

**UNIVERSIDADE DE PASSO FUNDO**

**Jonathas Christopher Koche**

**A interação na *fan page* da Rádio UPF: o olhar crítico na  
análise quantitativa**

**Passo Fundo**

**2015**

**Jonathas Christopher Koche**

**A interação na *fan page* da Rádio UPF: o olhar crítico na  
análise quantitativa**

Monografia apresentada ao curso de Jornalismo da Faculdade de Artes e Comunicação da Universidade de Passo Fundo, como requisito parcial para a obtenção do grau de Bacharel em Jornalismo, sob a orientação do professor Mr. Mateus Mecca Rodighero.

**Passo Fundo**

**2015**

## RESUMO

Este trabalho apresenta um histórico do advento da internet, sua evolução e suas possibilidades, sustentado pelas teorias de CASTELLS (2003). Das quais, destaca-se as redes sociais, especialmente o Facebook, principal rede no Brasil e seu impacto quantitativo na população brasileira como aponta a pesquisa de mídia Brasileira (2015). Além disso, destaca-se neste trabalho, análise de quinze dias das publicações e a interação dos usuários *fan page* da Rádio UPF em três aspectos: curtir, comenta e compartilhar, embasados em conceitos de SOUZA e RODRIGUEZ (2009).

Na análise, busca-se compreender se existe e como se dá a interação *fan page* da Rádio UPF. Para tal, essa análise quantitativa e qualitativa compreende todas as publicações no período de 1º a 15 de setembro.

**PALAVRAS-CHAVE:** Interação. Redes sociais. *Fan Page*. Rádio UPF.

## SUMÁRIO

<b>INTRODUÇÃO</b> .....	4
<b>1. DA ARPANET ÀS REDES SOCIAIS</b> .....	6
<b>1.1. Web 2.0</b> .....	8
<b>1.2. Redes sociais</b> .....	10
<b>1.3. Facebook</b> .....	12
<b>1.4. Interação nas redes sociais</b> .....	14
<b>2. RÁDIO, UM MEIO QUE SE ADAPTA</b> .....	17
<b>2.1. Rádio digital</b> .....	19
<b>2.2. Rádio UPF</b> .....	20
<b>3. METODOLOGIA E ANÁLISE</b> .....	22
<b>3.1. Metodologia de pesquisa</b> .....	22
<b>4. DESCRIÇÃO E ANÁLISE DA <i>FAN PAGE</i></b> .....	24
<b>CONSIDERAÇÕES FINAIS</b> .....	37
<b>REFERÊNCIAS</b> .....	40

## INTRODUÇÃO

Os recursos disponíveis na internet têm evoluído significativamente no mundo e, especialmente, no Brasil, de modo que atrai cada vez mais usuários. Segundo a pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios (Pnad), do IBGE, a proporção de internautas subiu de 49,2% para 50,1% entre 2012 e 2013, ou seja, já é mais da metade da população brasileira conectada à internet.

De maneira significativa também cresce o número de usuários de redes sociais, em suma, o crescimento do número de publicações nas mesmas. Uma pesquisa intitulada "Horários Nobres das Redes Sociais" publicada no site Info da editora Abril revela um crescimento de 144% de 2013 à 2014 em conteúdo compartilhado no *Facebook*, a rede social com maior número de usuários no mundo.

Diante da expressividade dos números apresentados, este trabalho tem como objetivo diagnosticar se existe interação dos usuários com a *fan page* da Rádio UPF e como ela se manifesta. Para isso, foi analisado quantitativamente e qualitativamente a *fan page* da Rádio UPF por 15 dias, de 1º à 15 de setembro de 2015.

A relevância do estudo da *fan page* pode ser percebida do ponto de vista social. Cresce exponencialmente a utilização das mídias digitais para produção e disseminação de informações entre meio e usuário. O meio digital, por ser relativamente novo, necessita de aprofundamento científico para entender o comportamento do usuário em relação ao conteúdo produzido. Outro aspecto que revela a importância do estudo da *fan page*, se deve ao fato de veículos de comunicação estarem investindo especificamente nesse meio digital. Prova disso, é a contratação de um profissional, pela Rádio UPF, no dia 13 de julho de 2015 para atuar especificamente na mídia digital (o trabalho online). As publicações também são realizadas pelos comunicadores da Rádio UPF; Gerson Pont, Cris Jaqueline Da Rosa, Evandro Oliveira e Jonathas Koche.

Porém, antes de partir para a análise propriamente dita, necessita-se embasar e contextualizar conceitos como a evolução da internet, analisada no capítulo 2, onde são apresentados os primórdios da *Arpanet* até a globalização da internet. A relação entre a globalização da internet e seus potenciais leva a um novo momento na internet, a web 2.0, além das redes sociais, conceituadas no mesmo capítulo. Para compreender como o meio rádio evolui e se apropria dessas novas plataformas de comunicação, apresenta-se uma breve história do veículo e sua convergência na internet, apresentados no capítulo 3, além do objeto

do estudo, a Rádio UPF, tendo em vista o objetivo principal deste estudo, a interação na *fan page* da emissora. O capítulo 4 trata da metodologia e da análise propriamente dita. Por fim, o capítulo 5 traz as considerações finais da pesquisa, projetando futuras abordagens e fechando o roteiro de análise.

O estudo apresenta contribuições para usuários, pesquisadores e profissionais da mídia, especialmente aos interessados em analisar e usufruir das possibilidades que surgem nesse meio eletrônico e digital. Dessa forma, parte-se para os capítulos teóricos da pesquisa.

## 1. DA ARPANET ÀS REDES SOCIAIS

Segundo Castells (2003), a origem da internet pode ser encontrada na Arpanet, redes de computadores montada pela Advanced Research Projects Agency (ARPA). Esta, foi formada em 1958 pelo Departamento de Defesa dos Estados Unidos, com o intuito de mobilizar recursos de pesquisas e com o objetivo de alcançar superioridade tecnológica militar em relação a URSS na esteira do lançamento do primeiro Sputnik– do russo, satélite, em 1957 (CASTELLS 2003, p. 13).

A *Arpanet* visava estimular a pesquisa em computação interativa. Para montar essa “rede”, foi fundado em 1962, o Information Processing Techniques Office (IPTO), que se tratava de uma unidade preexistente, liderada por Joseph Licklider, psicólogo que tornou-se cientista por meio do Massachusetts Institute of Technology (MIT).

Para montar a rede, o IPTO valeu-se de uma tecnologia revolucionária de transmissão de telecomunicações, a comutação por pacote, desenvolvida independentemente por Paul Baran na Rand Corporation (um centro de pesquisas californiano que frequentemente trabalhava para o Pentágono), e por Donald Davies no British National Physical Laboratory (CASTELLS 2003, p. 14).

O projeto caracterizava-se como uma rede de comunicação descentralizada, flexível, um sistema capaz de sobreviver a um possível ataque nuclear. Em 1969 os primeiros “nós da rede” foram estabelecidos na Universidade da Califórnia em Los Angeles. Dois anos depois, já eram 15 os nós espalhados nos centros universitários de pesquisa. Em 1972, em uma conferência internacional em Washington, aconteceu a primeira demonstração bem sucedida da *Arpanet* (CASTELLS 2003, p.14).

O próximo passo foi tornar possível uma conexão da *Arpanet* com outras redes de computadores, a começar pelas redes de comunicação que a ARPA estava administrando, a PRNET e a SATNET. Esse fato introduziu um novo conceito: “uma rede de redes”(CASTELLS 2003, p. 14).

Para que tal conexão fosse possível, as redes necessitavam de “protocolos de comunicação padronizados”. Em 1973 esse processo de “rede de redes” deu seus primeiros passos em um Seminário em Stanford, com um projeto de protocolo de transmissão (TCP). Em 1978, esse projeto foi segmentado em duas partes: protocolo intra-rede (IP), que por

consequência, gerou o TCP/IP, padrão no qual a internet funciona até hoje e NCP, um protocolo de comunicação diferente— como qual *Arpanet* continuou operando por algum tempo (CASTELLS 2003, p. 14-15).

Para tornar a comunicação por computador disponível para os diferentes ramos das forças armadas, em 1975 a *Arpanet* foi transferida para a *Defense Communication Agency* (DCA). Em 1983, o Departamento de Defesa temendo possíveis brechas na segurança, criou a MILNET, rede específica para fins militares. A *Arpanet*, por sua vez, ficou limitada especificamente à pesquisa militar (CASTELLS 2003, p. 15).

Em 1990, a *Arpanet* encontrava-se tecnologicamente obsoleta e foi retirada de circulação. Saindo do ambiente militar, o governo dos EUA confiou a internet à *National Science Foundation* (NSF) que, por sua vez, tentou privatizá-la. Porém, nessa altura, a maioria dos computadores nos EUA já tinha capacidade de conexão em rede, abrindo caminho para a difusão da interconexão de redes, ou seja, a “rede de redes”. Valendo-se dessa capacidade de entrar na rede, muitos provedores de serviços de internet montaram suas próprias redes e estabeleceram portas de comunicação em bases comerciais (CASTELLS 2003, p. 15).

Como fator importante na evolução da internet, vale destacar o “movimento da fonte aberta” - uma tentativa de manter aberto o acesso à informação relativa a sistemas de software. Nesse sistema, entendia-se que qualquer um que usasse um software gratuito deveria, em retribuição, distribuir pela internet aquele código aperfeiçoado. O movimento da fonte aberta foi uma iniciativa do programador do laboratório de inteligência artificial do MIT, Richard Stallman em 1984, mas que apenas gerou frutos em 1991 com o desenvolvimento do Linux (CASTELLS 2003, p. 17).

Em 1991, Linus Torvalds, estudante de 22 anos da Universidade de Helsinque, desenvolveu um sistema operacional baseado no “movimento da fonte aberta”, intitulado de Linux. Torvalds distribuiu gratuitamente o *Linux* pela internet, pedindo, em troca, aos usuários que aperfeiçoassem esse sistema e o enviassem de volta à rede. Constantemente atualizado, o resultado desse software é um dos sistemas operacionais mais avançados do mundo, em particular para a navegação na internet. Baseados no sucesso de Torvalds, outros grupos cooperativos surgiram. Assim, em 2001, mais de 60% servidores da internet estavam rodando com o *Apache*, servidor de fonte aberta. (CASTELLS 2003, p.17).

De acordo com Castells (2003), o que permitiu a globalização da internet foi o desenvolvimento do www (World Wide Web). Tim Berners-Lee, programador inglês, definiu e programou um software que permitiu obter e acrescentar informação de e para qualquer

computador conectado à internet. O software World Wide Web foi lançado oficialmente em agosto de 1991.

Pesquisar na WWW é ao mesmo tempo se encontrar nas multiplicidades e se perder; é avançar e recuar o tempo todo; é não mais separar e ao mesmo tempo, com todas as forças, tentar distinguir; é o ilimitado e o limitado que tentam se manifestar e se confundem (LEÃO, 2005, p. 25).

A democratização da internet se deve a empresa *Netscape Communications* por meio da criação da *Netscape*, o primeiro navegador comercial, lançado oficialmente em 15 de dezembro de 1994. Um ano depois, essa mesma empresa lançou o *Software Navigator*, gratuitamente para fins educacionais e ao custo de 39 dólares para fins comerciais (CASTELLS 2003, p. 18).

Com o sucesso do *Navigator*, a *Microsoft* finalmente descobriu a internet, e em 1995 e com o lançamento do software *Windows 95*, introduziu um navegador próprio, o *Internet Explorer*. Vale destacar que outros navegadores também foram desenvolvidos, como *Navipress*, criado pelo *America On line*. Além desse, ainda em 1995, a *Sun Microsystems* projetou o Java, linguagem de programação que permite baixar e rodar miniaplicativos (applets) no computador. Em 1998, reagindo à competição da *Microsoft*, a *Netscape* liberou o código-fonte do *Navigator* na internet (CASTELLS 2003, p. 19).

Em 1995, em seus primeiros passos em nível global, os recursos da internet se restringiam a disponibilizar, buscar, ter acesso e ler, características do que podemos classificar como web 1.0. Foi o advento e a popularização das “redes de relacionamento” que caracterizaram Web 2.0, ambiente em que se acentua o debate sobre comunidade e cooperação on-line (características também do movimento da fonte aberta) (RODIGUERO 2015, p. 29).

### **1.1. Web 2.0**

O que muda com a web 2.0 ou a “segunda geração da internet”, como Xavier (2007) nomeia, é, essencialmente, a maneira como passamos e entendê-la e ocupá-la. Antes, os sites colocavam todo o conteúdo de maneira on-line e estática, sem oferecer interação com os

internautas. Agora, é possível criar uma conexão por meio das comunidades de usuários com interesses em comum. (SILVA 2007, p. 9). Rodighero (2015) concorda com Xavier ao citar que uma das principais potencialidades dessa segunda geração é “a capacidade comunitária para a resolução de problemas e satisfação de necessidades [...]. Desse modo, a internet é feita por gente e não apenas por sistemas operacionais” (RODIGHERO, 2015, p.27-28). Nesse processo interativo, o usuário passa a ser também o emissor da mensagem (XAVIER, 2007, p. 37).

“Trata-se de um novo paradigma de internet, cujo objetivo principal é gerar conteúdo proveniente dos próprios usuários ou alimentado por eles, tornando a experiência de navegação muito mais ‘viva’ e dinâmica” (XAVIER, 2007, p. 37).

Silva (2007, p. 10) destaca alguns princípios da web 2.0, a internet como uma plataforma para processar, produzir ou consumir informação, onde um computador conectado a ela é ferramenta básica e principal de trabalho. Outro aspecto é a permissão que usuários comuns publiquem e consumam informação de forma rápida e constante. Como pioneiros nessa massificação vale citar os *Wikis* (um banco de dados, onde cada página é facilmente editada por qualquer usuário com um browser - navegador).

*Wiki* (do havaiano Wiki Wiki = rápido, veloz), foi um termo criado por Ward Cunningham, autor do primeiro *Wiki* disponibilizado em 1995 na internet. Batizado por *Portland Patern Repository*, Cunningham pretendia desenvolver um site no qual os próprios usuários poderiam gerar gerenciar e disseminar conteúdos. (SILVA 2007, p. 11-12)

Silva (2007, p. 12) também ressalta as diferenças entre *Wikis* e blog, afinal ambos são textos on-line escritos em ordem cronológica, nos quais existem espaços para comentários. Porém, os blogs são mais estruturados e os *Wikis* mais flexíveis. A maioria dos *Wikis* inclui uma característica de busca, enquanto que muitos blogs não a possuem. Após ser inserido um novo texto em um blog esse não pode ser editado frequentemente.

Diferente de outras páginas da internet, o Wiki é um conteúdo que pode ser editado e atualizado pelos usuários constantemente sem haver a necessidade de autorização do autor da versão anterior. Nesse sistema, ninguém é autor proprietário de nenhum texto (SILVA 2007, p. 11).

Outra característica importante do sistema Wiki na evolução da internet é a possibilidade de criar verbetes nos quais existem links para outras páginas, permitindo ao leitor traçar o caminho que melhor se adapte aos seus interesses (SILVA 2007, p. 16 - 17).

Na evolução da internet pode-se destacar ambientes criados pela *Wikimedia Foundation*, uma organização sem fins lucrativos que desenvolveu a enciclopédia on-line *Wikipédia*, em 15 de janeiro de 2001, a qual em maio de 2007 já possuía cerca de 6 milhões de verbetes em 250 idiomas (SILVA 2007, p. 18)

Como lembra Xavier (2007 p.33), novos desdobramentos da internet na web 2.0 “tem despertado o interesse em observar a natureza da interação/interatividade e os modos de (hiper) leituras.”. Santaella (2014) aponta para esse leitor, não como contemplativo, que segue a cronologia do livro, mas como imersivo e virtual que proporciona um modo novo de leitura. (RODIGHERO, 2015, p. 24),

Como modos e percepção de leitura, podem-se elencar três estratégias: a primeira tem uma natureza linear, ou seja, segue-se do início ao fim. A segunda é aquela na qual se atravessa o texto em busca de uma informação específica ao conferir uma referência, citação ou algo pontual. A terceira, por sua vez, faz referência a uma leitura “despretensiosa”, sem um plano pré-determinado, movimentos rápidos, saltando-se de um ao outro tópico (LEÃO, 2011, p. 118).

Na internet não importa qual papel se exerça, todos estão imersos em uma rede de dependências. Para explicar essa concepção de sociedade os autores concordam em usar a metáfora ‘rede’ (SOUSA; RODRIGUEZ, 2014 p. 4).

## **1.2. Redes sociais**

Para Recuero (2009), a grande diferença entre redes sociais e outras formas de comunicação mediadas por computador está na visibilidade e na articulação, que permitem a manutenção de laços sociais estabelecidos no ambiente off-line (SOUSA; RODRIGUEZ, 2014 p. 4).

Embora os sites de redes sociais atuem como suporte para as interações que constituirão as redes sociais, eles não são, por si, redes sociais. Eles podem apresentá-las, auxiliar a percebê-las, mas é importante salientar que são, em si, apenas sistemas. São os atores sociais, que utilizam essas redes, que constituem essas redes (RECUERO, 2009, p.103).

De acordo com a Pesquisa Brasileira de Mídia (2015), entre as redes sociais e os programas de trocas de mensagens instantâneas mais utilizadas está o Facebook (83%), o Whatsapp (58%), o Youtube (17%), o Instagram (12%) e o Google+ (8%). O Twitter, popular entre as elites políticas e formadores de opinião, foi mencionado por apenas 5% dos entrevistados.

O *Facebook*, principal rede social do momento, caracteriza-se por um ambiente de interação em que, como classifica SOUSA; RODRIGUEZ (2014), os conteúdos ali publicados são suscetíveis às interações através de comentários e botões de “curtir” e “compartilhar” (SOUSA; RODRIGUEZ, p. 2014 p. 3).

O conceito de redes sociais surgiu por volta da década de 1950 no campo das Ciências Sociais. Nesse contexto, cientistas de diversos países, áreas e filiações teóricas vêm contribuindo para a sua evolução. O termo “rede social” designa um conjunto complexo de relações entre membros de um sistema social em diferentes dimensões, desde a interpessoal à internacional (LEÃO, 2011, p. 27).

Cada rede social é composta de atores, vínculos e fluxos de informação. Esses vínculos chamados de usuários estão condicionados à reciprocidade e ao compartilhamento e passa por diferentes graus de afinidade, níveis de dependência ou no intercâmbio entre esses usuários. Na estrutura das redes sociais, os atores se caracterizam mais pelas suas relações do que pelos seus atributos - gênero, idade, classe social (LEÃO, 2011, p. 27).

Primo (2011, p. 208) faz referência à Bauman, para conceituar comunidade no contexto de rede social: “entendimento compartilhado por todos os seus membros”. Essa comunidade é “um acordo alcançado por pessoas com opiniões essencialmente diferentes, de muita disputa e contrariedade, e muros ocasionais”

As páginas da internet muitas vezes são compostas por diversos itens de hiperlinks, caracterizando uma espécie de “menu de links”. Uma página da internet organizada em inúmeros índices pode causar uma sensação de vazio, como se o usuário estivesse sempre acessando a rótulos e nunca a produtos. Esse fenômeno é nominado como “desmaterialização da lexia” (LEÃO, 2011 p. 28-29). Nessa teia mundial, vive-se o que a autora vai classificar de “a experiência do nó”, uma espécie de imagem metafórica do impasse, da paralisia e do enredamento.

O “nó de rede” pode ser ilustrado analisando-se a experiência dos links, que em sua maioria levam o usuário a um ponto predeterminado pelo autor. Há a possibilidade de classificá-los em disjuntivos do tipo “ou”, e conjuntivos do tipo “e”. Links disjuntivos

correspondem a situações nas quais, ao “clique” sobre o termo destacado, o usuário é levado para outro ponto do sistema. Links conjuntivos abordam uma experiência de simultaneidade, ou seja, ao “clique” no termo destacado surge uma definição em uma pequena janela que se sobrepõe à tela que estava sendo lida (LEÃO, 2011, p. 28).

Essa experiência de simultaneidade também pode ser percebida quando o simples ato de mover o mouse pela página aciona elementos novos. Isto acontece quando a página é composta por diversas áreas sensíveis. Cada um desses pontos corresponde a um “hotlink”, (termo destacado) do tipo “não-clicável” (LEÃO, 2011, p. 29).

Leão (2011) aponta que “Quanto mais elos um documento oferecer, mais mobilidade é potencialmente possível”. Porém esses mesmos avanços podem nos jogar em um labirinto da internet, devido às suas proporções gigantescas, pode também ser diagnosticado como um problema de representação estrutural para o usuário (LEÃO, 2011, p. 116).

### 1.3. Facebook

O *Facebook* foi criado por Mark Zuckerber e por seus colegas de quarto Eduardo Severin, Dustin Moskovitz e Chris Hughes em 2004. A rede social que nasceu como um protótipo na Universidade de Harvard alcança mais de um bilhão de usuários, marca obtida ainda em outubro de 2012 (SILVA; COUTINHO 2014 p.4).

Para utilizar esse site de relacionamento é necessário se cadastrar e criar um perfil pessoal. Logo após, pode-se inserir interesses pessoais, compartilhar links, trocar mensagens, publicar fotos e adicionar amigos ao perfil. A participação em comunidades de interesses, bem como, a escolha de *fan pages* para seguir, são opções dessa rede (SILVA; COUTINHO 2014 p,4-5).

Uma rede social é definida como um conjunto de dois elementos: atores (pessoas, instituições e grupos; os nós da rede) e suas conexões interações e laços sociais (...) uma rede social, assim, é uma metáfora, para observar os padrões de conexão de um grupo social, a partir das conexões estabelecidas entre os diversos atores (RECUERO, 2009, p. 24).

Souza e Rodriguez (2014), definem redes sociais, como o *Facebook*, da seguinte forma: “carregam discursos possíveis de representar/significar um modo de vida, uma

cultura”. Essa cultura pode ser compreendida pelo aspecto imediatista e pela sua viabilidade técnica, “tudo” está ao alcance de alguns cliques (SOUZA; RODRIGUEZ, 2014 p.6-7).

A Pesquisa Brasileira de Mídia (2015) aponta para o crescimento expressivo da utilização das redes sociais no Brasil. Contudo, o mesmo não é proporcional a sua credibilidade. Enquanto a confiança mútua nas informações que circulam nas rádios está em 16%, nas redes sociais esse percentual cai para 6%. Outro aspecto que destaca a credibilidade do rádio frente às redes sociais é o fato de que 39% dos usuários pouco confiam nas informações do rádio, enquanto 51% pouco confiam nas redes sociais. Aqueles que nunca confiam nas informações do rádio são 7%, já nas redes sociais esse índice está em 20%.

O *Facebook* apresenta três formas-padrão de interação: curtir, comentar e compartilhar. De acordo com SOUZA; RODRIGUEZ (2014) as três possibilidades são definidas da seguinte forma:

- 1) **Curtidas:** O botão “Curtir” deriva da gíria que é normalmente utilizada quando se aprecia algo. Além desse sentido, o “Curtir” é muitas vezes utilizado no *Facebook* como uma mera forma de transmitir para seu círculo de amizades virtuais alguma informação relevante ou não.
- 2) **Comentários:** Uma das opções mais comuns de interação, presente em sites e redes sociais é o comentário. Acredita-se que quanto maior for o número de comentários mais o assunto em questão desperta o interesse e envolvimento dos usuários.
- 3) **Compartilhamento:** O botão de interatividade “Compartilhar” é o que gera uma expansão da visibilidade do assunto, é um meio de passar adiante uma informação de outra fonte no perfil pessoal, mas sem um aprofundamento da discussão. “Compartilhar” também pode significar uma apropriação de conteúdo, por estar visível na linha do tempo de quem compartilha, esse conteúdo se torna parte do que essa pessoa é ou aparenta ser.

**Figura 1 - Reprodução de uma publicação da *fan page* da rádio UPF**

**Rádio UPF** adicionou 8 novas fotos.

Publicado por Jonathas Koche [?] · 4 de novembro às 15:58 · Editado ·

Até domingo (08), a dica é passar no Bourbon em Passo Fundo e conferir as novidades da #FeiraDoLivro

Hoje (4), rolou um "Diretoria UPF" especial de lá. Confere alguns registros.



575 pessoas alcançadas Impulsionar publicação

👍 Curtir
💬 Comentar
➦ Compartilhar
🔖 Favorite

Zulmara Izabel Colussi, Cristiano Mielczarski Silva, Bettina Ferreira e outras 6 pessoas curtiram isso. Principais comentários ·

Escreva um comentário...

**General BoniMores** Grande Rádio UPF #FicaDicaRadioUpf  
Curtir · Responder · Enviar mensagem · 4 de novembro às 18:34

**Rádio UPF Grande!** #FicaDicaGeneralBoniMores  
Curtir · Responder · Comentado por Jonathas Koche [?] · 5 de novembro às 15:04

Fonte: [www.facebook.com/radioupf](http://www.facebook.com/radioupf) – Acesso em 10/11/15.

#### 1.4. Interação nas redes sociais

As redes sociais dependem, primordialmente, das interações entre as pessoas, porque é a integração e a discussão entre elas que vai constituir a construção e o compartilhamento de conteúdo. Assim, é importante explicar que são os interesses em comum compartilhados que

transmitem o sentimento de pertencimento aos participantes da rede (SOUZA; RODRIGUES 2015, p.6).

Essas aglomerações procuram a adesão por meio de um assunto comum e de um espaço público, mesmo que não seja um espaço físico o que, de certa forma, também aponta para a necessidade de se consumir cultura de maneira acessível (SOUZA; RODRIGUES 2015, p. 6).

Silva (2011) e Xavier (2009) concordam quando abordam que a interatividade é a relação homem-máquina, o intercâmbio entre homem e tecnologia, enquanto que a interação se refere à relação humana que ocorre entre pelo menos dois sujeitos (SILVA,2011, p.56).

Essas definições podem soar ‘estranhas’ se levar em consideração que “a intimidade dos usuários com os recursos tecnológicos (...) tem alcançado níveis de integração tão elevados que, talvez, eles não percebam a diferença entre interagir com outros sujeitos mediados pelo computador remotamente e a mera interação com um programa de computador” (SILVA 2011, p.56).

Em meio a esse cenário complexo, questionamentos de quais rumos os meios podem e devem tomar, vêm à tona. Afinal, como lembram Salaverría e Negredo (2008) “No passado, as regras do jogo estavam claras: ao impresso cabia a interpretação, ao rádio o imediatismo e à televisão o entretenimento” (SALAVERRÍA; NEGREDO, 2008, p. 21).

Para Leão (2011), uma das possibilidades da internet é aproveitar o caráter interativo. Esse é elemento constitutivo do processo hipertextual, dessa forma o usuário se torna coautor. À exemplo, os *wikis*.

“À medida que a hipermídia se corporifica na interface entre os nós da rede e as escolhas do leitor, se transforma em outro personagem” Dessa maneira, o usuário passa a ser um construtor de labirintos. Sem esse, a obra passa a se reduzir à mera potencialidade (LEÃO 2011, p. 41-42).

Dessa forma, à medida que a internet evolui, novas possibilidades e novas características são adquiridas pelos seus usuários. Exemplo disso é a possibilidade de, nas redes sociais, editarmos quem somos, fotos, lugares, gostos, palavras e etc. É um labirinto de possibilidades (LEÃO 2011, p. 42).

Outro aspecto a ser destacado na internet é a fragilidade de “termos” escolhidos para tratar esse “novo receptor” de conteúdo no estudo da interação. Termos como “usuário”, utilizado no presente trabalho, deixam subentendido que essa figura está à mercê de uma hierarquia, que de fato é quem toma as decisões (PRIMO, 2011, p. 149).

Primo (2011) aponta para Laurel que “quantifica” e qualifica a interatividade em dois pontos: amplitude (quantas escolhas estão disponíveis) e significância (que impacto as escolhas têm) (PRIMO, 2011, p. 143-144).

“Com os mais recentes formatos de armazenamento das informações computacionais, o receptor pode entrar no dispositivo textual a partir de qualquer ponto, seguir para qualquer direção e retornar o qualquer ‘endereço’ já percorrido”. (PRIMO, 1997, p. 250).

Diante de tantas possibilidades, o autor conclui que muitas obras não podem necessariamente ser consideradas “acabadas”, possibilitando ao usuário a “finalização” da mesma (PRIMO, 1997, p. 251).

Compreender que na internet o domínio jornalístico se desfaz na velocidade de uma nova informação pode ser frustrante, mas não se entendermos o conhecimento como um processo no qual o usuário é o contribuinte.

[...] fazer com que o leitor/usuário sinta-se parte do processo jornalístico. Isso pode acontecer em diversos níveis de interação, como a troca de e-mails ou informações em chats entre leitores e jornalistas, a publicação da opinião dos leitores e até a possibilidade de acrescentar informações à própria notícia. (BARDOEL e DEUZE, 2000 apud ATAÍDE, 2015).

Salaverría e Negrodo (2008), lembram: “No passado, as regras do jogo estavam claras...”, essa “Complexidade do jogo” exige adaptabilidade, dinâmica e agilidade. Características essas, fundamentais na evolução do Rádio. Entender esse usuário como parte do processo e não como o fim do mesmo, marca uma ruptura no olhar vertical de mídias tradicionais.

## 2. RÁDIO, UM MEIO QUE SE ADAPTA

Quando se teoriza sobre rádio, pode-se analisá-lo por diferentes aspectos. Talvez o que bate aos ouvidos primeiramente é a sua acessibilidade. “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 e elevado” (TAVARES, 1997, p.8).

De acordo com a pesquisa brasileira de mídia (2015), entre os principais motivos pelos quais as pessoas ouvem rádio, destaca-se a busca por informação (63%), a diversão e o entretenimento (62%) e uma forma de passar ou aproveitar o tempo livre (30%). Nesse sentido, assim como a televisão e a internet, o rádio pode ser classificado como um meio de comunicação de utilidade híbrida, voltado tanto para o lazer quanto para o conhecimento sobre assuntos importantes do dia a dia das pessoas.

Em 1863, em Cambridge, na Inglaterra, James Clerck Maxwell demonstrou teoricamente a existência das ondas eletromagnéticas. Passados 24 anos, em 1887, o físico alemão Henrick Rudolf Hertz detectou pela primeira vez as ondas de rádio, hoje chamadas de ondas hertzianas. Desde a percepção dessas ondas até seu “aproveitamento” passaram-se mais 19 anos. Lee De forest, em 1906, nos Estados Unidos, deu mais um passo para a invenção do rádio ao criar a válvula radioelétrica. Essa permitia a ampliação dos sinais elétricos, viabilizando a audição dos sons transmitidos pelas ondas hertzianas (ABDALLA e RAMOS, 2005 p. 124).

Por utilizar a mesma tecnologia da radiotelefonia, ou seja, transmissão de voz sem fios, o russo radicado nos Estados Unidos David Sarnoff, em 1916, anteviu a necessidade de cada indivíduo possuir em sua casa um aparelho receptor. Assim, David, que trabalhava na empresa *Marconi Company* propôs suas ideias e que este seria como um veículo de comunicação, o rádio (FERRARETTO, 2001, p.88).

Concebi um plano de desenvolvimento que poderia converter o rádio em meio de entretenimento doméstico como piano ou fonógrafo. A ideia consistia em levar a música nos lares por meio da transmissão sem fios. (...) Poder-se-ia instalar, por exemplo, um transmissor radiotelefônico com um alcance compreendido entre 40 a 80 quilômetros em um lugar determinado em que seria produzida música instrumental ou vocal ou de ambos os tipos(...). A o receptor poder-se-ia dar a forma de uma singela caixa de música radiotelefônica, adaptando-se a vários comprimentos de onda (FERRARETTO, 2001, p.88).

Em 1920, ao perceber o potencial midiático, a *Marconi Compani* (empresa na qual David Sarnoff trabalhava), se transformou na *Radio Corporation of America (RCA)*, era a oportunidade de David precisava, porém não obtiveram sucesso. Coube a *Manufacturing Company*, tornar realidade as possibilidades previstas por David. Nesse caso, os méritos da indústria de radiodifusão vão para Frank Conrad. Morador de *Wikinsburg*, na Pensilvânia, foi em sua casa que Frank desenvolveu não só a tecnologia, mas também os conceitos empresariais sobre os quais a indústria está embasada (FERRARETTO, 2001, p.89).

A implantação do rádio no Brasil aconteceu em um contexto pós Primeira Guerra mundial. Com o fim da produção bélica, as grandes indústrias eletroeletrônicas norte-americanas buscaram novos mercados, sendo a fabricação de rádios um dos promissores (FERRARETTO, 2001, p.93).

Um sete de setembro, por si só, já seria representativo para os brasileiros, mas em 1922, o que marcou o centenário da comemoração da independência do Brasil foi a primeira transmissão radiofônica do Estado. Parcerias com empresas norte americanas *Westinghouse e Western Electric* viabilizaram a transmissão distribuída na então capital Rio de Janeiro em 80 alto-falantes (FERRARETTO, 2001, p.94). Porém, poucos se interessaram pelas demonstrações experimentais da radiotelefonia no centenário da independência. Coube à Edgard Roquette-pinto mobilizar a Academia Brasileira de Ciências em torno do novo meio de comunicação (FERRARETTO, 2001, p.95-96).

No Começo de 1923, desmontava-se a estação do corcovado e a da Praia Vermelha ia seguir o mesmo destino se o governo não a comprasse. O Brasil ia ficar sem rádio. Ora, eu vivia angustiado com essa história, porque já tinha convicção profunda do valor informativo e cultural do sistema. (...). Resolvi interessar no problema a Academia de Ciências. Era presidente nosso querido mestre Henrique Morize. Eu era secretário. E foi assim que nasceu a Radio Sociedade do Rio de Janeiro a 20 de abril de 1923 (FERRARETTO, 2001, p.97).

Em sua publicação, “Edgar Roquette Pinto: o que ele tem a ver com o rádio digital”, Abdalla e Ramos (2005) destaca o pioneirismo de Edgard não apenas no rádio nacional, mas em conceitos como o rádio digital.

Ele é a memória que nos faz lembrar que as tecnologias da informação e da comunicação, cada vez mais sofisticadas e poderosas, são apenas meios, embora tendam pela força de seu poder técnico e apropriação pelo mercado, e pelo fascínio das suas abundantes possibilidades, a se tornar fins em si mesmas (ABDALLA e RAMOS, 2005 p. 123).

É sob essa perspectiva midiática que analisamos as possibilidades técnicas do rádio, transitando entre uma transmissão e recepção analógica até a digital.

## **2.1. Rádio digital**

A substituição para técnicas digitais oferece um elenco de benefícios não propiciados pelos sistemas analógicos AM e FM. Vale apontar a melhor qualidade na recepção do sinal que no caso do FM, se assemelha ao CD, e no caso do AM a uma qualidade superior ao do FM, sem contar a precisão de frequência. Outra vantagem é a possibilidade de transmitir informações na forma de texto ou imagem relativa ao áudio, tais como nome da música, do artista, capa do álbum, e entre outros. Outro benefício é o fator econômico, já que a transmissão digital requer menos energia do que a analógica. Por último, mas não menos importante destacamos o poder da convergência (FILHO; CASTRO; TOME, p.129-130).

A digitalização permitirá a integração do rádio a plataformas convergentes. A convergência fornecerá ao rádio uma interatividade, via outras plataformas, não imaginável na transmissão analógica (FILHO, CASTRO, TOME, p.131).

Que a digitalização permite avanços tecnológicos significativos para o rádio é inegável, porém ainda há uma segmentação a esse acesso. De acordo com a pesquisa de mídia brasileira (2015), 65% dos jovens com até 25 anos acessam internet todos os dias. Entre os que têm acima de 65 anos, esse percentual cai para 4%. Essa segmentação também pode ser percebida do ponto de vista econômico. Entre os entrevistados com renda familiar mensal de até um salário mínimo, a proporção dos que acessam a internet pelo menos uma vez por semana é de 20%. Quando a renda familiar é superior a cinco salários mínimos, a proporção sobe para 76%. A mesma disparidade se percebe ao analisar a escolaridade. Na pesquisa, 87% dos respondentes com ensino superior acessam a internet pelo menos uma vez por semana,

enquanto apenas 8% dos entrevistados que estudaram até 4ª série o fazem com a mesma frequência.

## **2.2. Rádio UPF**

A Rádio UPF, surgiu em três de outubro de 2007. Emissora do Complexo de Radiodifusão da Fundação Universidade de Passo Fundo caracteriza-se por um playlist que varia desde as clássicas da MPB e sambas de raiz até as novidades e grandes tendências do pop rock nacional e internacional, procurando atender dentro da sua grade de programação um público seletivo e exigente que demanda também por informações, conteúdo e prestação de serviço.

A programação atinge as classes A, B e C, numa faixa etária ampla, que vai dos 16 aos 35 anos. São formadores de opinião, cuja programação necessita compreender música e informação de qualidade, ambas sem o exagero apelativo de algumas emissoras comerciais.

A abrangência do sinal, que atinge Passo Fundo e região na frequência 99.9, é ampliada pela operação de Carazinho, na frequência 90.5; em Soledade, na frequência 106.5 e em Palmeira das Missões / Sarandi, na frequência 106.3, atingindo também os municípios próximos.

A programação ao vivo, acontece das 7 às 19 horas de segunda à sexta-feira. Às 7 horas, inicia-se o “Café Expresso”, programa que oferece as primeiras informações do dia com a apresentação simultânea de 3 comunicadores com a ancoragem de Gerson Pont e as informações com as jornalistas Zulmara Colussi e Cris Jaqueline. As informações são segmentadas em blocos que alternam geralmente entre 2 ou 3 músicas. Logo após, às 9 horas, inicia-se o “Freguesia”, programa de editoria musical, segmentado em sua maioria no pop e rock nacional e internacional. O programa é apresentado pelo comunicador Evandro Oliveira. Do meio dia às 13 horas é a vez do “Caixa Preta”, as clássicas da programação, hits das décadas 70, 80 e 90 também apresentado por Evandro Oliveira. Às 13 horas, Gerson Pont volta para apresentar o “Diretoria”, espaço para atualizar as notícias, entrevistas, movimentação cultural e lançamentos. Essas informações são alternadas em blocos musicais contendo geralmente 4 músicas.

Às 15 horas, inicia-se a programação local das rádios UPF. O programa “College”, se iguala na editoria musical ao “Freguesia”, caracterizam-se majoritariamente pelo pop e rock,

nacional e internacional. As nuances ficam na apresentação e regionalização das informações. Estão estabelecidos como padrão blocos de 5 músicas, que se alternam entre movimentação cultural e lançamentos. Esse programa, em Passo Fundo, é apresentado pelo comunicador Jonathas Koche, em Carazinho a apresentação fica a cargo do comunicador Dorli Kemmerich, em Soledade pela comunicadora Betina Ferreira e em Palmeira das Missões pela comunicadora Aline Kemmerich Marek.

Das 18 às 19 horas, o processo “programação locas das Rádios UPF” se repete, porém, com a alteração de programa e editoria musical, entra o “Versão Brasileira”, basicamente MPB, segmentado em blocos de 4 músicas, alterando assim como o “College”, com movimentação cultural e lançamentos. Com editorias musicais específicas, vale destacar a programação diária entre 22 e 24 horas, programas diários que vão desde o samba raiz (Sambalelê) à resistência do rock (Trincheira).

A interação com o público é oferecida de diversas formas: pelo site oficial, pelo perfil de Instagram, Twitter, WhatsApp e também pela *fan page*. Atualmente a atualização das redes sociais é compartilhada entre os comunicadores da Rádio UPF e administrada pelo gestor Gerson Pont.

A proposta da emissora quanto a utilização das redes sociais é tornar público o trabalho por ela realizado, apresentar novidades culturais e possibilitar essa contribuição também aos usuários.

Dessa forma busca-se agora compreender se há interação pela *fan page* da rádio e como ela se manifesta na prática. A partir disso, apresenta-se a metodologia e o objeto analisado.

### 3. METODOLOGIA E ANÁLISE

#### 3.1. Metodologia de pesquisa

A questão central do projeto gira em torno de como se estabelece a interação dos usuários com a *fan page* da Rádio UPF. O trabalho é embasado por meio de uma pesquisa descritiva e analítica de uma amostragem quinzenal, compreendendo todas as publicações de 1º à 15 de setembro de 2015 da *fan page* da Rádio UPF. A pesquisa é, conforme Vergara (2000),

aquela que revela as características de determinada população ou fenômeno, mas não tem a obrigação de esclarecer por meio de explicações os fenômenos que apresenta, mesmo que esta sirva de fundamento para tal explicação. A pesquisa descritiva possibilita estabelecer correlação entre variáveis e definir sua natureza (VERGARA, 2000, p. 47).

Desse modo, ao analisar os números cedidos pela *fan page* da rádio UPF, o objetivo é compreender quantitativamente como se dá a interação entre usuários e a página. Outro aspecto da pesquisa é compreender a realidade de maneira qualitativa e a pesquisa qualitativa contribui para isso, pois segue um conjunto de regras interpretativas, que tem como objetivo valorizar determinados aspectos em detrimento de outros (GERHARDT; SILVEIRA, 2009, p. 32).

Para análise definiu-se por escolher um período limitado. Serão 15 dias de conteúdo na *fan page*, entre os dias 1º e 15 de setembro de 2015. A análise será embasada em variáveis conceituada nos capítulos anteriores. Busca-se compreender quantitativamente essa interação a partir de três elementos: curtir, compartilhar e comentar. Simultaneamente, faremos uma avaliação crítica do modo das publicações, desde foto, link ou vídeo até o formato, visando explicar a interação, ou não, das mesmas.

Como o objetivo é detectar se há a interação e como ela acontece na *fan page* da Rádio UPF, este estudo limita-se, portanto, ao nível de “organização da interação”. A interação, nas postagens, é realizada por meio das curtidas, compartilhamentos e comentários (RECUERO; SOARES. 2013 p. 9).

Esses três elementos (curtidas, compartilhamentos e comentários), constituídos pelo suporte da mensagem, interferem na mensagem propriamente dita. Enquanto a “curtida” tem

uma carga positiva de legitimação e apoio, é no comentário que pode surgir o questionamento e a discordância. Já o compartilhamento sugere um nível de interação digno de apropriação e recomendação de uma postagem, ou seja, quando compartilhamos algo, estamos dizendo que isso faz parte de nossas vidas e desejamos que seja visto por outros (RECUERO; SOARES. 2013 p. 9).

#### 4. DESCRIÇÃO E ANÁLISE DA *FAN PAGE*

Para situar-se nessa análise, destaca-se, quantitativamente, o número de pessoas que curtiram a página até o primeiro dia de análise (01/09/15). Foi de 8.647 pessoas, sendo 4.888 Passo-fundenses. Do total, 59% são mulheres. Do total, 43% estão na faixa etária de 18 à 34 anos. Situados no tempo e espaço, passa-se às publicações.

**Figura 2 - Reprodução de uma publicação da *fan page* da rádio UPF**



Fonte: [www.facebook.com/radioupf](http://www.facebook.com/radioupf) – Acesso em 11/11/15.

##### 4.1. Primeiro dia

No primeiro dia de análise, identifica-se 12 publicações - 7 fotos legendadas e 5 links legendados. Neste, encontra-se 53 curtidas, mais 4 curtidas geradas de um compartilhamento. A primeira se trata de informações quanto ao clima, temperatura e previsão para o dia. Nessa, não foi detectada nenhuma interação. As três seguintes, de caráter do que vamos nominar como “informativo-musical”, à exemplo, a figura 3, relacionando um artista, ou música tocada na programação com uma informação sobre. Para ilustrar:

Figura 3 - Reprodução de uma publicação da *fan page* da rádio UPF



**Rádio UPF**  
Publicado por Gerson Pont [?] · 1 de setembro ·

O #CafeExpresso falou do novo disco de ARNALDO ANTUNES, o 17º de sua carreira solo, que chega agora em setembro.

Com o nome de "Já É", traz 15 faixas inéditas e várias participações especiais, entre elas Marisa Monte e Davi Moraes.  
#RadioUpf

Marcar foto · Adicionar local · Editar

Curtir · Comentar · Compartilhar

Fabrício Luchese curtiu isso.

Escreva um comentário...

Pessoas que você talvez conheça Ver tudo

José Baccega  
59 amigos em comum  
Adicionar aos amigos

Patrocinado Criar anúncio

Agora é sua vez!  
academiadeproducaodejogos.com  
Últimos Dias! Quer produzir seus próprios Games e mudar sua Carreira? CLIQUE e SAIBA COMO!

Fonte: [www.facebook.com/radioupf](http://www.facebook.com/radioupf) – Acesso em 11/11/15.

Figura 4 - Reprodução de uma publicação da *fan page* da rádio UPF



**Rádio UPF**  
Publicado por Evandro Oliveira [?] · 1 de setembro · Editado ·

Meio-dia tem #CaixaPreta na Rádio UPF, e hoje vamos tocar a banda SIXPENCE NONE THE RICHER com a sua clássica de maior sucesso "Kiss Me" de 1999. Essa música fez o Sixpence ganhar um disco de ouro.  
#RadioUpf

6 Curtidas, comentários e compartilhamentos

5 Curtidas	1 Em uma publicação	4 Em compartilhamentos
0 Comentários	0 Em uma publicação	0 Em compartilhamentos
1 Compartilhamentos	1 De uma publicação	0 Em compartilhamentos

18 Cliques em publicações

15 Visualizações da foto	0 Cliques no link	3 Outros cliques
--------------------------	-------------------	------------------

FEEDBACK NEGATIVO

0 Ocultar publicação	0 Ocultar todas as publicações
0 Denunciar como spam	0 Descurtir Página

Fonte: [www.facebook.com/radioupf](http://www.facebook.com/radioupf) – Acesso em 11/11/15.

Na publicação acima – figura 4, pode-se destacar que a publicação faz uma relação entre um programa da Rádio UPF com a utilização de “tags” – do inglês, etiqueta, para classificar assuntos, apresenta seu conteúdo em três linhas e a reforça com uma foto. Observa-se que a publicação em si, gerou uma curtida e um compartilhamento, conforme a figura 4. O que gerou mais 4 curtidas agregadas foi o compartilhamento.

Ainda no primeiro dia de análise, destaca-se a nona publicação, essa, teve um alcance de 24 das 54 curtidas do dia. Fato que destaca a popularidade de um colaborador da Rádio UPF - Rodrigo de Andrade, dono de selo musical, colecionador de discos e, portanto, uma figura popular em Passo Fundo.

#### **4.2. Segundo dia**

No segundo dia de análise, encontram-se treze publicações - oito fotos legendadas e cinco links legendados. Neste, 32 curtidas, mais 43 de três compartilhamentos, novamente não identificamos comentários. A maioria das curtidas, 11 delas, está em uma publicação que traz a foto e informações da Secretária de Planejamento de Passo Fundo, Ana Paula Wickert, sobre o andamento das obras de revitalização do Parque da Gare. Os compartilhamentos, a exemplo do primeiro dia, geraram mais 37 curtidas. O terceiro compartilhamento do dia está uma foto informativo-musical, do cantor Felipe Catto, legendada com explicações de seus novos lançamentos. Como interatividade, a publicação só teve um compartilhamento, com essa, agregando quatro curtidas.

#### **4.3. Terceiro dia**

No terceiro dia de análise, encontram-se dez publicações – oito fotos legendadas e dois links legendados. Estes somaram 14 curtidas e 1 comentário. Textos longos - alguns até com 8 linhas, fotos de baixa resolução e assuntos que não tiveram adesão do público, podem explicar esse baixo nível de interação. Para ilustrar, destaca-se na figura 5, a publicação de menor alcance.

Figura 5 - Reprodução de uma publicação da *fan page* da rádio UPF

**Rádio UPF**  
Publicado por Cristiano Vieira [?] · 3 de setembro · Editado ·

O BLACK SABBATH anunciou nesta quinta-feira, 3, sua turnê de despedida batizada como The End Tour. A legendária banda de heavy metal revelou que a série de shows começará em 20 de janeiro de 2016, nos Estados Unidos.

O Brasil pode entrar no radar, as datas serão confirmadas em outubro deste ano.

Se liga no #Trincheira, algumas músicas da banda estão na programação.

#RadioUpf

**52** Pessoas alcançadas

**1** Curtidas, comentários e compartilhamentos

<b>1</b> Curtidas	<b>1</b> Em uma publicação	<b>0</b> Em compartilhamentos
<b>0</b> Comentários	<b>0</b> Em uma publicação	<b>0</b> Em compartilhamentos
<b>0</b> Compartilhamentos	<b>0</b> De uma publicação	<b>0</b> Em compartilhamentos

**10** Cliques em publicações

<b>9</b> Visualizações da foto	<b>0</b> Cliques no link	<b>1</b> Outros cliques
-----------------------------------	-----------------------------	----------------------------

**FEEDBACK NEGATIVO**

<b>0</b> Ocultar publicação	<b>0</b> Ocultar todas as publicações
<b>0</b> Denunciar como spam	<b>0</b> Descurtir Página

The image shows a Facebook post from 'Rádio UPF' dated September 3rd. The post text announces the Black Sabbath band's 'The End Tour' starting in January 2016 in the US, with potential dates for Brazil in October. It includes the hashtag #Trincheira and #RadioUpf. Below the text is a photo of the four band members. To the right of the post, Facebook's engagement statistics are shown: 52 people reached, 1 like/comment/share, 10 clicks on the post (9 photo views, 0 link clicks, 1 other click), and 0 negative feedback actions.

Fonte: [www.facebook.com/radioupf](http://www.facebook.com/radioupf) – Acesso em 11/11/15.

#### 4.4. Quarto dia

No quarto dia de análise (04/09/15), encontram-se treze publicações – 10 Fotos legendadas e 3 links legendados, 23 curtidas mais 29 de um compartilhamento. Destaca-se que a publicação que teve um compartilhamento, também foi a mais curtida, 7 curtidas na publicação e mais 29 devidas ao compartilhamento. O maior índice de interação deve-se também ao seu conteúdo e antecipação do fato. Uma entrevista com o chefe da 8ª delegacia da Polícia Rodoviária Federal, Rodrigo Calegari, sobre a operação “Viagem Segura” que iria acontecer no feriado de sete de setembro. Nesse dia, foram também detectadas, duas troca de fotos de capa, das quais nenhuma gerou interação.

#### **4.5. Quinto dia**

No quinto dia de análise (05/09), foram identificadas apenas três publicações – uma foto legendada, chamando para o programa “Batuque”, da qual, só teve uma curtida. As outras duas publicações – links com legendas não tiveram interação. Acredita-se que isso, se deva ao fato dessas últimas duas publicações tratarem-se de um programa semanal, de editoria apenas musical. Ou seja, sem a presença de um comunicador.

#### **4.6. Sexto dia**

No domingo (06/0915), sexto dia de análise, encontra-se apenas quatro publicações – duas fotos legendadas e dois links legendados, a interação contabiliza-se em oito curtidas. Dessas, cinco curtidas, estão na publicação do link do evento “Segundo Piquenique Noturno”, que antecedeu o feriado de sete de setembro.

#### **4.7. Sétimo dia**

No sete de setembro, sétimo dia de análise, não foi encontrado nenhuma publicação na *fan page* da Rádio UPF. A carência de um profissional para publicações no final de semana da *fan page* da Rádio UPF, certamente refletiu nesse índice praticamente nulo de interação.

#### **4.8. Oitavo dia**

Chega-se ao oitavo dia de análise (08/0915), onde foram identificadas doze publicações - oito fotos legendadas e quatro links legendados. Destas publicações, 36 curtidas, 9 comentários e 7 compartilhamentos. Seis dessas publicações, não alcançaram interação alguma. A primeira publicação sem interação, trata-se de uma foto-divulgação - foto da internet, com oito linhas de texto, na tentativa de explicar sobre restituições do imposto de renda – à exemplo, a publicação destacada do terceiro dia de análise que como esta, foi legendada com 8 linhas e também não teve interação. A segunda publicação sem interação,

foi um *frame* (Imagem fixa de um clipe, baixa qualidade), do clipe “Rude” da banda Magic, visando chamar os seguidores da *fan page* da Rádio UPF, para ouvir o programa “Freguesia”. A ausência de interação pode ser explicada por se tratar de um clipe de 2013, portanto, perde-se o ineditismo.

**Figura 6 - Reprodução de uma publicação da *fan page* da rádio UPF**

1.476 pessoas alcançadas Impulsionar publicação

10 curtidas 9 comentários 5 compartilhamentos

Curtir Comentar Compartilhar

Lauren Portella, Maryana Rodrigues, Marina larcheski e outras 7 pessoas curtiram isso. Principais comentários

5 compartilhamentos

Escreva um comentário...

**Alex Napp** Massa de mais o som desse pessoal!!!!  
Curtir · Responder · Enviar mensagem · 3 · 8 de setembro às 21:34

**Caro Antônio** o/Obrigado pessoal da Rádio UPF 😊  
Descurtir · Responder · Enviar mensagem · 5 · 8 de setembro às 18:56

**Giovana larcheski** Boa o/  
Curtir · Responder · Enviar mensagem · 3 · 8 de setembro às 19:08

**Natanael Koplin** Muito masssssaaaaaa cara vlw  
Curtir · Responder · Enviar mensagem · 2 · 8 de setembro às 20:43

**Lucas Schütz** Muito massa 😊  
Curtir · Responder · Enviar mensagem · 1 · 9 de setembro às 02:58

**Maryana Rodrigues** Aehooooo  
Curtir · Responder · Enviar mensagem · 3 · 8 de setembro às 21:57

**Jonathas Koche** Salve Caro Antônio  
Curtir · Responder · Enviar mensagem · 4 · 8 de setembro às 18:04

**Marina larcheski** Lucas Schütz, Natanael Koplin, Giovani Lk 😊  
Descurtir · Responder · Enviar mensagem · 5 · 8 de setembro às 19:05

**Marina larcheski** Alex Napp, Milena Oenning, Maryana Rodrigues  
Descurtir · Responder · Enviar mensagem · 5 · 8 de setembro às 19:11

Marina larcheski e Angelita Fuchs Marques curtiram isso.

**Marina larcheski** Coisa mais linda essa banda ❤️ kkk  
1 · 8 de setembro às 21:09  
Marina larcheski respondeu · 3 Respostas

**Estúdio Deles** via Rádio UPF  
8 de setembro · 🌐  
Exibir anexo  
Compartilhar

4 pessoas curtiram isso.

**Giovana larcheski** via Rádio UPF  
8 de setembro · 🌐  
Exibir anexo  
Compartilhar

2 pessoas curtiram isso.

**Marina larcheski** via Rádio UPF  
8 de setembro · 🌐  
Olhaaaaaaa lá, Caro Antônio na Rádio UPF 😊 o//  
Exibir anexo  
Curtir Comentar Compartilhar

Você, Josiane Santett, Aline Bellé e outras 13 pessoas curtiram isso.

**Fonte:** [www.facebook.com/radioupf](http://www.facebook.com/radioupf) – Acesso em 12/11/15.

A imagem acima – figura 5, é parte da publicação que teve o maior índice de interação de toda a análise – 10 curtidas, mais 34 de outros 5 compartilhamentos e 9 comentários. Essa publicação é um link legendado - "Ironia Santa", da CARO ANTONIO, já está em rotação na prog da RÁDIO UPF!O índice de interação pode ser explicado pela proximidade dos músicos da banda “Caro Antônio” – alguns são alunos da UPF, com a Rádio UPF. Os comentários são agradecimentos à rádio UPF e marcações de “perfis” de integrantes da banda.

#### 4.9. Nono dia

No nono dia de análise, contabilizam-se doze publicações – dez fotos legendadas e dois links legendados com nove curtidas mais 69 agregadas aos três compartilhamentos.

Figura 7 - Reprodução de uma publicação da *fan page* da rádio UPF

Fonte: [www.facebook.com/radioupf](http://www.facebook.com/radioupf) – Acesso em 13/11/15.

Na publicação acima, retirada da página no dia nove de setembro, percebe-se novamente um maior potencial interativo do compartilhamento frente à interação na *fan page* da Rádio UPF, foram 3 curtidas na página e mais 69 oriundas do compartilhamento.

Destacam-se as quatro publicações do dia que não tiveram interação. Dessas, à exemplo do oitavo dia, duas se tratam de fotos sem legenda. A terceira se trata de uma foto legendada com uma chamada para a reprise de um dos programas, da Rádio UPF. A quarta publicação é uma alteração de foto de capa da *fan page* da Rádio UPF, assim como na última publicação destacada do oitavo dia, esta foto já havia sido utilizada, perdendo seu ineditismo. A título de informação, se o período de análise fosse todo o 2015, entre as publicações com

menor índice de interação na *fan page* da Rádio UPF, estaria mudança de foto de perfil e capa.

#### 4.10. Décimo dia

De segunda à sexta, o perfil de publicação inicial do dia, tem sido uma foto externa da Rádio UPF, que visa identificar o clima e algum elemento que caracterize a rádio. Como legenda, geralmente uma “tag” que classifique o programa e como legenda a previsão do tempo do dia.

Figura 8 - Reprodução de uma publicação da *fan page* da rádio UPF



Fonte: [www.facebook.com/radioupf](http://www.facebook.com/radioupf) – Acesso em 13/11/15.

O índice de 11 curtidas e um comentário apenas na publicação acima, além de inédito, pode ser comparado ao total de 12 publicações no nono dia de análise e as curtidas na *fan page* da Rádio UPF nesse dia, que sem os compartilhamentos foram 9. Esse paralelo pode indicar que qualidade nas publicações pode gerar mais interação que quantidade delas. A quantidade de publicações também deve ser levada em consideração, o excesso pode gerar um desinteresse.

De uma maneira geral, no décimo dia contabiliza-se quatorze publicações sete fotos legendadas e 7 links legendados. Desses, 26 curtidas, mais 15 de quatro compartilhamentos. E

ainda, 2 comentários. A segunda publicação do dia (que teve o compartilhamento), se trata de uma foto de David Gilmour (vocalista da banda Pink Floyd), legendada com o início das vendas de ingresso naquele dia, para uma apresentação do cantor, marcada para 16 de dezembro.

Ainda no décimo dia de análise (10/09/15), destaca-se a quinta publicação, que não teve interação alguma. Essa se trata de uma foto divulgação do músico David Bowie. Segue na íntegra a legenda que contextualiza a publicação: No #CaixaPreta, e hoje o destaque é o "camaleão do rock", ele que sempre se reinventou na música e é um cara bem importante há mais de cinco décadas. DAVID BOWIE é um dos músicos mais populares e inovadores de todos os tempos”. Além de conter erros de concordância, a publicação não apresenta nenhuma novidade do artista para gerar interação com o usuário.

No décimo dia de análise, também encontra-se um índice representativo de interação na décima segunda publicação do dia com 9 curtidas, 1 comentário e mais 11 curtidas agregadas da exibição da foto em perfil pessoal. Essa se trata de foto que divulga um dos comunicadores (Jonathas Koche), junto ao apoio cultural do programa “College”, o “Caderno Averso”. Esse caderno é produzido semanalmente (Quinta-Feira), pelo jornal “O Nacional” e também circula gratuitamente em vários pontos de Passo Fundo. Por ter um caráter social, destinado a jovens e adolescentes, esse caderno tem um apelo popular representativo em Passo Fundo.

**Figura 9 - Reprodução de uma publicação da *fan page* da rádio UPF**

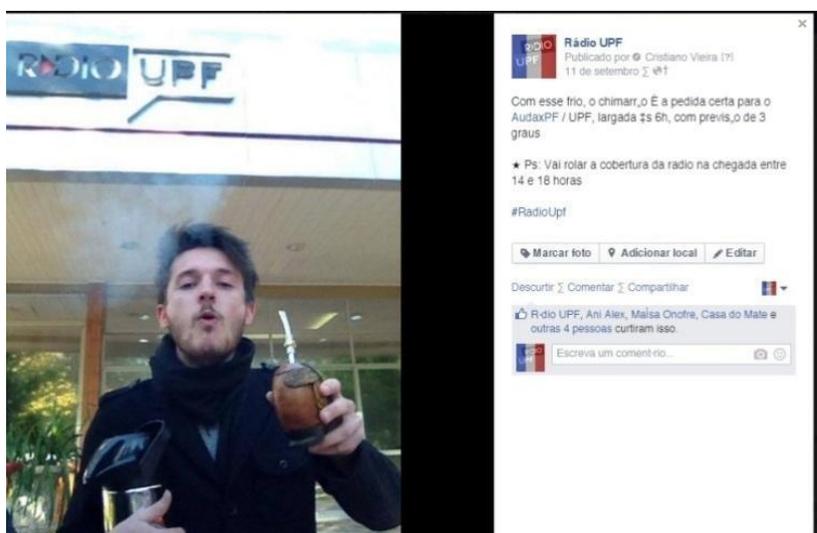


Fonte: [www.facebook.com/radioupf](http://www.facebook.com/radioupf) – Acesso em 14/11/15.

#### 4.11. Décimo primeiro dia

Chega-se ao décimo primeiro dia de análise (11/09/15), identificam-se dez publicações – 7 fotos legendadas e 3 links legendados. Desses, 29 curtidas e 4 comentários. Na primeira, como padrão encontrado de segunda a sexta no período de análise, foi utilizada uma foto externa, que busca identificar a Rádio UPF e o clima, legendada com a previsão do tempo. Em contraponto ao décimo dia de análise, esta publicação alcançou uma interação de apenas duas curtidas. Ainda no décimo primeiro dia, encontramos uma publicação no mesmo perfil da mais curtida do décimo dia.

**Figura 10 - Reprodução de uma publicação da fan page da rádio UPF**



Fonte: [www.facebook.com/radioupf](http://www.facebook.com/radioupf) – Acesso em 13/11/15.

A publicação acima – mais curtida do dia, é inusitada para a época, marcando o frio de setembro, legendada com a previsão do tempo para um evento de ciclismo Audax PF/UPF, que iria acontecer com a cobertura da Rádio.

A segunda publicação do dia (Foto legendada) alcançou quatro curtidas, sendo duas delas em comentários. Nesses, foram marcadas pessoas. Além desses dois comentários, houve mais, também marcando alguém.

#### **4.12. Décimo segundo dia**

No décimo segundo dia de análise (12/09/15), encontramos três publicações e interação apenas na primeira publicação – 6 curtidas. Essa, trata-se de um link compartilhado da *fan page* do DCE UPF, divulgando mais uma edição da “Feira Ecológica”.

À exemplo do quinto dia de análise, que ocorreu também em um sábado, as duas publicações que convidaram os Fãs da Rádio a ouvir programa semanal “Onda Black”, não alcançaram interação. Essa ausência pode ser entendida pelo fato do programa ser de editoria apenas musical e não possuir locução.

#### **4.13. Décimo terceiro dia**

Já o domingo (13/09/15), contou com a cobertura da Rádio UPF em um evento de ciclismo que aconteceu na região, o “AUDAX PF/UPF”. Sete publicações, das quais, tiveram um alcance de 13 curtidas, mais 16 do compartilhamento de uma capa da *fan page* da Rádio. Essa capa trata-se de um “Face Card”- arte diagramada para divulgar algo da Rádio. Destacam-se duas publicações – fotos legendadas, divulgando um evento de ciclismo que ocorreu em parceria com a upf, o Audax PF/UPF.

Nesse dia, contabilizam-se oito publicações – sete fotos legendadas e um link legendado. Desses, 13 curtidas e mais 16 oriundas de um compartilhamento. Mesmo sendo um índice abaixo ao alcançado durante a semana, se comparar com o domingo anterior (sexto dia de análise), onde em duas publicações, encontram-se duas curtidas, o índice já foi superior.

#### **4.14. Décimo quarto dia**

No penúltimo dia de análise (14/09/15), encontram-se onze publicações – sete fotos legendadas e três links legendados. Nesse, uma interação de 27 curtidas. A tradicional foto externa, legendada com a previsão do tempo teve quatro curtidas. O destaque vai para a foto de “Manuela Spessatto” (karateca patrocinada pel UPF), como legenda uma descrição da conquista de três medalhas de ouro no IX Campeonato Sul-Americana de Karatê. Essa publicação teve sete curtidas. Encontra-se também, uma publicação que chamava para a

reprise de um programa, talvez por perder o elemento de ineditismo, não teve nenhuma interação.

#### 4.15. Décimo quinto dia

Chega-se ao último dia de amostragem (15/09/15), contabilizam-se cinco publicações – Três fotos legendadas e dois links legendados. Neste, 5 curtidas de aprovação. Das duas publicações que não revelaram interação alguma, a primeira, se tratava da foto da capa do então novo disco da banda Nenhum de nós, legendada com oito linhas de texto. Esse formato, foi repetido na última publicação, com uma legenda de dez linhas.

#### 4.16. Conclusões da análise

5. Figura 11 – Tabela de análise da *fan page* da rádio UPF

Dia	Publicações	Curtidas	curtidas de compartilhamento	Comentários	Compartilha
01/09/2015	12	57	4	0	1
02/09/2015	13	32	43	0	3
03/09/2015	10	14	0	1	0
04/09/2015	13	23	29	1	2
05/09/2015	3	1	0	0	0
06/09/2015	4	8	0	0	0
07/09/2015	0	0	0	0	0
08/09/2015	12	36	34	9	7
09/09/2015	12	9	69	1	3
10/09/2015	12	26	15	2	4
11/09/2015	10	29	0	4	0
12/09/2015	3	6	0	0	0
13/09/2015	8	13	16	0	1
14/09/2015	11	27	0	0	0
15/09/2015	5	5	0	0	0
Soma	126	286	176	18	21
Média ao dia	8,4	19,06	11,73	1,2	1,4
Média por publicação	1	2,2	1,39	0,14	0,16

A partir dos números acima, podemos perceber que existe interação na *fan page* da Rádio UPF. Porém, essa precisa ser sustentada com uma regularidade no número de postagens. Observa-se a disparidade de publicações entre dias da semana e fim de semana que resulta em uma interação de 1,5 curtidas por publicação no fim de semana, frente a 2,3 curtidas em publicações postadas durante dias da semana.

O fato de ter-se um índice de curtidas maior em 4 das 7 publicações compartilhadas, do que na *fan page* em si, aponta para uma necessidade de humanização da mesma. Outro número, nesse caso a ausência do mesmo, é no feriado de sete de setembro, que não apresenta publicação, logo não apresenta interação.

Quando compartilhada, uma publicação e com ela a *fan page*, ganha visibilidade há usuários que até então não era nem conhecida. Observa-se também nessa análise, que quanto maior o número de linhas de legenda em uma publicação, menor o índice de interação. As duas publicações mais longas dessa análise – cada qual com oito linhas, não tiveram interação alguma. Observa-se também que relacionar a imagem de uma “figura local”, no caso dois comunicadores da Rádio UPF em três publicações somaram um índice médio de 13 curtidas por publicação, muito acima da média geral da análise que foi de 2,2. Por isso, uma possibilidade nas publicações é adotar um caráter menos técnico, no caso das “8 linhas de legenda” e mais humanizado, a exemplo, as publicações com os comunicadores.

Observa-se que pelo fato de mais da metade dos seguidores da *fan page* da Rádio UPF serem de Passo Fundo, assuntos que envolvam a cidade, obtém um maior índice de interação. À exemplo, as publicações mais curtidas do segundo e quarto dia, presentes nessa análise. Isso ocorre por ser um serviço público.

O índice de 11 curtidas e um comentário apenas na primeira publicação destacada no décimo dia, além de inédito, pode ser comparado ao total de 12 publicações no nono dia de análise e as curtidas na *fan page* da Rádio UPF nesse dia, que sem os compartilhamentos foram 9. Esse paralelo pode indicar que qualidade nas publicações pode gerar mais interação que quantidade delas. A quantidade de publicações também deve ser levada em consideração, o excesso pode gerar um desinteresse.

Informações que antecipem o fato geram um índice médio de interação superior às demais publicações. À exemplo, a operação “Viagem Segura” que iria acontecer no feriado de sete de setembro e foi apresentada no quatro de setembro, obtendo 7 curtidas na publicação e mais 29 de um compartilhamento

## CONSIDERAÇÕES FINAIS

O processo inicial e evolutivo da internet foi marcado por um intercâmbio de contribuições. Em meio à guerra fria, os EUA temendo ataques bélicos, o passo inicial foi criar uma rede para descentralizar informação, assim surgiu a *Arpanet*. Dessa, às redes sociais, podemos citar inúmeras contribuições para a evolução da internet: a criação do TCP/IP, um protocolo de comunicação que funciona até hoje, a saída da internet do âmbito militar, a não privatização da internet, o movimento fonte aberta, a globalização alcançada com o padrão www e a democratização por meio da Netscape, com o lançamento do primeiro navegador.

Em 1995, em seus primeiros passos a nível global, os recursos da internet se restringiam a disponibilizar, buscar, ter acesso e ler, porém com o advento e popularização das redes sociais, novas possibilidades de interação vêm à tona. À exemplo, os wikis, enciclopédias digitais, que assim como o movimento fonte aberta e o Linux, se propunham à colaboração coletiva.

Outro passo importante para a interação na internet foi o advento e evolução dos blogs. Primeiro, pelo fato de democratizar a escrita, qualquer um conectado à internet poderia escrever. Segundo que esses blogs, permitiram a anexação de um comentário do leitor, tornando-o parte do processo.

Depois de tantas investidas nesse contexto coletivo fortalecem-se ainda mais conceitos como comunidade. Primo (2011, p. 208) faz referência à Bauman, para conceituar comunidade no contexto de rede social: “entendimento compartilhado por todos os seus membros”.

Esta época é marcada por inúmeras redes - Facebook, Youtube, Twitter, LinkedIn, Google+, MySpace, WhatsApp, Instagram e etc. Entre as redes sociais e os programas de trocas de mensagens instantâneas mais utilizadas, destaca-se o Facebook (83%), de acordo com a Pesquisa Brasileira de Mídia - 2015.

Por tratar-se de uma rede social recente – 11 anos, o Facebook, bem como seus usuários, precisam ser entendidos como parte de um processo de evolução na web 2.0 em direção a web 3.0. Essa nova geração prevê que os conteúdos online estarão organizados de

forma muito mais personalizada para cada internauta, incluindo sites, aplicações e publicidade baseada nas pesquisas e nos comportamentos, ou seja, uma inteligência artificial. Esse tema desperta um aprofundamento na pesquisa científica para a compreensão de um cenário no qual já se adentra.

Além da análise quantitativa da interação na *fan page* da Rádio UPF, descrita no capítulo 4.3, destacam-se elementos que podem gerar novas pesquisas para profissionais e pesquisadores em redes sociais. A exemplo, as duas publicações mais longas dessa análise – cada qual com oito linhas, não tiveram interação alguma. Observa-se também que relacionar a imagem de uma “figura local”, no caso dois comunicadores da Rádio UPF em três publicações somaram um índice médio de 13 curtidas por publicação, muito acima da média geral da análise que foi de 2,2. Por isso, uma possibilidade nas publicações é adotar um caráter menos técnico, no caso das “8 linhas de legenda” e mais humanizado, a exemplo, as publicações com os comunicadores.

Observa-se que pelo fato de mais da metade dos seguidores da *fan page* da Rádio UPF serem de Passo Fundo, assuntos que envolvam a cidade, obtêm um maior índice de interação. À exemplo, as publicações mais curtidas do segundo e quarto dia, presentes nessa análise. Isso ocorre por ser um serviço público.

O índice de 11 curtidas e um comentário apenas na primeira publicação destacada no décimo dia, além de inédito, pode ser comparado ao total de 12 publicações no nono dia de análise e as curtidas na *fan page* da Rádio UPF nesse dia, que sem os compartilhamentos foram 9. Esse paralelo pode indicar que qualidade nas publicações pode gerar mais interação que quantidade delas. A quantidade de publicações também deve ser levada em consideração, o excesso pode gerar um desinteresse.

Informações que antecipem o fato geram um índice médio de interação superior as demais publicações. À exemplo, a operação “Viagem Segura” que iria acontecer no feriado de sete de setembro e foi apresentada no quatro de setembro, obtendo 7 curtidas na publicação e mais 29 de um compartilhamento.

Os apontamentos críticos dessa análise quantitativa, visam diagnosticar relações que geraram ou não interação dos usuários com *fan page* da Rádio UPF. Esses apontamentos, não têm a motivação de responder todas as dúvidas que permeiam esse espaço, até porque essa análise trata-se de apenas um fragmento de 15 dias de pesquisa. Porém, motivar o debate, a provocação de análises em outras *fan pages*, as relações de interação e suas motivações.

Assim como a evolução das possibilidades na internet requereu contribuições coletivas, o mesmo vale para o Facebook e especialmente as *fan pages*.

## REFERÊNCIAS

ABDALLA JÚNIOR, Humberto & RAMOS, Murilo César. Edgar Roquette Pinto: o que ele tem a ver com o rádio digital. In: BARBOSA FILHO, André; CASTRO, C. & TOME, T. (Orgs). Mídias digitais. Convergência tecnológica e inclusão social. São Paulo: Paulinas, 2005. p. 119-142.

ALBUQUERQUE, Augusto Aragão de. A Análise das Redes Sociais e o Protagonismo Comunitário: o Caso Jardim Vitória, Maceió (AL)

ATAÍDE, Alidiane E. dos S. A linguagem do webjornalismo nos portais de comunicação da Paraíba. Disponível em:

<[http://www.insite.pro.br/2010/Outubro/webjornalismo\\_portais\\_linguagem.pdf](http://www.insite.pro.br/2010/Outubro/webjornalismo_portais_linguagem.pdf)>. Acesso em: 29 set. 2015.

CASTELLS, Manuel. A galáxia da internet. Disponível em:

<[http://books.google.com.br/books?hl=ptBR&lr=&id=nCKFFmWOnNYC&oi=fnd&pg=PA5&dq=castells&ots=\\_CzOSLs73L&sig=VUg\\_lpK7pCqRZuXbqbyN-GHh17Q#v=onepage&q=castells&f=false](http://books.google.com.br/books?hl=ptBR&lr=&id=nCKFFmWOnNYC&oi=fnd&pg=PA5&dq=castells&ots=_CzOSLs73L&sig=VUg_lpK7pCqRZuXbqbyN-GHh17Q#v=onepage&q=castells&f=false)>. Acesso em 8 set 2014

FERRARETTO, Luiz Artur. Rádio: o veículo, a história e a técnica. Porto Alegre: Editora Sagra Luzzatto, 2001. P. 196

FILHO, André Barbosa. CASTRO, Cosette. TOME, Takashi. (org). Mídias Digitais: Convergência tecnológica e inclusão social. São Paulo: Paulinas, 2005. P. 368.

GERHARDT, Tatiana Engel; SILVEIRA, Denise Tolfo (Org.). Métodos de Pesquisa. Porto Alegre: Editora UFRGS, 2009.

HANNEMAN, R. A.; RIDDLE, M. Introduction to social network methods. Riverside, CA: University of California, 2005. Disponível em: . Acesso em: 4 nov. 2012.

LEÃO, Lucia. O labirinto da hipermídia: arquitetura e navegação no ciberespaço. 2005, São Paulo: Iluminuras, pg.158

MARTÍNEZ-COSTA, Maria Del Pilar. Un nuevo paradigma para la radio. Sobre convergencias y divergencias digitales. In: MARTINEZ-COSTA, María Del Pilar (coord). Reinventar La Radio. Pamplona: Eunate, 2001. Disponível em <<http://www.pucrs.br/edipucrs/eoradio.pdf>>. Acessado em 07 out. 2015

Pesquisa brasileira de mídia 2015, secretaria de comunicação social da presidência da república hábitos de consumo de mídia pela população brasileira. Acessado em 8 de out de 2015. Disponível em: < <http://www.secom.gov.br/atuacao/pesquisa/lista-de-pesquisas-quantitativas-e-qualitativas-de-contratos-atuais/pesquisa-brasileira-de-midia-pbm-2015.pdf>>.

PRIMO, Alex. Interação mediada por Computador. Porto Alegre: Sulinas, 2011 Pg. 239 (Machado, Arlindo . Pré-cinemas e Pós-cinemas. Campinas: Papyrus, 1997, p. 300)

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

RECUERO; SOARES. Raquel, Pricila. Violência simbólica e redes sociais no facebook: o caso da *fan page* “Diva Depressão”. São Paulo, 2013. Acessado em 25 de out de 2015. Disponível em: < <file:///C:/Users/Jonatan/Desktop/TCC/artigos/Viol%C3%Aancia-simb%C3%B3lica.pdf>>.

RODIGHERO, Mateus Mecca. Passo Fundo: 2015. Sem fechamento, em tempo real: a produção e a recepção em blog jornalístico

SALAVERRÍA, Ramón; NEGREDO, Samuel. Periodismo integrado: convergencia de medios y reorganización de redacciones. Barcelona: Sol 90, 2008. 188p. Disponível em <<http://www.pucrs.br/edipucrs/eoradio.pdf>>. Acessado em 07 out. 2015

SILVA, Talita Maria da. Blogs: novos espaços para a escrita literária / Talita Maria da Silva. – 2011. (XAVIER, Antonio Carlos. A era do hipertexto; linguagem e tecnologia. Recife: Universitária UFPE, 2009.)

SILVA; COUTINHO, Gabriela Helena dos Santos e Iluska Maria da XSilva. Redes Sociais e Jornalismo: A utilização de *fan page* para a divulgação da TV Brasil. Universidade Federal de

Juiz de Fora, Minas Gerais, MG Acessado em 25 de out de 2015. Disponível em: <file:///C:/Users/Jonatan/Desktop/TCC/artigos/Fan-Page.pdf>.

SOUSA, Luis Coelho de; RODRIGUEZ, Adriana Alves. A representação cultural do Nordeste nas redes sociais: uma análise da fanpage “Bode Gaiato” Acessado em 16 de out de 2015. Disponível em: <file:///L:/Tcc/Jonathas-2.pdf>

SOUZA; RODRIGUEZ, Lais Coelho de, Adriana Alves. A representação cultural do Nordeste nas redes sociais: uma análise da fanpage “Bode Gaiato”. Acessado em 25 de out de 2015. Disponível em:< file:///C:/Users/Jonatan/Desktop/TCC/artigos/Jonathas-2.pdf>.

TAVARRES, Reynaldo. Histórias que o rádio não contou. São Paulo: Negócio, 1997. Disponível em:<http://www.paulus.com.br/loja/appendix/3530.pdf>. Acesso em 28 set. 2015