A EVOLUÇÃO DO RÁDIO ATRAVÉS DA INTERNET: O CASO DO COMPLEXO LUZ E ALEGRIA DE COMUNICAÇÃO

Celso Sebastião dos Santos
Mauricio Wiechoreki
Ezequiel Plinio Albarello

RESUMO: O Presente artigo pretende demonstrar a importância da internet para a Radiodifusão. A partir da utilização desta ferramenta para divulgar a programação das emissoras, o rádio passou por mais uma transformação importante em sua história de 90 anos no Brasil. Com a internet o rádio passou a ter uma identidade visual, pois oferece aos seus ouvintes o site da emissora com fotos dos locutores, dos equipamentos e da própria estrutura que os ouvintes apenas imaginavam como de fato eram. As notícias antes divulgadas apenas em áudio, agora podem ser conferidas também com textos, fotos e vídeos em tempo praticamente real em relação à divulgação de notícias nos microfones. Outro importante serviço que a internet oferece é o áudio das rádios em tempo real e com qualidade digital em qualquer local e horário que o internauta desejar. Outro importante objetivo da utilização da internet por emissoras de rádio é a interatividade com os ouvintes, ou "webouvintes" que podem se comunicar com as emissoras através de e mails, chats e redes sociais. A metodologia aplicada neste artigo foi baseada em pesquisas bibliográficas, pesquisas descritivas e estudo de caso.

PALAVRAS-CHAVE: Rádio. Internet. Programação.

INTRODUÇÃO

O que parecia uma ameaça para o rádio no mundo, acabou tornando-se uma grande oportunidade. Assim podemos descrever a relação entre a internet e a radiodifusão. A capacidade do rádio em se moldar as mais diversas situações tem sido um diferencial competitivo desta mídia eletrônica em relação a todas as outras.

Nos dias atuais a grande maioria das emissoras de rádio, comerciais e comunitárias, operando em Frequência Modulada FM ou Amplitude Modulada AM divulgam seu trabalho na rede mundial de computadores, garantindo a pluralidade de conteúdos.

Este fenômeno embora recente, tornou- se previsível com o surgimento das primeiras web rádios na Europa e Estados Unidos. O mundialmente conhecido empresário norte americano Bill Gates, por exemplo, afirmou em entrevista à revista Forbes no ano de 1998 que o maior parceiro da internet, como veículo de comunicação de massa é o rádio, devido sua unisensorialidade, ou seja, a capacidade que o rádio dá às pessoas de ouvi-lo fazendo outras coisas ao mesmo tempo.

A internet ofereceu ao rádio enquanto parceiro de difusão de mensagens o que este veículo considera como sua essência: a velocidade, a instantaneidade e a mobilidade. Esta parceria aprimorou a qualidade de todos os serviços oferecidos nas emissoras de rádio dando mais credibilidade na apuração dos fatos divulgados anteriormente apenas através de áudio. Hoje a notícia é divulgada também nos sites, blogs, chats e redes sociais utilizando textos, fotos, vídeos e outros recursos visuais. O Departamento Comercial das Emissoras de rádio também ganha com a parceria estabelecida entre Internet e rádio já que oferecem para seus clientes outros produtos adicionais além do tradicional spot gravado.

A criatividade dos profissionais de venda das emissoras fez surgir outras opções de divulgação como o banner em sites ou blogs valorizando a parceria entre rádio e seus patrocinadores. Outra forma possível de divulgação das empresas apoiadoras através da internet é oferecendo o áudio da rádio em tempo real pelo site oficial da emissora que pode ser ouvido em qualquer lugar ou hora com ótima qualidade de recepção, garantindo assim a audiência de grande numero de "webouvintes" que eventualmente não poderiam sintonizar a emissora da forma convencional.

1 FUNDAMENTAÇÃO CONCEITUAL DO RÁDIO: O INÍCIO

A comunicação entre os homens existe desde o inicio da humanidade. Ela sempre existiu, de outras formas, garantindo a troca de mensagens entre nossos ancestrais. No inicio a comunicação acontecia com sons, ou ruídos, expressões ou gestos e só mais tarde evoluiu para a fala.

Até os anos 1800, a comunicação a distância era realizada utilizando fogueiras, tambores, pombos- correio, mensageiros e arautos. Porem tudo mudou a partir do ano de 1843 quando o americano Samuel Finley Bruce Morse criou o telégrafo eletromagnético e o Código Morse. A primeira mensagem transmitida por esse sistema foi: “Atenção Universo”.

Assim foi dado um passo decisivo para aproximar as pessoas pela comunicação. Mais tarde, no ano de 1863 o professor inglês James Clerck Maxwell descobriu a existências de ondas eletromagnéticas. A teoria então foi desenvolvida por muitos anos pelo físico Henrich Rudolf Hertz que detectou as ondas de rádio que passaram a se chamar de “ondas hertizianas”. A esse evento se credita o ponto de partida para a invenção definitiva do rádio.

No ano de 1896 o físico italiano Guilherme Marconi modificou o sistema de Morse que era a base de transmissão com fio, para o sistema sem fio. Ele transmitiu a uma pequena distancia de 3 metros.

Outro importante personagem na história do Rádio foi o Padre Landell de Moura, chamado de Padre Cientista por suas experiências nas transmissões de sinais de rádio e na criação de um aparelho transmissor de sinais de telegrafia e da voz à distância e sem fio.

Em 1916 o rádio já era uma realidade já que transmitiu o primeiro programa de notícias com o resultado das eleições dos Estados Unidos. Entre os anos de 1914 e 1919 os sinais eletrônicos do rádio foram utilizados principalmente para fins militares servindo de meio de comunicação entre aeronaves e navios.

Com o fim da guerra o rádio voltou a ser objeto de pesquisa para fins de comunicação entre os povos. O ano de 1919 foi marcante para o rádio, pois surgiram nesta data, transmissões regulares de rádio em vários países como Holanda e Estados Unidos. Já nesta época a história do rádio confirma Cesar,2005 atinge um número considerável de ouvintes.

> O rádio é um veiculo de comunicação de massa que por meio de ondas eletromagnéticas atinge um público numeroso anônimo e heterogêneo. sua audiência é formada por um número considerável de ouvintes por ter a possibilidade de atingir uma extensa área de cobertura. O rádio só é limitado pela potência dos transmissores e pela legislação, que determina sua frequência amplitude e potência. Sua audiência é anônima, pois o comunicador não sabe individualmente onde está cada um de seus ouvintes. Seu público ouvinte é heterogêneo, por causa da abrangência de pessoas de diversas classes socioeconômicas, com anseios e necessidades diferentes. O rádio, como emissor, utiliza a linguagem oral. Ele "fala" a mensagem e o receptor ouve. O ouvinte não precisa ser alfabetizado (CÉSAR, 2005, p. 163).

1.1 O Rádio no Brasil

Foi no dia 07 de setembro do ano de 1922 que aconteceu a primeira transmissão radiofônica no país, através do então Presidente da República Epitácio Pessoa em um discurso no Rio de Janeiro sobre o centenário da Independência.

Segundo Gisela Ortriwano, no Livro a Informação no Rádio- Os grupos de Poder e a Determinação dos Conteúdos, a transmissão radiofônica foi uma demonstração que causou impacto na sociedade, mas logo foi encerrada por falta de um projeto que lhes desse continuidade.

A primeira Emissora de Rádio do Brasil surgiu em 20 de abril de 1923 com a abertura da Rádio Sociedade do Rio de Janeiro, que possuía um cunho educativo e foi fundada por Edgard Roquette Pinto.

Na década de 20 o rádio se espalha pelo território brasileiro, onde surgiram muitas emissoras fundadas por clubes ou associações que eram os mantenedores das rádios.

Outra fonte de arrecadação das emissoras era a mensalidade paga pelos proprietários

de aparelhos receptores e doações de pessoas ou entidades.

Na década de 30 acontece uma importante transformação no rádio. A programação migra do erudito para o popular e educativo com o objetivo de oferecer lazer e diversão. Outra transformação importante desta época, segundo Ferrareto,2001 foi o início da publicidade em rádio, fato que deu mais condições financeiras às emissoras que se espalhavam pelo país.

> De 1923 até o início da década de 30, surgem emissoras em diversos estados brasileiros. Quando a publicidade é regulamentada em 1932, dando início a uma nova fase na história da radiodifusão sonora do país, o veículo está presente na Bahia, Ceará, Maranhão, Minas Gerais, Pará, Paraná, Pernambuco, Rio de Janeiro, Rio Grande do Sul, Santa Catarina e São Paulo (FERRARETTO, 2001, p. 101).

No ano de 1935 surge na Rádio Kosmos de São Paulo o primeiro auditório para apresentação da programação ao vivo, o que acabaria mais tarde, marcando uma era do rádio no país. A era de ouro do Rádio foi construída por programas de auditório e por radionovelas.

Então, empresários que notaram que as emissoras eram veículos eficientes de divulgação passaram a colocar anúncios pagos de suas empresas, o que possibilitou um grande crescimento da atividade.

A primeira Radio novela surgiu em 1942 e se chamava "Em Busca da Felicidade" e foi ao ar pela Rádio Nacional do Rio de Janeiro. O sucesso foi tão grande que a emissora investiu na segunda parte da trama que se chamou "O Direito de Nascer". E fez com que outras emissoras também produzissem suas próprias rádios novelas. Roquette Pinto citado por Ferraretto 2001, classifica a programação do rádio na década de 40 como sendo uma diversão para a população de baixa renda.

> O rádio é o jornal de quem não sabe ler; é o mestre de quem não pode ir à escola; é o divertimento gratuito do pobre; é o animador de novas esperanças; o consolador do enfermo; o guia dos sãos, desde que o realizem com espírito altruísta elevado. (ROQUETTE-PINTO apud FERRARETTO, 2001, p. 97).

O ano de 1950 foi marcante pela primeira grande crise que o rádio enfrentou. Uma queda significativa de audiência e de investimento publicitários acontece em função do surgimento da televisão. O novo meio de comunicação levou do rádio os investimentos em propaganda e também seus principais profissionais.

No final do ano de 1959 o rádio supera a crise com o surgimento de novas tecnologias que possibilitam sua audiência em qualquer lugar e a qualquer hora. Além disso, surge o rádiojornalismo ao vivo com transmissões externas, no local dos fatos, coisa que a TV não conseguia fazer. Ferraretto 2001 descreve assim esta fase do rádio no Brasil.

> No início, a identificação do noticiário como o cabeçalho de um periódico impresso. Depois, a marcação da sonoplastia, as manchetes a reproduzir a capa de um jornal. Seguiam-se as notícias agrupadas em blocos – política, economia, esportes... – tal qual faziam os diários com suas editorias (FERRARETTO, 2001, p. 130-131).

1.2 O Rádio no Rio Grande do Sul.

No Rio Grande do Sul o rádio surgiu no ano de 1924 com a Rádio Sociedade Riograndense de Porto Alegre. Esta emissora não se manteve no ar, pois seus sócios desistiram de contribuir considerando a mensalidade de 5 mil reis muito cara. Com isso, oficialmente, a primeira emissora de rádio do estado é a Rádio Pelotense fundada em 25 de agosto de 1924 e que está no ar até os dias de hoje.

> A arte da improvisação aconteceu muito, até o rádio começar a entender que para usar todo o seu potencial, precisava se organizar; só então, o rádio disparou em termos de produção, de qualidade de programação e, principalmente, de informação (SAMPAIO apud ORTRIWANO, 2002/2003, p. 66)

1.3 Os novos ambientes empresariais, apoiados em T.I.

Por mais virtual que sejam as empresas do futuro – e sabe-se que isto ainda está longe de acontecer, não há existência possível sem espaço. Em algum momento a virtualidade e a potencialidade devem dar a ação e a produção. Prova disto é a própria informatização das empresas, que era vendida como sendo aquela que iria diminuir o quadro de funcionários de uma organização. Na verdade, hoje sabe-se que os profissionais de T.I. passaram a fazer muito mais do que no passado, apenas para acompanhar os acontecimentos da evolução das relações entre as organizações e os referidos públicos. E trabalhar estes paradigmas não será algo que se conseguirá apenas convencendo os altos escalões. Será preciso trabalhar toda a organização, independentemente de ser uma empresa, indústria ou instituição de ensino.

O termo “ambiente mutante” vem sendo abordado por diversos especialistas, que definem que, num mundo instável, a estrutura de uma organização tende a mudar conforme suas necessidades. Equipes poderão e deverão ser formadas e dispensadas, tal qual já são feitos internamente com os famosos GTs (grupos de trabalho). Especialistas afirmam que as tarefas poderão, em determinados momentos, ter caráter totalmente temporário, como setores ou departamentos variáveis de acordo com a época. Assim, além de toda tecnologia que já está ao alcance de praticamente todas as empresas, é necessário que elas tenham sensibilidade

para criarem, para os gestores e responsáveis pelas informações e serviços, programas de treinamento continuado que auxiliarão no entendimento e na adaptação às novas necessidades, cuja regra será, como dito anteriormente, a perenidade da mutação.

Outros aspectos como a pressão social nas relações com a comunidade e o meio ambiente, a oposição entre carreira e vida pessoal e o novo perfil de liderança para as organizações do futuro, são temas de grande importância que deverão fazer parte do treinamento e desenvolvimento de pessoas chave dentro das organizações que, pelo menos, querem se manter na posição que ocupam na atualidade.

5 Porque ainda existem Empresas não Informatizadas?

- Paradigma do estado atual X reengenharia do processo - insegurança a mudanças/reeducação;
- Falta de pessoal altamente capacitado - administrativo e tecnológico;
- Falta de estrategistas para disseminar a revolução digital, e proporcionar aumento na lucratividade;
- Falta de uma Política para Implementação de T.I.

Para Vinaja (2004, p.64) as organizações atualmente têm que lidar com o desenvolvimento da tecnologia, atentas aos novos desafios e circunstâncias socioeconômicas em que atuam.

6. Um processo de informatização (automação) terá que tratar várias questões:

- aculturamento em informática de sua comunidade;
- modernização dos processos administrativos;
- uso de tecnologia de LANs (redes locais - Intranet), WANs (Internet), e interligação de Intranets corporativas e na cadeia produtiva (fornecedores, logística, etc.);
- infraestrutura de comunicação;
- atualização dos recursos de informática (equipamentos, infraestrutura de rede, programas, gerência e suporte).

> Com o objetivo de alcançarem maiores índices de competitividade, as organizações têm utilizado variada e complexa gama de tecnologia. Por isto, novas tecnologias podem ser encontradas em vários ambientes, com reflexos diferentes em cada um deles (RUBEN, et al. 2003, p. 168).

Para muitos, entretanto, o termo Tecnologia da Informação assusta, pois muitas vezes não estão familiarizados, e ainda não utilizam esses recursos em suas organizações. Porém, deve-se entender que a Tecnologia da Informação evoluiu do papel de suporte administrativo

para o de estratégico. Hoje não se pode pensar em tecnologia de forma isolada, é necessário analisar a cultura organizacional, as necessidades reais da organização, investimentos a serem feitos, a realidade econômica da empresa, do país e até da economia mundial, pois insere-se em um mundo globalizado onde a troca de informações realiza-se de uma forma muito rápida, jamais vista antes.

2 METODOLOGIA

O levantamento de dados de uma pesquisa varia dependendo do seu problema de pesquisa, seus objetivos, independente de quais métodos sejam aplicados. A pesquisa seja ela bibliográfica (fontes secundárias) ou documental (fontes primárias), tem finalidade quanto a evitar duplicidades em pesquisas, levantando os dados em primeiro momento (MARCONI; LAKATOS, 2010).

Ao se delinear uma dada pesquisa são considerados elementos que tenham características que atendam a realidade dos dados coletados. Nas palavras de Gil (2010), os delineamentos de pesquisa são: pesquisa bibliográfica, pesquisa documental, pesquisa experimental, ensaio clínico, estudo caso controle, estudo de coorte, levantamento de campo, estudo de caso, pesquisa etnográfica, pesquisa fenomenológica, teoria fundamentada nos dados, pesquisa-ação e pesquisa participante.

Seguindo as definições de delineamento esta pesquisa se classifica como pesquisa bibliográfica, com base em referencial teórico desenvolvido a partir de artigos científicos, livros, legislações, internet, material disponível em sites, e ainda como estudo de multi casos, envolvendo análise de casos de inovação estratégica pela internet.

A maneira de avaliação ocorreu em forma de entrevista com pessoas que se ligadas a gestão e história da rádio LA. As perguntas não foram previamente programadas, haja vista que, precisávamos de informações múltiplas ligadas à história da rádio. Ainda buscou-se informações com antigos funcionários buscando dados históricos e com os atuais buscando a realidade vivida pela pesquisada na contemporaneidade.

3 O Rádio em Frederico Westphalen: O Caso do Complexo Luz e Alegria de Comunicação.

O Complexo Luz e Alegria, com um grande comprometimento com a região, promove inúmeras atividades buscando a aproximação do ouvinte com a informação, lazer e

entretenimento. Este é um dos diferenciais das Emissoras do Complexo LA em relação a sua concorrência. As Emissoras destacam-se também pelas ações sociais que são realizadas com o objetivo de auxiliar pessoas ou entidades assistenciais em situação de vulnerabilidade. O Complexo Luz e Alegria tem como seus principais concorrentes no mercado regional, Emissoras do município e da região cujo sinal abrange o município. Nesse sentido pode-se destacar rádio Chirú AM e FM de Palmitinho, rádio Seberí, rádio Marabá de Iraí, rádio Atlântida e Oeste Capital de Chapecó e também rádios Comunitárias do município e região.

A história da radiodifusão em Frederico Westphalen é mais antiga que a própria fundação do município que ocorreu em 28 de fevereiro de 1955. O rádio chegou à cidade no ano de 1944 com as primeiras transmissões idealizadas por Monsenhor Victor Batistella.O padre instalou na Casa Paroquial um amplificador, também chamada de "estação sonora" para transmissão de informações, avisos, propaganda e utilidade pública. A fundação da Rádio Luz e Alegra ocorreu no dia 16 de agosto de 1952. Porém somente em 26 de outubro de 1957 a rádio é autorizada pelo departamento de Telecomunicações (Dentel) atual Agência Nacional de Telecomunicações a transmitir com prefixo de ZYU-65 em Amplitude Modulada- AM.

Hoje mais de 60 depois O Complexo Luz e Alegria está entre as melhores estruturas de comunicação do país. Oferece aos seus clientes e ouvintes um som de qualidade com uma programação diversificada em todas as mídias. As emissoras AM e FM, o Jornal Luz e Alegria e o site www.luzealegria.com.br dão vazão as demandas regionais participando efetivamente de todos os processo sociais de desenvolvimento. Atualmente o Complexo Luz e Alegria tem abrangência em mais de 200 munícios nos 3 estados do Sul.

A **Rádio 95.9 FM**,uma das únicas emissora do interior do estado com 10KW de potência e antena de transmissão com 117 metros, alcança uma abrangência em mais de 200 municípios, nos três estados do sul do país. É voltada para o entretenimento, com programação essencialmente musical e foco no público regional.

A **Rádio Luz e Alegria – AM 1.160** opera através de transmissor digital e processador de áudio, sendo um dos mais modernos do mundo, com geração de áudio digital, garantindo praticamente a duplicação do alcance das ondas radiofônicas, além da melhora significativa da qualidade do sinal.

A sua programação, basicamente informativa, é líder em jornalismo em toda a região de abrangência.

O **Jornal Luz e Alegria** é o mais novo meio de comunicação do Complexo, lançado em 2010, com periodicidade mensal, tiragem de 30.000 exemplares e entrega gratuita em mais de 60 municípios.

O **L.A. Online** é a edição digital do Complexo Luz e Alegria, com as postagens das fotos e informações dos fatos noticiados, constituindo-se no portal de informações mais completo da região, com acesso on-line para as rádios 95.9 FM, AM 1.160 e o Jornal Luz e Alegria. Mantém uma média de 5.000 acessos diários. Acesso pelo site www.luzealegria.com.br.

Luz e Alegria, uma empresa com mais de 60 anos. Abrangendo mais de 100 Municípios do Norte Gaúcho e Oeste Catarinense. O início das atividades de internet com objetivo de transmitir o som das emissoras AM e FM aconteceu no ano 2000. Na época a Internet ainda era de maneira discada, e era usada rapidamente, pois quando alguém se conectava, a emissora ficava sem telefone.

Mas o tempo foi passando e a tecnologia crescendo cada vez mais, logo, em meados de 2002 foi instalada a Internet Via Rádio, na época pela Empresa Fredon. Melhorando a

qualidade e capacidade da conexão, lembro que na época precisava retirar o Modem da tomada para que pudesse ser reiniciado, pois a conexão ainda dava muitos problemas. Com a melhora da Internet passamos a ter um novo sonho, o sonho de a Luz e Alegria ter um portal para notícias e programação musical online. Pesquisamos vários sites. De vários Estados. Ex: Rádio Gaúcha – Poá, Jovem Pan – SP e Band – SP. Que já estavam online no mercado.

Mas foi no Ano de 2003 que foi ao Ar o portal www.luzealegria.com.br, depois da busca de várias informações em outros meios de comunicação, pois se tratava de algo novo. O site era bem simples, mas atual para a época, contava apenas com um portfólio de notícias, fotos da Emissora e o mais interessante, com a Rádio Online. Conseguimos um Streaming de Belo Horizonte – MG, para aproximadamente 50 ouvintes conectados, o que já era um bom número. Com o crescimento dos internautas, logo precisávamos de mais capacidade de distribuição de sinal para os ouvintes, aumentando para 150 ouvintes divididos entre as duas Emissoras. A rádio on-line se transformou em uma verdadeira febre entre os ouvintes, uma transmissão sem fronteiras onde toda e qualquer pessoa conectada a internet poderia ouvir sem problemas a sua rádio, para isso bastava possuir instalado no computador o Windows Media Player ou o Winamp. Hoje em dia, já é padrão no Windows a presença do player Windows Media Player, não necessitando a instalação de nenhum programa extra para o internauta. A rádio online por incrível que pareça não necessita de internet rápida, apenas estável, evitando que o ouvinte receba a transmissão com cortes na transmissão.

O sistema de transmissão de áudio facilita o baixo custo da sua expansão. Podendo assim gerar ótimos lucros para a empresa. A definição de oportunidades na área da rádio on-line me cativou, com isso, fiz um levantamento de informações e conferindo de perto os principais problemas na área. Feito isso, ocorreram várias gerações de ideias, onde, depois de escolhidas foram colocadas em prática. Veio então o desenvolvimento do pré-projeto, foi ai então onde começou a criar um novo rumo, com estratégias e anseios dos ouvintes, como por exemplo, a facilidade de manuseio do site. O programa de projeto compreende uma administração sólida e segura, onde os principais objetivos são facilitar e inovar a maneira de como ouvir rádio hoje, em um poderoso site, onde nele possam surgir novas formas de rendimento para a empresa. Esta qualificação é apresentada de forma prática e de fácil apreensão, para poder ser eficaz e incorporada a eventuais projetos futuros. A utilização intensiva da web foi o ponto de partida para a construção do site Luz e Alegria.

E de aproximadamente dois anos para cá muitas mudanças foram feitas, com o intuito de melhorar e facilitar a conectividade com o ouvinte. Novas ferramentas foram implementadas afim de que empresa e ouvinte estejam sempre sintonizados, estabelecida essa

sintonia, para que cada vez mais a interatividade, a curiosidade e o lazer seja algo novo e interessante aos ouvintes.

3.1 Transferência do Streaming.

A capacidade do streaming não suportava mais as demandas de ouvintes online então mudamos para outro provedor, agora de Santa Maria, chamada Conect Streaming Serviços de hospedagem e streaming. O Diretor de Vendas e Marketing da Empresa Jonis B. Lemos afirma: A Conect Streaming nasceu em Santa Maria no ano de 2010 para proporcionar uma alternativa de serviços de Streaming no mercado. Já em 2011 com uma crescente neste ramo, em busca de hospedagem, qualidade e atendimento, Jonis implantou soluções para empresas na área de grandes hospedagens de sites, conseguindo uma grande quantia de clientes em todo o território nacional, conclui Jonis B. Lemos. Hoje a Luz e Alegria conta com uma capacidade de 500 ouvintes online para cada Emissora.



FONTE: Empresa pesquisada

Criação do Blog LA Esportes com notícias do esporte Regional, mas principalmente sobre o União Frederiquense:

Com a ascensão de torcedores apaixonados pelo esporte, por futebol e pelo União Frederiquense, a Luz e Alegria não poderia deixar de atender esse mercado. Com o intuito de se aproximar dos esportistas, foi criado um blog chamado LA Esporte, onde pode ser acessado através do endereço: http://laesporte.blogspot.com.br, ou ainda através de um link no home Page da Luz e Alegria, www.luzealegria.com.br, onde foi criado um espaço com o Logo do União Frederiquense, uma arte moderna ao centro do Site é possível o acesso de todas as informações do União, dupla Grenal e diversas categorias esportivas tais como bocha, tênis, campeonatos locais entre outros. Aproximando com isso os apaixonados pelo esporte.



FONTE: Empresa pesquisada

3.2 Ícones das redes sociais.

Com várias notícias postadas diariamente, informando o público regional o Site da Luz e Alegria é hoje um dos mais acessados da região. E com o crescimento acelerado das redes sociais foi inevitável aderir a esta poderosa ferramenta atual. Com isso, foi implantada em cada notícia postada, a possibilidade do ouvinte que interage nas redes sociais como Face book e Twitter o compartilhamento da notícia de sua escolha em sua rede de amizades, fazendo que a notícia e a Marca LA chegue a lugares mais distantes sem que as pessoas precisem acessar o portal Luz e Alegria, Sempre visando expandir as notícias e aproximar o ouvinte.



FONTE: Empresa pesquisada

3.3 Implantação de Artes da programação das Rádios.

Divulgar, essa é a palavra, além da divulgação por si própria pelas ondas do rádio, a Luz e Alegria aderiu à divulgação visual. Sabendo da força que isso tem foram desenvolvidas várias ``artes´´ de programas feitos na Luz e Alegria para serem visualizadas no site da LA. Tais como: Super Sequência, apresentado pelo comunicador Celso Santos, Café dos campeões, apresentado pelo comunicador Márcio Rangel, Alma de Campo e Bem Gaúcho, apresentados pelo comunicador Ricardo Favin, Estação da Manhã e Balada 95, apresentados pelo comunicador Sidimar dos Santos, Banda Show e Curtição Total, apresentados pelo comunicador Marcelo Lima. Todas essas artes com fotos dos comunicadores e estúdios da LA, especificando dias e horários que os programas vão ao ar. Para o fortalecimento da marca. Facilitando e aproximando o contato dos ouvintes com os colaboradores da LA.



FONTE: Empresa pesquisada

3.4 Implantação de fotos e vídeos nas notícias.

Com a velocidade da internet cada vez melhor, praticamente todos os usuários de internet podem visualizar fotos de alta qualidade e assistir vídeos do seu interesse. Pensando nisso, foi disponibilizada no Site da LA, a possibilidade de postagem de várias fotos e vídeos em determinadas notícias postadas. No caso das fotos, é postada uma única foto, esta serve de capa para a notícia, as demais com a inclusão de uma seta para que estas possam ser trocadas tanto para o lado direito quanto o esquerdo. Os vídeos, que são arquivos maiores, são transformados no formato. AVI e postados no servidor de domínio do Site, sendo que qualquer Player de vídeos consegue abri-los facilmente. Nota-se que notícias em que são

postadas fotos ou vídeos são visualizadas dez vezes mais quanto uma notícia com apenas um título.



FONTE: Empresa pesquisada

Em entrevista com o gestor da empresa pesquisa da o mesmo informou que sem esta evolução, acompanhando as inovações mercadológicas a Rádio Luz e Alegria não estaria no patamar que encontra-se neste momento. Acompanhando o desenvolvimento tecnológico mundial a Rádio LA consegui se manter no mercado com uma fatia de mercado muito interessante viabilizando cada vez mais os investimentos em tecnologias.

CONCLUSÃO

Um meio de comunicação mundial entre os ouvintes e uma programação por Eles desejada, algo que inclua a tecnologia, prazer, informação e descontração. Onde assim, a Fundação Monsenhor Vitor Battistella continue a chegar a todos os lares, agora em uma nova e moderna maneira, onde estando em frente a um micro conectado à internet, qualquer pessoa poderá acessar o site, ouvir suas músicas preferidas, interagir com seus problemas, notícias, esportes, tópicos, as músicas mais ouvidas, fóruns, eventos, publicidades, mensagens , estatísticas, downloads, o histórico, abrangência, fotos, previsão do tempo e enquetes diárias.

Tudo isso, com uma programação cada vez mais voltada ao crescimento da região, fazendo com que grandes empresas continuem a investir em uma programação séria e ousada através do uso do site. Leva tempo para ser produzido e o ideal é que depois de pronto esteja sempre atualizado. Uma equipe de profissionais qualificados no ramo de web conectada diariamente ao site conseguirá facilmente controlar e modificar o que for preciso dentro do prazo necessário. Com o acúmulo de rádios comunitárias em todo território nacional, a rádio comercial precisa estar à frente das evoluções tecnológicas. Somente com uma

conscientização de apresentar um trabalho sério e dinâmico, conseguiremos desenvolver a diferença entre as outras.

Uma empresa que não pensa em expandir seu comércio na área de comunicação tecnológica esta seriamente correndo riscos de ficar no esquecimento, esse é o momento de ter uma equipe preparada para mostrar o que os empresários precisam para seu crescimento dar certo, formando assim um conjunto forte, de parcerias através das ondas do rádio e da interatividade com o uso do site.

ABSTRACT: The present article intends to show the importance of the Internet to the Broadcasting. Using this tool to divulge the broadcasters programming, radio passed for one more important transformation in its history on the 90's in Brazil. With the internet, radio passed to have a visual identity, because it provides to their listeners the brodcasters's website with picture of the announcers, equipments e the structures that only was on the listeners' imagination. The news once disclosed only in audio, now can be conferred in text, pictures and vídeo made in near real time over the dissemination of news in microphone. Another important service that the internet provides is the audio of the radio in real time and with digital quality at any place and time that the internet user wants. Another important goal of the utilizations of the internet by radio broadcasters is the interactivity with listeners, or "weblisteners", that are allowed to communicate with the broadcasters by e-mail, chats and social networks. The methodology applied in this paper was based on library research, descriptive research and case study.

KEYWORDS: Radio. Internet. Programming.

REFERÊNCIAS

CÉSAR, Cyro. **Rádio:** a mídia da emoção. São Paulo: Summus, 2005.

CHANTLER, Paul; HARRIS, Sim. **Radiojornalismo.** São Paulo: Summus, 1998.

FERRARETTO, Luiz Artur. **Rádio**: o veículo, a história e a técnica. Porto Alegre: Sagra Luzzatto, 2001.

GIL, A. C. **Como Elaborar Projetos de Pesquisa.** 5. ed., São Paulo: Atlas, 2010.

HAUSSEN, Dóris Fagundes. In: BARBOSA FILHO; PIOVESAN; BENETON (orgs.). **Rádio – sintonia do futuro**. São Paulo: Paulinas, 2004, p. 51-62.

LAKATOS, Eva Maria. **Metodologia científica.** 7. Ed.. São Paulo: Atlas, 2010.

Complexo de Rádios Luz e Alegria. On-line disponível em: http://luzealegria.com.br. Acessado em mar/2013.

MEDINA, Cremilda de Araújo. **Entrevista – o diálogo possível**. São Paulo: Ática, 1995.

ORTRIWANO, Gisela S. **Radiojornalismoffvf No Brasil:** Fragmentos de História, A informação no rádio – os grupos de poder e a determinação dos conteúdos. São Paulo: Summus, 1985.

REVISTA USP, São Paulo, n.56, p. 66-85, dez. 2002 / fev. 2003.

PRADO, Emílio. **Estrutura da informação radiofônica**. São Paulo: Summus, 1989.

RUBEN, Guilhermo, WAINER, Jacques, DWYER, Tom. **Informática, Organizações e Sociedade no Brasil.** São Paulo: Cortez, 2003.

Serviços de Streaming e Hospedagem. on-line disponível em: http://www.conectstreaming.com/empresa.html. Acessado em março de 2013.

SPONCHIADO. Breno Antônio. **Mons. Vítor Batistella na história de "Barril".** Passo Fundo: Berthier, 1989.

VINAJA, Robert. **Innovation in Multinational Corporations in the Information Age: The Experience of the European ICT Industry.** Marietta: Journal of Information Technology Cases and Applications. 2004. Vol.6.