequência 93,5 FM, simultânea às formas tradicionais (930 AM e site). Em 2015, a rádio deixou de operar no AM e fixou sua operação no FM, radiocaxias.com.br e aplicativos. Além disso, houve incremento de entretenimento e variedades na programação sem deixar de priorizar o esporte e o jornalismo, principalmente local.

Atualmente, a Caxias conta com 27 funcionários contratados e mais dois

estagiários. A equipe é dividida em horários diferentes e durante a pandemia alguns trabalham em home-office.

Além do 93,5 FM, tradicional modo de ouvir a Rádio Caxias, é possível acompanhar no site radiocaxias.com.br; nos aplicativos para smartphones e tablets; e na página da emissora no Facebook, com imagem de alguns programas ao vivo para quem gosta de observar os bastidores.

A programação passa por ajustes e planejamentos estão sendo estudados para entrar em prática no segundo semestre. No segmento jornalismo e esporte envolvendo a Região Nordeste do Rio Grande do Sul, a Rádio Caxias lidera a audiência.

Segundo a última pesquisa, realizada em abril de 2018 pelo Instituto Reality de Pesquisa, a emissora conta com 46,46% da audiência em Caxias do Sul. O segundo lugar tem 41,53%, enquanto o terceiro apresentou 12,01%.

O estudo apontou que a Rádio Caxias tem um perfil de público diferenciado e tendo forte presença em pessoas com renda superior a dois salários mínimos e escolaridade média ou superior.

Figura 1 - Pesquisa de audiência



(Pesquisa realizada em 2018)

SITE

Em 2020, o radiocaxias.com.br teve no total 9.507.777 acessos. Isso significa, em média, 792 mil visualizações mensais. O mês com maior frequência de acessos foi março, com 1.293.547. Acredita-se que a alta está diretamente relacionada à pandemia de coronavírus. Após os primeiros meses do “confinamento”, a média se estabilizou de 600 a 700 mil visualizações a cada 30 dias.

O site serve para depositar as notícias que são levadas ao ar diariamente no microfone da Rádio Caxias. O texto é adaptado ao modo online e permite o acesso

a hora que o público quiser.

A plataforma também contém espaço para a parte esportiva da cidade. As informações de Caxias e Juventude são levadas ao ar durante os programas e, normalmente, ao término do dia tem as informações publicadas com seus devidos destaques. Exceto quando a notícia é inédita - conhecida também como furo jornalístico, que com isso ganha espaço imediato. No radiocaxias.com.br ainda tem a função minuto a minuto, que possibilita ao acompanhante da página saber o tempo real das partidas que envolvem a dupla Ca-Ju.

Além disso, o site conta com a possibilidade de “ouvir a programação ao vivo”, que permite ao ouvinte acompanhar a emissora de onde estiver. Também é possível encontrar programas que foram ao ar. Ou seja, a plataforma pode ser associada como um arquivo da rádio.

Figura 2 - Página inicial do site



(radiocaxias.com.br)

Figura 3 - Exemplo de material publicado

CAXIAS DO SUL

Volta as aulas

26/03/2021 | 13h01

Entidades educacionais entram na Justiça para solicitar a revogação de liminar que impede a abertura de escolas

f t w v e

Entre os argumentos apresentados pelas advogadas Cíntia Garnier e Aline Babetzki, que representam 33 escolas de educação infantil da rede particular da cidade, está a falta de legitimidade, tanto da Associação de Mães e Pais pela Democracia (AMPD), quanto do Sindicato dos Professores do Estado do Rio Grande do Sul (Cpers), em pleitear este fechamento. A alegação é que essas duas entidades, que conseguiram medida judicial impedindo a abertura, não possuem representatividade junto ao ensino particular.

Foto: Divulgação

PUBLICIDADE

MAIS LIDAS

- 1 Secretaria do Esporte e Lazer oferece aulas on-line para a prática segura de exercícios físicos
- 2 FSG disponibiliza atendimento gratuito de fisioterapia e psicologia para pessoas afetadas pela Covid-19
- 3 Governo confirma mais uma semana de bandeira preta em todo o RS
- 4 Prefeitura de Caxias assina acordo de cooperação visando projetos voltados à iluminação pública
- 5 Câmara de Vereadores aprova criação de Frente Parlamentar para Combate às Intolerâncias

PARTICIPE DE NOSSAS PROMOÇÕES

Clique aqui para ver quem já ganhou.

BOLA PREMIADA

Concorra a diversos brindes todos os domingos. Participe!

Nome

E-mail

Telefone

☐ Juventude ☐ Caxias

PARTICIPAR

TORCEDOR CAMISA 12

Quer ser o Camisa 12 da vez? Então inscreva-se agora!

(Publicação em radiocaxias.com.br)

REDES SOCIAIS

A Rádio Caxias conta com mais de 134 mil seguidores em suas redes sociais. O Facebook é onde tem o maior número de acompanhantes e também é o local mais usado pela emissora com publicações de notícias, lives de programas e vídeo sobre conteúdos da emissora. De 26 de fevereiro a 25 de março, a rede teve mais de 1,8 milhões de acessos na página.

O Twitter serve para ampliar a divulgação das matérias e informações dos repórteres. Pela sua instantaneidade, é possível associar a rede com o rádio.

O Instagram tem o objetivo de divulgar materiais, conteúdos, entrevistas e interação para o meio de comunicação. Assim como a própria mídia social, o intuito da emissora é fazer sua publicidade pelas imagens publicadas.

Figura 4 - Facebook da Rádio Caxias



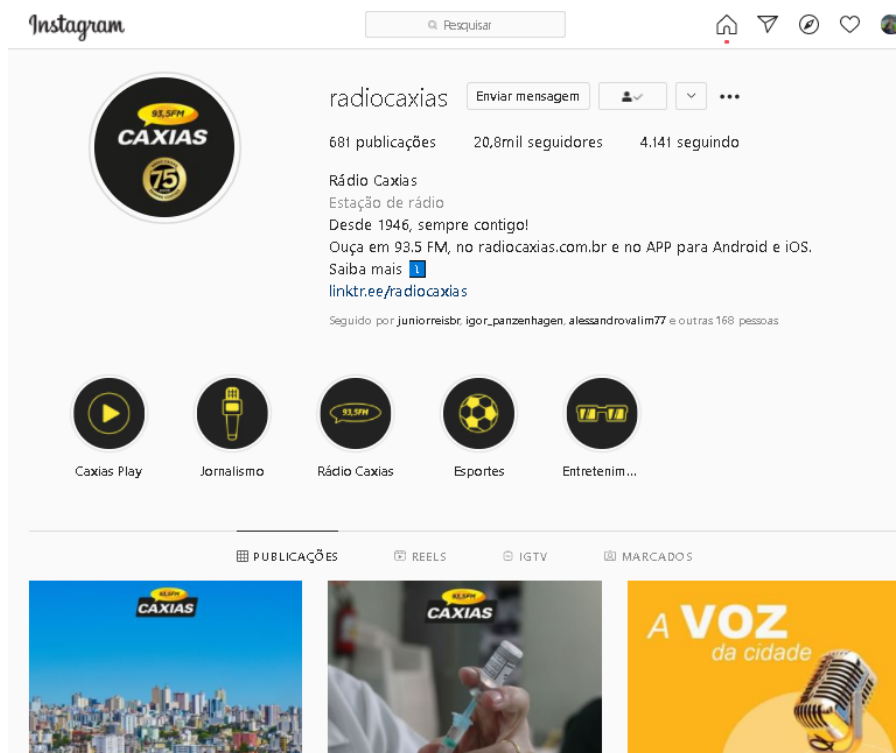
(Facebook.com/RdCaxias)

Figura 5 - Exemplo de publicação no Facebook



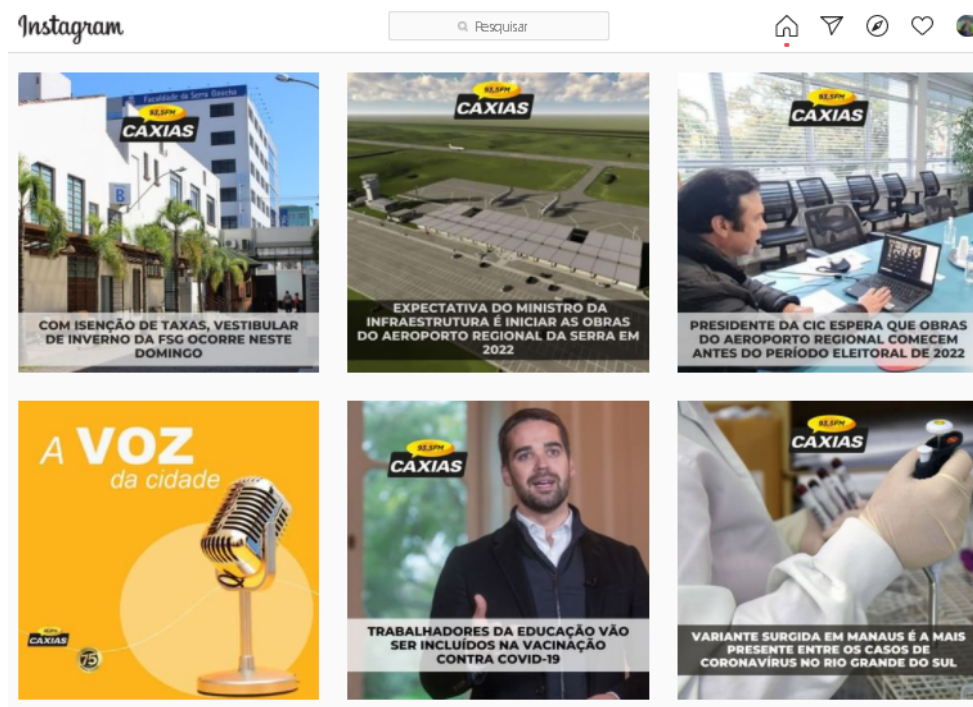
(Fonte: Facebook da Rádio Caxias - Facebook.com/RdCaxias)

Figura 6 - Instagram da Rádio Caxias



(Fonte: Instagram.com/radiocaxias)

Figura 7 - Exemplo de postagens no Instagram



(Fonte: Instagram.com/radiocaxias)

Figura 8 - Perfil do Twitter da emissora



(Fonte: Twitter.com/RádioCaxias)

Figura 9 - Exemplo de postagem no Twitter



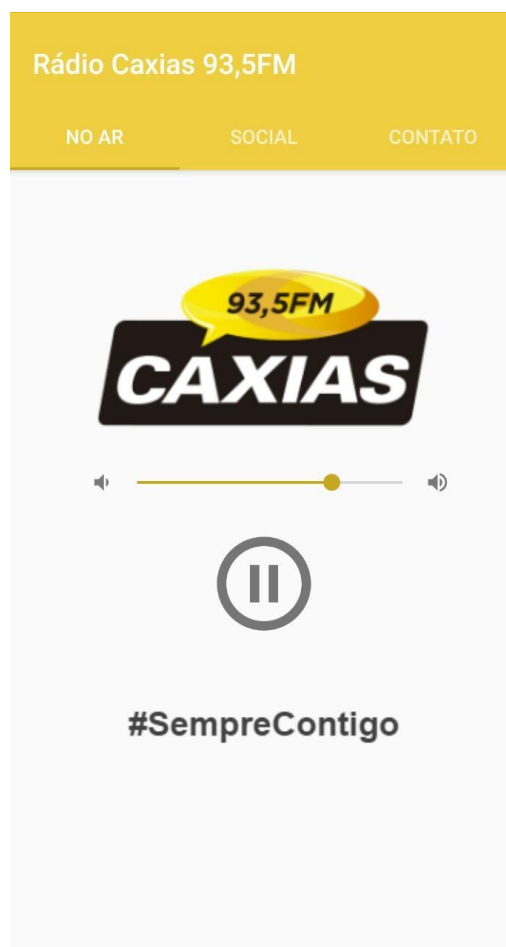
(Fonte: Twitter.com/RádioCaxias)

APLICATIVO

O aplicativo da Rádio Caxias está disponível nas lojas virtuais para smartphones e tablets. O app é reproduzido para iOS e Android. Nos três primeiros meses de 2021, a emissora teve seu aplicativo baixado em 11.985 aparelhos, uma média mensal superior a 3.900.

Na plataforma, o ouvinte tem acesso às redes da emissora na aba social (Facebook, Twitter, Instagram e Youtube). Ainda traz as formas de interação com a rádio na aba contato (WhatsApp, Telefone, Website e E-mail). Somando site e aplicativo, o primeiro trimestre deste ano trouxe 292.039 ouvintes acompanhando a emissora via internet.

Figura 10 - Aplicativo da Rádio Caxias



(Disponível para smartphones e tablets)

MISSÃO

Prestar serviço para a comunidade caxiense e da região da Serra Gaúcha. Informando, questionando autoridades, trazendo conteúdos relevantes e oportunizando a audiência a participar de sua programação. A Rádio Caxias busca ser a voz da população do Nordeste do Rio Grande do Sul.

VISÃO

Ser reconhecida como meio de comunicação que representa a Serra Gaúcha. Uma das maiores emissoras de rádio do interior gaúcho e servindo de referência para outras cidades. O canal de informações do povo caxiense.

VALORES

- Informação com qualidade;
- Órgão fiscalizador;
- Opinião;
- Valorização de sua audiência;
- Interatividade;
- Ética;
- Transparência.

3.1 JORNALISMO ESPORTIVO NA RÁDIO CAXIAS

O Departamento de Esportes da Rádio Caxias, atualmente, é formado por sete profissionais: Gilberto Júnior (narrador e coordenador de esportes); Luizinho da Veiga e Rafael Baungarten (comentaristas); Bruno Mucke e Rafael Zanol (repórteres); e Cristiano Gauer e Matheus Maciel (produtores). Referência no segmento, a emissora está sempre acompanhando os jogos de Caxias e Juventude em todos os campeonatos.

Houve alteração na programação da emissora em março. Hoje em dia, são

três programas de segunda a sexta-feira: Giro Esportivo (11h até 12h), Campo Neutro (13h até 14h30) e o Esportes na Onda (das 18h às 20h).

O “Giro Esportivo” é um programa dinâmico com informações de futebol e outros esportes dos representantes caxiense, gaúchos, nacionais, internacionais e opinião do comentarista Luizinho da Veiga. Ainda apresenta as principais notícias da manhã envolvendo o jornalismo geral.

O “Campo Neutro” é o debate esportivo mais ouvido da Serra Gaúcha. Tradicionalmente conhecido como programa que representa a dupla Ca-Ju e busca pautas em Caxias do Sul. Atendendo pedidos de sua audiência, o programa ganhou mais 30 minutos de duração e a participação de novos integrantes com o intuito de trazer mais informações.

Já o “Esportes na Onda” atualiza as notícias diárias de Caxias e Juventude. Além disso, traz informações de trânsito no começo da noite, Grêmio e Internacional; futebol gaúcho; principais destaques do esporte na internet; e entrevistas.

No fim de semana, a programação esportiva é menor no sábado com apenas o Giro Esportivo pela manhã. Já no domingo, existe o “Bola Premiada” no começo da tarde e mais programas de esportes ao decorrer do dia. Essa grade pode ter mais espaços dependendo também de jogos envolvendo a dupla Ca-Ju.

A rádio passou por alterações na programação dominical e, assim, o jornalismo esportivo ganhou novos espaços. Desde a metade de março, chegou o “Camarote 93”. O programa, apresentado por Gilberto Júnior, traz personagens do passado e a importância de cada um na trajetória do esporte de Caxias do Sul. O “Além do Fato”, com o comando de Matheus Maciel e Rafael Zanol, conta personagens principais e secundários que passaram pela cidade. É uma forma de resgatar histórias e trazer quem por vezes não tem os holofotes merecidos.

Mesmo com uma equipe capacitada, a demanda de trabalho é alta para a quantidade de profissionais. Dessa forma, encaixa-se o Estágio Curricular em Jornalismo. Algumas atividades pensadas para colocar em prática envolve a criatividade para introduzir novos conteúdos:

- Implantação do Campo Neutro, o debate esportivo mais ouvido da Serra Gaúcha, no Spotify. Permitindo que a audiência ouça quando quiser e puder o programa. Dessa maneira, fomentando a rede social da emissora;

- Divulgar a nova maneira de ouvir o debate nas redes sociais para ampliar sua audiência no “offline”;
- Ampliar a utilização do Twitter, principalmente em jogos, para que haja uma interação instantânea com os ouvintes. O minuto a minuto de uma partida de futebol pode auxiliar nesse ponto. Em uma comparação rápida, o Twitter se assemelha com o rádio pela praticidade em informar;
- Programa especial com o intuito de trazer o lado fora de campo dos jogadores de futebol. Apresentando sua família e mostrando as dificuldades que muitos não enxergam no profissional. Totalmente ligado ao fato de humanizar o personagem;
- “Sabe de quem?” é um novo quadro, no programa “Bola Premiada”, que tem o intuito de trazer descontração na tarde de domingo. Fazendo perguntas “fora do comum” aos atletas e buscando encontrar o lado mais divertido. Servindo como entretenimento na programação e sendo disponibilizado também no Spotify.

4 DIAGNÓSTICO DO CAMPO DE ESTÁGIO

O jornalismo esportivo na Rádio Caxias passa por modernização. No começo de março de 2021, Gilberto Júnior assumiu a função de coordenador da equipe de esportes. Após alguns anos, a emissora está atualizando seus programas e trazendo mais dinâmica, conteúdos diversificados e entretenimento aos microfones.

Em 2020, o formato da jornada esportiva passou por alterações. Deixando de ser engessado e abrindo a programação com destaques de cada participante da cobertura e depois os detalhes são ampliados. No dia 16 de março deste ano, mais uma mudança aconteceu para trazer mais dinâmica às transmissões: o intervalo passou a ser comandado por um repórter e não ficando mais na responsabilidade do narrador. Esse fator permite uma interação maior com o comentarista e o plantão. Ainda tem a participação dos ouvintes em áudio, que deixam suas perguntas aos cronistas e opinam sobre as partidas de futebol.

No início do mês de março, os programas de segunda a sexta-feira também passaram por adequações com o intuito de trazer mais informações e leveza. O Campo Neutro, que já contava com o narrador e dois comentaristas, começou a ter a participação dos repórteres setoristas para atualizar as notícias de Caxias e Juventude.

O Esportes na Onda mudou de horário e ganhou mais 30 minutos na grade de programação. Saindo das 17h e agora veiculado das 18h às 20h, o programa que está há mais de 70 anos no ar diariamente na emissora, conta com informações da dupla Ca-Ju, futebol nacional e internacional, outros esportes, entrevistas, boletins de trânsito e atualizações das notícias do jornalismo.

É um momento de mudanças e inovações para a Rádio Caxias. Os diretores da emissora já deixaram claro que estão abertos a novas ideias e com o intuito de trazer mais dinâmica ao jornalismo esportivo. Ou seja, é possível considerar que é um bom momento para sugestões e proposição de novos conteúdos.

5 PROPOSTA DE PLANO DE AÇÃO

A produção de conteúdos para o Jornalismo Esportivo no rádio requer que o jornalista possua conhecimento sobre o assunto tratado e, principalmente, domine o “caos” que esse setor enfrenta com a mudança de informações repentinamente. A notícia não tem hora para acontecer.

A Rádio Caxias está há 75 anos no convívio da população da Serra Gaúcha e foca - principalmente - no jornalismo local. Um dos lemas da emissora é valorizar o local. As ondas do rádio são fundamentais para sua expansão, mas os meios de comunicação estão se adaptando às possibilidades que a internet proporciona. Dessa forma, neste capítulo, serão abordados temas com o objetivo de embasar e fundamentar a criação do projeto da disciplina de Estágio Curricular.

5.1 REFLEXÃO TEÓRICA

O rádio tem sua raiz ligada a prestação de serviços, utilidade pública e dinamismo nas informações. É um dos meios de comunicação que aproxima emissor e receptor da mensagem pelo simples fato de criar uma relação de fidelidade. Muitos teóricos já estipularam data para o fim da mídia, mas sem efetividade, visto que ela se renova com o passar do tempo e consegue se adaptar às novas tendências.

O radiojornalismo local é um dos pontos fortes desse meio de comunicação. Os assuntos que estão relacionados à sua comunidade de origem são veiculados primeiramente por ele. Cicília Peruzzo (2005, p. 69) define: “o rádio, por exemplo, é iminente local, embora possa percorrer também longas distâncias”. Essa constatação está ligada à evolução do rádio com as ferramentas que a tecnologia trouxe, porém sua maior audiência - normalmente - é na região onde está situada a emissora.

A Rádio Caxias encaixa-se nessa definição de jornalismo voltado com o viés para a comunidade onde está inserida. A emissora está presente há 75 anos no

cotidiano dos ouvintes e focando, prioritariamente, nos assuntos que interessam Caxias do Sul e Serra Gaúcha. Não são só os temas locais que alimentam o veículo, quando existe a necessidade de uma exploração mais ampla, é abordada na programação.

Caxias do Sul é considerada uma das maiores cidades do interior brasileiro com seus mais de 500 mil habitantes. As informações locais em um município com grande população repercutem de inúmeras formas.

Um exemplo da importância do jornalismo local foi o impeachment de Daniel Guerra, então prefeito de Caxias em 2019, onde a cobertura local teve grande impacto. A queda do político aconteceu durante o penúltimo fim de semana de dezembro, ou seja, em um período que as redações costumam estar vazias, mas devido a necessidade e a demanda, o acompanhamento em tempo real foi realizado.

O momento é de incertezas sobre as tendências desse tipo de noticiário local diante do processo de concentração, desencadeado pelas fusões e convergências, que têm favorecido grandes grupos de mídia em detrimento das rádios, assim definidas por Cebrián Herreros (2001):

Uma emissora de programação especializada dentro de uma concepção generalista de enfoque geral sobre tudo o que concerne à localidade em que está situada. Uma rádio que atende aos interesses, responde aos gostos e necessidades de serviços de comunicação. A rádio está centrada na vida social, econômica, política e cultural de sua área de abrangência e também em tudo o que ocorre em seu exterior e que tenha repercussões na vida da comunidade (CEBRIÁN HERREROS, 2001, p.146).

A reflexão é válida pela necessidade que o jornalismo tem de estar presente. E isso não é uma mera expressão jornalística, mas sim conhecimento público. O jornalista precisa vivenciar as situações para passar relatos mais fidedignos ao seu público. Não quer dizer que estar inserido na situação é determinante para passar as informações, porém, quanto mais vezes estar no local proporciona um campo mais rico de detalhes.

A internet possibilita com que o ouvinte se sinta próximo, independente do local onde esteja no momento. Por exemplo, um caxiense morando na Europa pode acessar o aplicativo ou site da emissora e acompanhar as informações da sua cidade natal. É uma forma que o meio de comunicação encontrou de se modernizar com as invenções tecnológicas e aproximar seu ouvinte sem o alcance da antena.

Desde o seu surgimento, o rádio é questionado frequentemente e recebe uma data de validade, mas não se confirma. E isso está diretamente ligado ao poder de adaptação que esse meio encontra na comunicação. As mudanças de AM para FM, o avanço da tecnologia e a chegada da internet colaboraram com esse pessimismo.

De acordo com Luiz Artur Ferraretto, na obra *Rádio Teoria e Prática* (2014), o meio de comunicação permite várias possibilidades para ser acompanhada. Dentre elas, o rádio pelo alcance da antena e online, que é dividido em outros fatores.

O autor explica que a forma de antena ou hertziana corresponde às tradicionais por ondas eletromagnéticas. Já o online, engloba todas as emissoras transmitindo pela internet sem necessidade de antena.

O rádio online é dividido por Ferraretto (2014) das seguintes formas:

- a) Rádio na web: identificando estações hertzianas que transmitem os seus sinais também pela rede mundial de computadores;
- b) Web rádio: para emissoras que disponibilizam suas transmissões exclusivamente na internet;
- c) Práticas como podcasting: uma forma de difusão, via rede, de arquivos ou séries de arquivos - os podcasts, nesse caso específico de áudio com linguagem radiofônica.

O rádio é um meio de comunicação propagado através de ondas eletromagnéticas no espaço, que por serem de comprimentos diferentes são classificadas em ondas curtas de alta frequência ou ondas longas de baixa, assim utilizadas para fins como televisão, rádio e avião. Os sistemas de radiocomunicação são formados por dois componentes básicos: o transmissor e o receptor.

É incontestável a tendência atual de adesão dos meios tradicionais ao ambiente da internet e dos dispositivos móveis. Com esse ambiente, o rádio expandiu o dial e seu alcance tornou-se mundial.

De alguns anos pra cá, o podcast também ocupou espaço importante no cotidiano dos ouvintes. Com seu surgimento em 2004, a plataforma chegou no Brasil para tratar de assuntos voltados para a tecnologia. Porém, sua expansão aconteceu mesmo nos últimos anos em solo brasileiro.

Alguns teóricos definem o podcast como rádio reinventado e que

proporcionou um fôlego maior ao tradicional meio de comunicação, além de trazer uma nova forma de acompanharmos o áudio também possibilitou uma ligação mais estreita com o ouvinte. Realizando uma comparação meio simplista pode-se definir o podcast como programa de rádio gravado em que o público vai ouvir no momento que puder, ou seja, é o rádio no horário do ouvinte.

Assim como o rádio, o podcast trabalha o imaginário do seu público e trata os mais variados assuntos: informativos, humorísticos, educacionais, políticos, esportivos, literatura, variedades, games, cinema, TV e etc. Por ser segmentado, os conteúdos são procurados pelos ouvintes e cria uma relação de intimidade e proximidade entre emissor e receptor.

O podcast pode ser ouvido diretamente em plataformas de áudio ou reproduzido de forma simultânea pelo YouTube, no formato de lives. Porém, o principal foco dos podcasting é trabalhar o imaginário do público, da mesma maneira do rádio. Segundo os pesquisadores Assis e Luiz (2010), podemos definir o podcasting como:

É uma forma de transmitir um arquivo de áudio ou vídeo via internet para ser ouvido em um iPod ou outro aparelho que reproduza ou receba esse arquivo. E entendemos que o podcast é tanto o arquivo de áudio ou vídeo transmitido via podcasting quanto o coletivo desses arquivos (ASSIS, LUIZ, 2010, p. 2).

Com o podcast sendo um produto da cibercultura, Cabral Filho e Diuana (2008) percebem que este processo possibilita a disseminação de ideias como uma alternativa à lógica dos meios de comunicação de massa, onde a produção pode ser feita por qualquer pessoa que tenha acesso às ferramentas básicas, como internet, microfone e software de edição. Sendo assim, “o podcasting então se constitui numa manifestação radiofônica que ultrapassa o significado da indústria cultural já estruturada como massiva” (CABRAL FILHO, DIUANA, 2008, p.11).

A inserção do podcast não tira o espaço do rádio. Pelo contrário, proporciona que o meio de comunicação tradicional consiga introduzir seus programas em plataformas de podcasting, ou seja, entrando novamente naquele ponto que seu conteúdo será ouvido pelo público assim que eles puderem consumir. Um não tira o espaço do outro, pode considerar que um agrega ao outro e abre novos horizontes - inclusive comerciais - para as emissoras de rádio.

5.2 PLANO DE AÇÃO

A atuação em uma emissora de rádio requer que o jornalista possua conhecimentos teóricos sobre o tema, além de que tenha o entendimento e a clareza da sua representação. O Jornalismo é o quarto poder, ao lado de Executivo, Legislativo e Judiciário, e permite que o profissional faça suas investigações e traga as informações ao público. Segmentado no Departamento de Esportes, serão abordados neste capítulo questões que tem o objetivo de embasar e fundamentar a criação do plano de ação da disciplina de Estágio.

5.2.1 Fora de Campo

Antes de entrar em contato com as propostas, é válido salientar o ambiente encontrado inicialmente no Estágio Curricular. Em 2021, o Jornalismo Esportivo na Rádio Caxias passou por modificações e a equipe foi reduzida. Desse modo, ficou notório que era o momento de novas ideias para prospectar o mercado e criar conteúdos diferentes dos apresentados anteriormente.

Até o começo de fevereiro, o Departamento contava com nove profissionais. Pelas dificuldades que a pandemia trouxe, dois desligamentos aconteceram. A programação também era mais ampla. De segunda a sexta, quatro programas esportivos eram realizados. Destes, três atualizando informações e o outro de debate priorizando o futebol de Caxias do Sul. No fim de semana, a mudança não foi grande, apenas com a implantação de novos espaços e horários.

A redução de profissionais trouxe também uma modificação na grade de esportes da emissora. Atualmente, três programas esportivos acontecem de segunda a sexta. Incluindo, o debate que ganhou novos participantes e trouxe mais interatividade e informação.

Dentro de um momento de mudanças foi possível sugerir novos conteúdos. Nesse aspecto entra o programa “Fora de Campo”, que teve a ideia de humanizar personagens do futebol. Por vezes, muitos fanáticos só torcem e querem saber do que acontece dentro de campo, mas esquecem as dores, dificuldades e as oportunidades que são deixadas de lado pelos profissionais.

O intuito do programa é realmente apresentar a pessoa além do jogador: a

distância da família, perder momentos importantes para sua vida, conviver com críticas e lidar com a pressão. O atleta demonstra seu futebol dentro das quatro linhas, mas uma série de fatores é necessário para que o desempenho seja satisfatório. Um deles é o amparo psicológico que muitos profissionais só encontram no ponto de segurança, também conhecido como familiares.

O esporte é um lugar que ensina e afasta jovens de caminhos perigosos, tais como as drogas. Porém, o futebol tem seu lado negativo: o fanatismo. Hoje em dia, tudo virou motivo para brigas envolvendo discussões de torcedores rivais.

Além de trazer o lado humano de um jogador, o primeiro “Fora de Campo” foi temático e teve como tema o clássico Ca-Ju. A partida, válida pelo Campeonato Gaúcho, aconteceu no dia 05 de abril e terminou empatada sem gols. O programa trouxe como convidados: o lateral e capitão do Juventude, Eltinho Célio, e sua esposa Fernanda Célio; e o zagueiro e capitão do Caxias, Thiago Sales, com sua esposa Juliana Monjardim.

Os setoristas Bruno Mucke e Rafael Zanol ficaram como responsáveis para apresentar a atração, que teve uma hora de duração com 30 minutos para cada casal e foi ao ar no domingo, dia 04, véspera do clássico. Além de promover um conteúdo diferente, o programa foi comercializado e se tornou mais uma opção para criar receita para a Rádio Caxias.

O “Ca-Ju Fora de Campo” foi um case de sucesso e está sendo estudado maneiras para que seja fixado na grade da emissora. Caso seja mais complicado pela necessidade da agenda dos entrevistados, deve aparecer na programação em momentos específicos durante o ano. Além disso, é mais um conteúdo que movimenta as plataformas de áudio do veículo de comunicação.

5.2.2 Sabe de Quem?

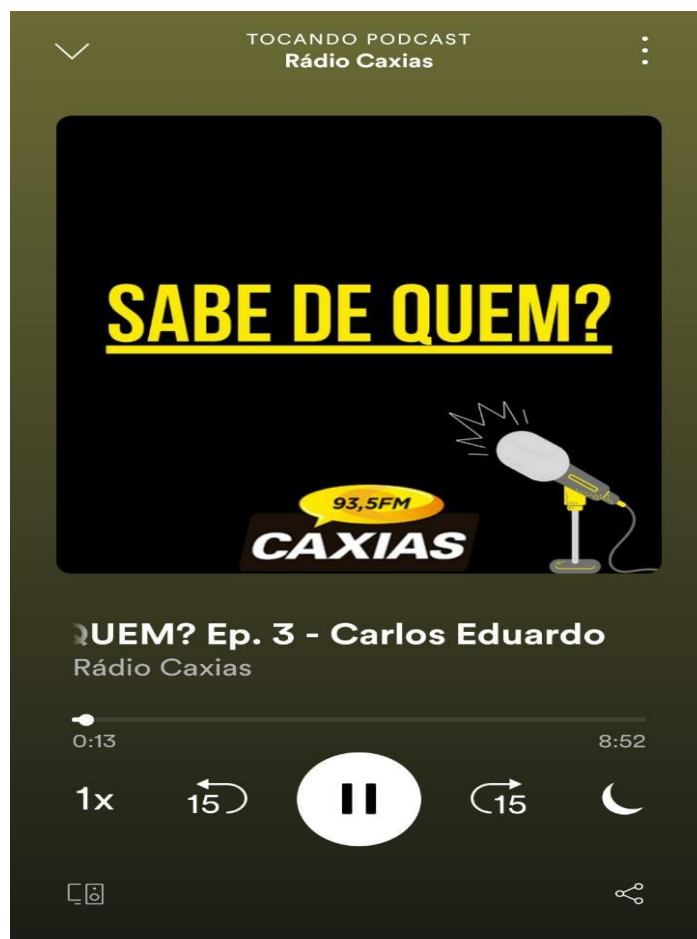
O programa Bola Premiada vai ao ar aos domingos na Rádio Caxias. Após as mudanças no quadro de funcionários e adaptações na grade de programação da emissora, a atração deixou seu horário tradicional das 10h até 12h e passou a ser veiculado das 13h às 15h.

Além da alteração de turno, houve ainda modificação no roteiro do programa. Novos espaços surgiram e a oportunidade de conteúdos diferenciados também

apareceram. Desse jeito, o “Sabe de quem?” foi criado no programa.

O quadro traz descontração e a famosa resenha com jogadores e ex-jogadores de futebol. O “Sabe de Quem?” faz perguntas engraçadas, de duplo sentido e que nunca foram feitas aos atletas, ou seja, foge do habitual do dia-a-dia e assim consegue encontrar o lado mais divertido do entrevistado. Com duração média de 10 minutos, já contou com a participação de nomes como: atacante Capixaba, do Juventude; zagueiro Henrique, do Caxias; e meia Carlos Eduardo, ex-Grêmio, Flamengo e seleção brasileira. Além de estar disponível todo domingo no Bola Premiada, também é encontrado no Spotify da Rádio Caxias.

Figura 11 - Terceiro episódio do “Sabe de Quem?” no Spotify



(Fonte: Spotify da Rádio Caxias)

5.2.3 Expansão de conteúdos via Spotify

O estudo realizado no último trimestre de 2020 divulgou que o Spotify tem

345 milhões de usuários ativos pelo mundo. Destes, 155 milhões têm a assinatura paga da plataforma.

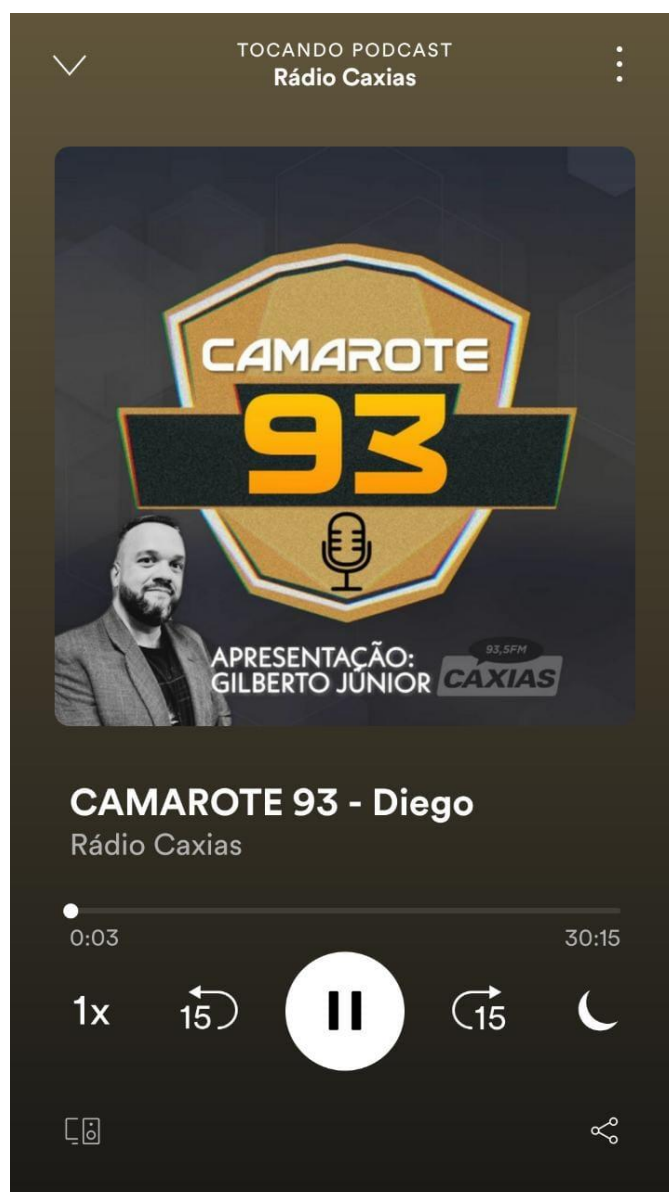
Observando esse número alto e projetando o mercado da comunicação no futuro, entende-se que os podcast colaboram para o crescimento de emissoras e vice-versa. Os podcasts são programas de rádio escutados no momento que o ouvinte quiser. Assim, é necessário que uma empresa do tamanho da Rádio Caxias esteja inserida nesse cenário.

O áudio disponibilizado na plataforma pode colaborar para captar um ouvinte que se tornará fiel pelo conteúdo apresentado e terá curiosidade para saber mais sobre o trabalho realizado. Com esse ambiente atual, fica evidente que as emissoras podem tirar proveito da tecnologia e expandir seus horizontes. Nesse viés, programas tradicionais como o debate esportivo “Campo Neutro”, da Rádio Caxias, podem ampliar seu público. A divulgação do programa no Spotify está sendo estudada e já existe a sinalização de que será colocada em prática, visto que amplia o leque de alternativas para o meio de comunicação. Apesar de boa parte da sua audiência consumir o produto ao vivo, fornece para que haja um incremento no número de acompanhantes com a possibilidade de ouvir após o horário habitual das 13h até às 14h30.

Dois novos programas surgiram nos últimos meses na rádio: “Camarote 93” e “Além do Fato”. O “Camarote 93” conversa com personagens que passaram pelo futebol de Caxias do Sul e relembram suas trajetórias no Caxias ou no Juventude. Ainda traz declarações de ex-companheiros de clubes e tem um contexto de nostalgia. Já o “Além do Fato” revira os arquivos da emissora para contar histórias que marcaram o esporte na cidade, buscando áudios antigos e pessoas envolvidas no contexto para trazer o depoimento da época. As atrações que têm 30 minutos cada é veiculada no sábado e com reprise no domingo.

Além disso, a emoção também tem seu lugar no Spotify da emissora. Os gols da dupla Ca-Ju estão presentes na página da plataforma para o torcedor que gosta de ouvir e relembrar os detalhes e a sensação que só o rádio tem.

Figura 12 - “Camarote 93” tem a apresentação de Gilberto Júnior



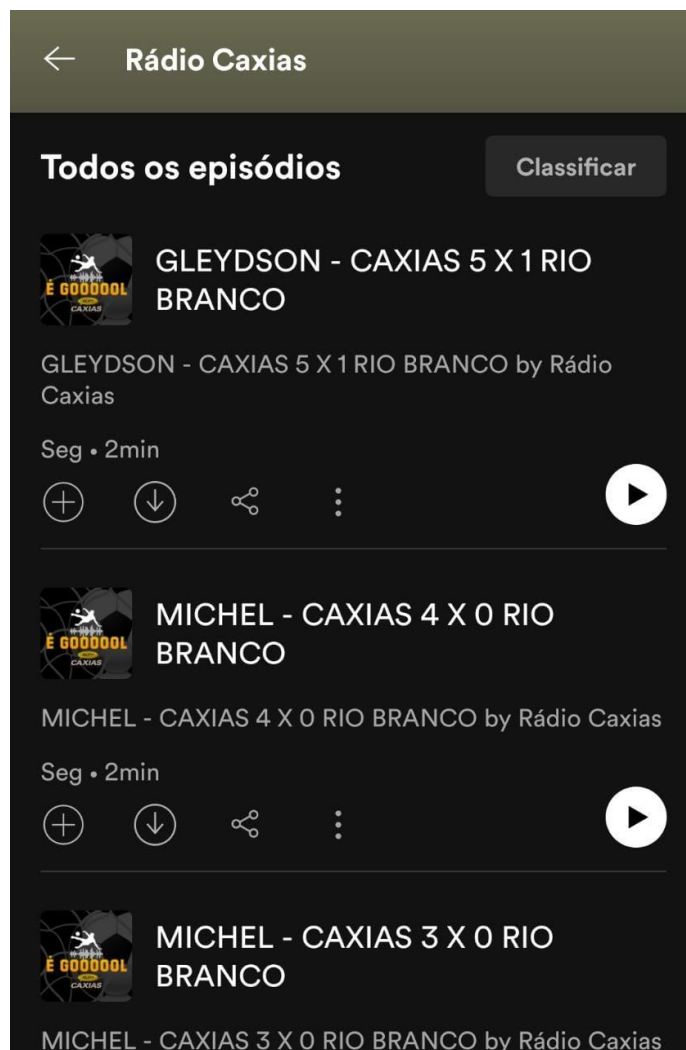
(Fonte: Spotify da Rádio Caxias)

Figura 13 - Matheus Maciel e Rafael Zanol comandam o “Além do Fato”



(Fonte: Spotify da Rádio Caxias)

Figura 14 - Gols de Caxias e Juventude no Spotify



(Fonte: Spotify da Rádio Caxias)

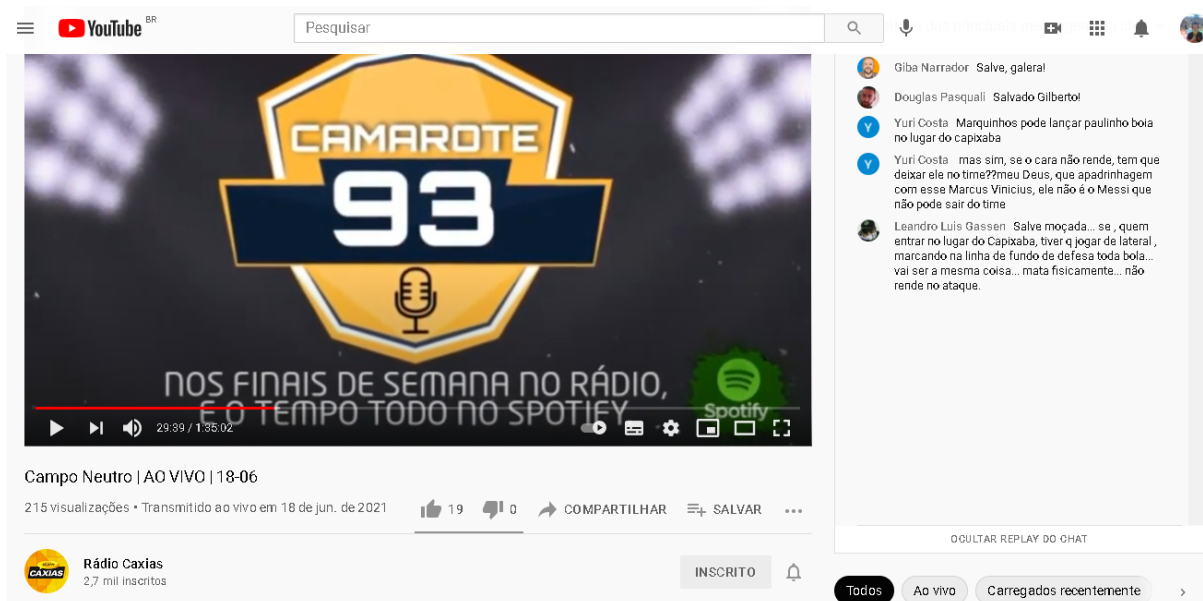
5.2.4 Divulgação no ar e nas redes sociais

As pesquisas apontam que o maior público da Rádio Caxias é pela transmissão em FM, de ouvintes entre os 25 e 60 anos. Em tese, o meio de comunicação tem a capacidade de criar laços de fidelidade entre comunicador e ouvinte.

Dessa forma foi necessário a divulgação dos conteúdos “no ar” para atrair a

audiência da emissora visando as plataformas virtuais, ou seja, reforçar durante os programas que os conteúdos estarão também no Spotify, por exemplo. Nas redes sociais, o conteúdo está sendo divulgado por posts no Instagram e Facebook da Rádio Caxias, além de estampar o intervalo de alguns programas que são transmitidos em live pelo Youtube.

Figura 15: Exemplo de divulgação do conteúdo em live no Youtube



(Fonte: Youtube.com/RdCaxias)

6 RELATO DE EXECUÇÃO

O Estágio Curricular iniciou com a discussão de possíveis novos conteúdos para a Rádio Caxias. A coordenação da emissora aceitou algumas ideias: “Fora de Campo” (programa com conteúdo humanizado dos jogadores); criação do “Sabe de quem?” (quadro no programa Bola Premiada que traz o lado divertido dos jogadores de futebol); e maior utilização do Spotify (ampliando a divulgação dos conteúdos desenvolvidos no jornalismo esportivo).

24 de março - Sugestão do programa de humanizar jogadores de futebol;

25 de março - Aprovação da coordenação de esportes;

26 de março - Sugestão de quadro divertido envolvendo jogadores de futebol;

26 de março - Coordenação aceita e encaixa no Bola Premiada;

27 de março - Criação do “Sabe de Quem?”;

29 de março - Elaboração do primeiro “Fora de Campo” e definição do tema Ca-Ju;

30 de março - Debate de ideias para definir os convidados do “Ca-Ju Fora de Campo”;

30 de março - Comercialização do programa especial para o clássico Ca-Ju;

31 de março - Confirmação da entrevista com Eltinho, lateral-esquerdo e capitão do Juventude, e Fernanda Célio, esposa do atleta;

01 de abril - Elaboração do roteiro com algumas perguntas base para auxiliar na entrevista;

Figura 16 - Roteiro do “Ca-Ju Fora de Campo”

CA-JU FORA DE CAMPO

04 de abril de 2021

Apresentação: Bruno Mucke e Rafael Zanol

Equipe técnica: Ariel Zucco, Claudio Freitas e Rodrigo de Oliveira

Coordenação de esportes: Gilberto Júnior

Direção de Programação: Alessandro Valim

15h30-16h

Entrevistados: Etinho Célio - Lateral-esquerdo Juventude
Fernanda Célio - Administradora

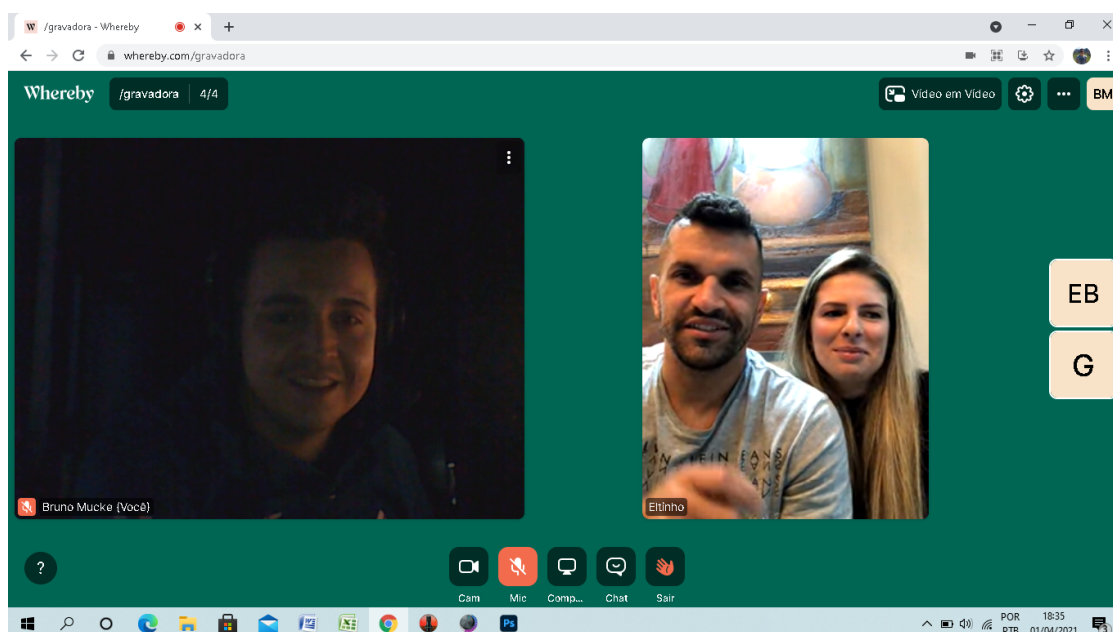
Como se conheceram;
O que um representa para o outro;
Etinho fora de campo;
Lidar com a saudade da família em viagens;
Fazer história com dois acessos seguidos;
Histórias do casamento;
Cidades que passaram;
Críticas;
Saída de Criciúma e apoio da família;
Momentos de lazer;

ELA, OU EU:
Quem cozinha melhor;
Quem administra melhor;
Quem é mais organizado;
Quem demora mais para se arrumar na hora de sair;
Quem é mais provável fazer o outro passar vergonha;

(Foto: Bruno Mucke)

01 de abril - Gravação do “Ca-Ju Fora de Campo” com a parte envolvendo o Juventude;

Figura 17 - Gravação da entrevista por Whereby



(Fonte: Whereby.com/gravadora)

- 02 de abril - Edição da parte do Ju no “Ca-Ju Fora de Campo”;
- 03 de abril - Gravação da parte do Caxias, no programa especial, onde Rafael Zanol conversou com o zagueiro Thiago Sales e sua esposa Juliana Monjardim;
- 03 de abril - Gravação do primeiro “Sabe de Quem?” com Capixaba, atacante do Juventude;
- 04 de abril - Estreia do novo horário do programa Bola Premiada, no domingo às 13h;
- 04 de abril (14h10) - Estreia do “Sabe de Quem?” no Bola Premiada;
- 04 de abril (15h) - Primeira parte do “Ca-Ju Fora de Campo” com apresentação de Rafael Zanol e trazendo o zagueiro Thiago Sales (zagueiro do Caxias) e Juliana Monjardim (esposa do atleta);
- 04 de abril (15h30) - Segunda parte do “Ca-Ju Fora de Campo” com a apresentação de Bruno Mucke e trazendo Eltinho (lateral do Juventude) e Fernanda Célio (esposa do jogador);
- 04 de abril (19h) - Publicação do primeiro “Sabe de Quem?” no Spotify;

10 de abril - Gravação do segundo episódio com o zagueiro Henrique, do Caxias;

11 de abril (14h10) - Segundo episódio do “Sabe de Quem?” no ar;

11 de abril (19h) - Publicação do segundo episódio

Figura 18 - Quadro publicado no Spotify



(Fonte: Spotify da Rádio Caxias)

14 de abril - Após boa resposta da plataforma acontece a publicação do primeiro “Além do Fato” no Spotify;

16/23 de abril - Gravação dos novos episódios do “Sabe de quem?” com Vacaria e Jajá, respectivamente;

23 de abril - Gravação especial do “Sabe de Quem?” com Rafael Baungarten, comentarista da Rádio Caxias e ex-jogador do Caxias, para falar sobre as histórias que viveu na relação com a emissora;

25 de abril - Veiculação do quadro no ar e publicação no Spotify da emissora;

03 de maio - Camarote 93 também entra na plataforma de áudio do perfil da Rádio Caxias;

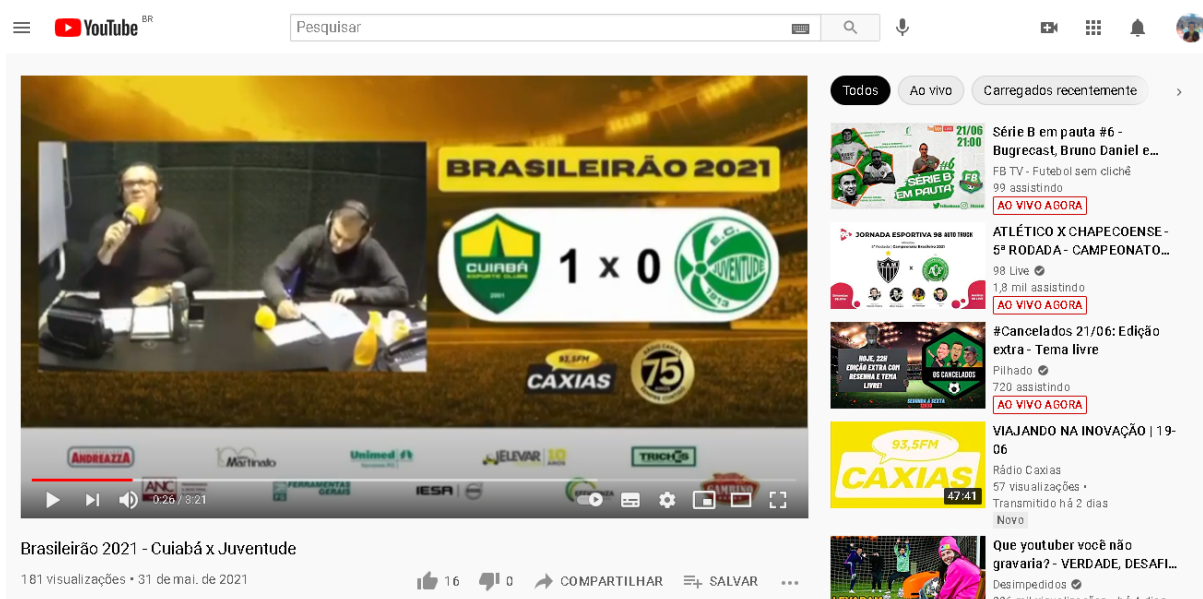
14/19 de maio - Gravação com Reis e Rodrigo, com passagens pela dupla Ca-Ju;

16/23 de maio - Veiculação e publicações de novos episódios do quadro;

27 de maio - Decisão da emissora de usar o Youtube para transmitir jornadas esportivas;

29 de maio - Primeira jornada transmitida no canal da emissora no Youtube;

Figura 19 - Primeira jornada transmitida no canal da emissora no Youtube

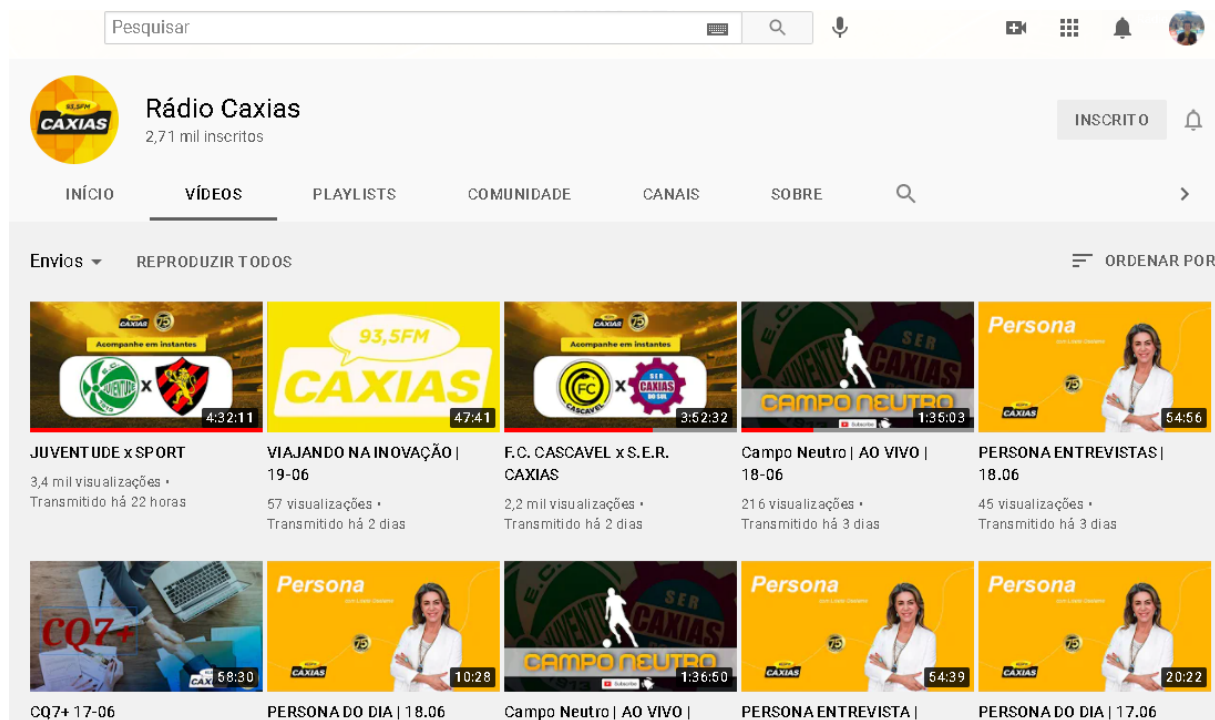


(Fonte: Youtube da Rádio Caxias)

31 de maio - Percepção da direção que a emissora poderia explorar o Youtube como divulgação de alguns conteúdos após boa resposta do Spotify;

01 de junho - Decisão que a partir dessa data todos os programas transmitidos em live deixariam de ser reproduzidos no Facebook e passariam para o canal da Rádio Caxias no Youtube;

Figura 20 - Vídeos recentes no canal



(Fonte: Youtube.com/RdCaxias)

05/12/18 de junho - Gravações do "Sabe de Quem?" com Maílson, Wallacer e Caíque Valdívia, ex-jogadores de Caxias e Juventude;

06/13/20 de junho - Veiculação do quadro no programa Bola Premiada;

21 de junho - Diretores da Rádio comemoram bons números em visualizações de programas no Youtube e conteúdos no Spotify.

6.1 PROCESSOS E RESULTADOS ALCANÇADOS

A Rádio Caxias comemorou seus 75 anos de história em abril e está consolidada como um dos grandes veículos de comunicação do Rio Grande do Sul. Percebe-se que a mentalidade da emissora foi alterada ao decorrer desse semestre com as propostas apresentadas no plano de ação do Estágio Curricular e

algumas observações feitas em paralelo.

Há décadas existe o debate de que o rádio terá seu fim em breve, alguns teóricos, inclusive, acreditavam que a internet poderia acabar com o espaço dos meios tradicionais de comunicação. Porém, isso não se confirma pelo fato da adaptação que a tecnologia apresenta aos veículos. A emissora caxiense entendeu esse processo e adaptou seus conteúdos nos últimos anos. Um site foi criado para a publicação de informações, armazenagem de conteúdos noticiosos e programas. As redes sociais também ganharam seu espaço.

Dentro desse ambiente, as visualizações têm grande importância e a Rádio Caxias alcançou boas marcas com a realização desse trabalho de Estágio Curricular. Além de ampliar o leque dos seus serviços, o veículo proporcionou mais alternativas para seus ouvintes acompanharem seus produtos.

O principal resultado atingido foi a mudança de mentalidade dentro da emissora. Obviamente que a preferência da Rádio Caxias segue sendo sua programação ao vivo e transmitida pelo alcance da antena, mas o conteúdo disponibilizado ao público pela internet divulga mais ainda o trabalho realizado no veículo e permite uma gama maior na comercialização.

7 PARECER DO SUPERVISOR DO CAMPO DE ESTÁGIO

As sugestões apresentadas pelo Bruno Mucke Abreu foram muito bem recebidas e úteis. Todas elas caminhavam no sentido de ampliar a divulgação da rádio em novas plataformas, e essa é uma diretriz extremamente importante para a conquista de novos ouvintes e ampliação do nosso alcance. Por isso, a implantação de todas as medidas foi considerada. Algumas, no entanto, não puderam, por questões operacionais, ser colocadas em prática. De qualquer forma, vão ser avaliadas no futuro. Outras foram executadas com sucesso. Primeiramente, foram implantados os programetes “Sabe de Quem” e “Fora de Campo”, que trazem o conteúdo esportivo de forma diferente e descontraída. Justamente por estas características, encaixam-se perfeitamente na ideia de colocação na plataforma Spotify.

A partir do hábito do nosso ouvinte procurar o conteúdo da rádio no Spotify, com estes produtos já colocados lá, no futuro ficará mais plausível colocar os outros produtos sugeridos, como o Campo Neutro. Apesar deste programa já estar disponível para ser ouvido a qualquer momento no site, no modo podcast, a presença dele no Spotify traz novo alcance e novos potenciais ouvintes. Assim, considero a execução do Plano de Ação do Estágio Curricular do Bruno Mucke Abreu muito bem sucedido, e útil para o andamento do dia a dia da rádio.

Alessandro Valim
Diretor de Programação
Rádio Caxias

8 CONSIDERAÇÕES FINAIS

A Rádio Caxias é uma das maiores emissoras de rádio do Rio Grande do Sul, reunindo 27 funcionários. O seu principal foco são as informações locais, além de ser referência em Jornalismo na região da Serra Gaúcha, pela apuração, matérias relevantes e prestação de serviços para a comunidade. Além disso, tem a tradição de transmitir esportes. O objetivo número um do ramo é acompanhar Caxias e Juventude por todo Brasil e trazer a melhor cobertura para seu público.

Durante a realização do Estágio Curricular, o Jornalismo Esportivo foi a área utilizada para a implantação de ideias e propostas de conteúdos diferentes dos apresentados em muitos veículos de comunicação. Entende-se que existe uma necessidade de mudança em alguns assuntos abordados em emissoras, principalmente na tentativa de humanização de personagens. É necessário que haja o entendimento de que o jornalista é fiscalizador e por vezes fará cobranças, mas o profissional também precisa compreender o cenário completo para tecer sua opinião, que pode influenciar quem lhe acompanha.

Sendo referência no conteúdo reproduzido pelo FM, a emissora também aposta em plataformas alternativas. Por alguns anos, a rádio investiu no *Facebook* para realizar suas *lives* e mostrar bastidores dos programas. Porém, o *Youtube* proporcionou maior engajamento e esse pensamento foi mudado com as sugestões desse trabalho e em cima de algumas análises feitas pela direção da Caxias. O *Spotify* mostrou ser um ambiente que proporciona frutos para a emissora colher, pois seus conteúdos divulgados na rede são acessados por locais onde as ondas do rádio não chegam e permite que seja reproduzido em qualquer momento.

Acredita-se que o Estágio Curricular foi bem aproveitado na emissora e deixou o recado que, além do tradicional, é possível acrescentar conteúdos em outras plataformas para que seja ampliado seu público. Todas as ações propostas acima e seus formatos foram pensados especificamente para a Rádio Caxias e visam auxiliar na qualidade do trabalho já desenvolvido.

9 REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ASSIS, Pablo; LUIZ, Lucio. O podcast no brasil e no mundo: um caminho para a distribuição de mídias digitais. In: XXXIII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, 2010, Caxias do Sul. Disponível em: <http://www.intercom.org.br/papers/nacionais/2010/resumos/R5-0302-1.pdf> Acesso em: 07 abr. 2021.

CABRAL FILHO, Adilson Vaz; DIUANA, Andreza Lobato. O podcasting e a produção de áudio no ciberespaço. In: XIII Congresso de Ciências da Comunicação na Região Sudeste, 2008, São Paulo. Disponível em <http://www.intercom.org.br/papers/regionais/sudeste2008/resumos/R9-0232-1.pdf>. Acesso em: 07 abr. 2021.

CEBRIÁN HERREROS, Mariano. **La radio en la convergencia multimedia**. Barcelona: Gedisa, 2001.

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

PERUZZO, Cicilia M. Krohling. Mídia regional e local: aspectos conceituais e tendências. Comunicação & Sociedade. São Bernardo do Campo: Póscom-Umesp, a. 26, n. 43, p. 67-84, 1o. sem. 2005.

