



UNIVERSIDADE FEDERAL DO PIAUÍ – UFPI
PRÓ-REITORIA DE PESQUISA E PÓS-GRADUAÇÃO – PRPPG
CENTRO DE CIÊNCIAS DA EDUCAÇÃO PROF. MARIANO DA S. NETO – CCE
LINHA DE PESQUISA: PROCESSOS E PRÁTICAS EM JORNALISMO

LIANA NUNES CAMPELO

**PROGRAMA “BANCA DE SAPATEIRO” EM SINTONIA COM O OUVINTE:
ESTUDO DE CASO DA *RÁDIO JORNAL MEIO NORTE* E PRODUÇÃO DA
NOTÍCIA ATRAVÉS DO APLICATIVO *WHATSAPP***

TERESINA – PI
2021



LIANA NUNES CAMPELO

**PROGRAMA “BANCA DE SAPATEIRO” EM SINTONIA COM O OUVINTE:
ESTUDO DE CASO DA *RÁDIO JORNAL MEIO NORTE* E PRODUÇÃO DA
NOTÍCIA ATRAVÉS DO APLICATIVO *WHATSAPP***

Dissertação de Mestrado apresentada ao Programa de Pós-graduação em Comunicação (PPGCOM, da Universidade Federal do Piauí – UFPI), em cumprimento às exigências para obtenção do título de Mestre em Comunicação.

Orientação: Profa. Dra. Nilsângela Cardoso Lima

Área de concentração: Processos e Práticas em Jornalismo.

TERESINA
2021

LIANA NUNES CAMPELO

**PROGRAMA “BANCA DE SAPATEIRO” EM SINTONIA COM O OUVINTE:
ESTUDO DE CASO *RÁDIO JORNAL MEIO NORTE* E PRODUÇÃO DA NOTÍCIA
ATRAVÉS DO APLICATIVO *WHATSAPP***

Dissertação de Mestrado apresentada ao Programa de Pós-graduação em Comunicação (PPGCOM, da Universidade Federal do Piauí – UFPI), em cumprimento às exigências para obtenção do título de Mestre em Comunicação.

Orientação: Profa. Dra. Nilsângela Cardoso Lima

Área de concentração: Processos e Práticas no Jornalismo.

Teresina, _____ de _____ de 2021

BANCA EXAMINADORA

Profa. Dra. Nilsângela Cardoso Lima
Orientadora

Profa. Dra. Juliana Fernandes Teixeira
Examinadora Interna

Prof. Dr. Luãn José Vaz Chagas
Examinador Externo

À **Deus**, pela constante presença. Aos **meus pais, avós, irmã e cunhado** pelo amor, apoio incondicional e orações. Ao meu esposo **Marcelo Bezerra**, pelo incentivo. Aos **filhos** que o Senhor nos permitir ter. Aos **meus sogros e cunhada**, pelo exemplo de que o estudo, em todas as fases da vida, nunca é demais. À **tia Hilda**, pela intercessão e à minha orientadora **profa. dra. Nilsângela Cardoso**, pela condução no processo com sabedoria e paciência.

“Para tudo há um tempo, para cada coisa
há um momento debaixo dos céus”
(Eclesiastes 3,1)

CAMPELO, Liana Nunes. **Programa “Banca de Sapateiro” em sintonia com o ouvinte: estudo de caso da Rádio Jornal Meio Norte e produção da notícia através do aplicativo *Whatsapp***. Dissertação de Mestrado em Comunicação. Universidade Federal do Piauí (UFPI), Teresina, 2021.

RESUMO

O presente trabalho apresenta uma análise do programa “Banca de Sapateiro” no cenário atual do radiojornalismo e suas novas configurações com o uso do *WhatsApp* na produção noticiosa. A rotina produtiva do rádio sofre alterações de acordo com a demanda tecnológica que é ofertada pelo mercado. Assim também os jornalistas ganham novas atribuições e precisam se adequar a realidade que configura a produção da notícia com a potencialização dos instrumentos de trabalho. O uso das ferramentas e inovações tecnológicas aproxima o diálogo com a fonte da informação e, conseqüentemente, também amplia o contato com o ouvinte, que atualmente ganha característica mais ativa, que fornece ao comunicador um volume de informações através de suportes de transmissão, que colabora com o processo de produção da notícia. Trata-se de uma pesquisa de natureza exploratório-descritiva de metodologia voltada para o Estudo de Caso, percorrendo etapas como revisão bibliográfica, análise de conteúdo, na perspectiva de Bardin (1977), e entrevistas com os profissionais envolvidos na rotina produtiva do Programa “Banca de Sapateiro”. O referencial teórico baseou-se em autores como Lopez (2009); Teixeira (2015); Ferraretto (2009); Ortriwano (1985); Chagas (2018), entre outros. O trabalho compreende a prática jornalística do programa “Banca de Sapateiro”, da *Rádio Jornal Meio Norte*, empregadas no processo produtivo da notícia através do uso do aplicativo *WhatsApp* como espaço de interação com o público. O *corpus* da pesquisa é formado pela análise de 18 programas que foram ao ar de 13 a 24 de janeiro de 2020 e do dia 17 a 26 de março de 2020, no quais serão analisados à luz do referencial teórico proposto sobre radiojornalismo. Com base nos resultados alcançados, conclui-se que o programa “Banca de Sapateiro” acompanha a reconfiguração do rádio a partir do processo de convergência jornalística e utiliza-se da plataforma digital *Whatsapp* para ampliar a produção de notícias a partir da divulgação de informações concedidas pelos ouvintes

Palavras-chave: Rádio; Convergência jornalística; Rotina produtiva; *WhatsApp*; Programa “Banca de Sapateiro”.

CAMPELO, Liana Nunes. “Banca de Sapateiro” program in tune with the listener: Case Study of *Jornal Meio Norte* radio and production of the news through the *WhatsApp* application. Master's Dissertation in Communication. Federal University of Piauí (UFPI), Teresina, 2021.

ABSTRACT

This paper reports an analysis of the radio program “Banca de Sapateiro” in the present scenario of broadcast journalism and its new configurations with the use of *WhatsApp* in the production of news. The productive routine of radio changes according to the technological demand that is offered by the market. In the same way the journalists get new assignments and need to adapt to the reality that configures the production of news with the enhancement of the working instruments. The use of the tools and technological innovations approximate the dialog and the source of information and consequently it also increases the contact with the listeners, that nowadays get a more active characteristic that provides the broadcaster a volume of information through transmission supports, that cooperate with the process of news production. That is an exploratory-descriptive research about the case study, it goes through stages such as bibliographical review, content analysis in the perspective of Bardin (1977), and interviews with the professionals involved in the productive routine of the program “Banca de Sapateiro”. The theoretical reference was based in authors like Lopez (2009); Teixeira (2015); Ferraretto (2009); Ortiwano (1985); Chagas (2018) and others. The work includes the journalistic practice of the radio program “Banca de Sapateiro” from the *Jornal Meio Norte* radio that were used in the productive process of the news through the use of the *WhatsApp* application as a way of interacting with the audience. The *corpus* of the research is made of the analysis of 18 shows aired from 13 to 24 January 2020 and from 17 to 26 March 2020 which will be analyzed considering the proposed theoretical reference about broadcast journalism. Based on the results achieved, it is concluded that the radio program “Banca de Sapateiro” follows the reconfiguration of the radio starting from the process of journalistic convergence and using the *WhatsApp* digital platform to enhance the news production through the propagation of information provided by the listeners.

Keywords: Radio; Journalistic convergence; Productive routine; *WhatsApp*; radio program “Banca de Sapateiro”

LISTA DE TABELAS

Tabela 01 – Programação Semanal da Rádio Jornal Meio Norte.....	34
Tabela 02 – Programação Sábado e Domingo da Rádio Jornal Meio Norte.....	35
Tabela 03 – Números de cada categoria	83
Tabela 04 – Números de cada categoria.....	102
Tabela 05 – Número de participação dos ouvintes.....	106
Tabela 05 – Conteúdo dos ouvintes de 17 a 26 de março de 2020.....	108

LISTA DE FIGURAS

Figura 01 – Rotina produtiva do Programa “Banca de Sapateiro”	36
Figura 02 – Estúdio da TV Rádio Jornal Meio Norte.....	38
Figura 03 – Mensagem de ouvinte enviada para o <i>WhatsApp</i>	41
Figura 04 – Mensagem de ouvinte enviada para o <i>WhatsApp</i>	43
Figura 05 – Rotina produtiva da videorepórter.....	61
Figura 06 – Participação da correspondente no Programa “Banca de Sapateiro”	62
Figura 07 – Vídeo do ouvinte Lauro César	99

LISTA DE SIGLAS E ABREVIATURAS

AC – Análise de Conteúdo

Alconpat - Associação Brasileira de Patologia das Construções no Piauí

CNH – Carteira Nacional de Habilitação

Covid- 19 – Corona Virus Disease 19

Detran - Departamento Estadual de Trânsito

EC – Estudo de Caso

FM – Frequência Modulada

GMNC – Grupo Meio Norte de Comunicação

IBGE - Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística

INSS – Instituto Nacional do Seguro Social

SAMU - Serviço de Atendimento Móvel de Urgência

SDU – Superintendência de Desenvolvimento Urbano

Strans - Superintendência Municipal de Trânsito

TV – Televisão

UBS- Unidade Básica de Saúde

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO	12
2 RADIOJORNALISMO NA ERA DA CONVERGÊNCIA JORNALÍSTICA	19
2.1 Aproximações conceituais sobre convergência	19
2.2 Convergência jornalística no rádio	21
2.2.1 O <i>smartphone</i> como instrumento de trabalho na produção noticiosa do rádio no século XXI.....	25
2.2.2 Uso do aplicativo <i>WhatsApp</i> no jornalismo do rádio contemporâneo.....	27
2.3 Radiojornalismo com formato <i>all-news</i>	29
2.3.1 <i>Rádio Jornal Meio Norte</i> e o contexto do formato <i>all-news</i> no rádio piauiense.....	33
2.3.2 Programa “Banca de Sapateiro”	37
2.3.2.1 Uso do aplicativo <i>WhatsApp</i> na produção noticiosa do “Banca de Sapateiro”	39
3 ROTINA PRODUTIVA DO RADIOJORNALISMO CONTEMPORÂNEO	44
3.1 Produção da notícia em radiojornalismo	44
3.1.1 A notícia no Rádio na lógica do Newsmaking e Gatekeeper	48
3.2 Jornalista multitarefa e a condição de mercado na produção da notícia.....	56
3.2.1 Contexto mercadológico com a evolução da tecnologia nos meios de comunicação	65
3.3 Audiência no rádio contemporâneo	68
3.3.1 Interação e participação do ouvinte-internauta.....	72
3.3.2 Radiojornalismo de serviço e a relação ouvinte-emissora.....	75
4 ANÁLISE DE CONTEÚDO DO “PROGRAMA BANCA DE SAPATEIRO”, DA RÁDIO JORNAL MEIO NORTE	78
4.1 Estudo de Caso.....	79
4.2 Análise de Conteúdo.....	80
4.3 Análise de Conteúdo do programa “Banca de Sapateiro” da Rádio Jornal Meio Norte.....	82
4.3.1 Casos relacionados ao mês de janeiro de 2020.....	82

4.3.1.1 Ouvinte recebendo tratamento de repórter	83
4.3.1.2 Conteúdo do ouvinte sendo transformado em pauta	86
4.3.1.3 Reclamação do ouvinte que ganha resposta no programa	91
4.3.1.4 Profissional “sentado”, multitarefa e multimídia no ambiente de convergência jornalística.....	95
4.3.1.5 Linguagem multimídia – Rádio e TV.....	98
4.3.2 Casos relacionados ao mês de março de 2020.....	100
4.3.2.1 Programa “Banca de Sapateiro” e a acentuação da dependência do uso da internet na rotina produtiva durante a pandemia	102
4.3.2.2 Participação do ouvinte em isolamento social.....	106
5 CONSIDERAÇÕES FINAIS.....	110
REFERÊNCIAS	115
APÊNDICE 1	120

1 INTRODUÇÃO

O avanço tecnológico que o rádio precisa acompanhar exige do meio uma necessidade de adequação no processo de produção de conteúdo. Com a presença dos recursos digitais, a expansão do sinal do rádio, antes com um alcance somente através de ondas hertzianas, ocupa novos espaços e, conseqüentemente, favorece uma ampliação no contato com a audiência. Nesse contexto, a configuração do rádio contemporâneo passa também por uma transformação no fazer jornalístico. Essas mutações foram necessárias em cada etapa de sobrevivência do rádio, mediante o desenvolvimento tecnológico de cada época, desde a década de 1940, quando a notícia se tornou elemento forte de produção do rádio a partir do “Repórter Esso”.

No final do século XX, as redações começaram a receber equipamentos de informática para servirem de instrumento no trabalho jornalístico. Isso acarretou mudanças significativas para os veículos de comunicação, tanto no quesito tecnológico como também no manuseio dessa tecnologia pelos profissionais. Já no início do século XXI, a tecnologia digital começa a ganhar força e novas ferramentas foram inseridas na rotina produtiva com o objetivo de garantir que o rádio acompanhasse a exigência do mercado e alcançasse cada vez mais a atenção da audiência. Referindo-se a era digital, Lemos (2007) afirma que entre as mudanças fundamentais no fazer jornalístico, com a entrada desse modelo de tecnologia, estão: a descentralização da produção, a personalização de conteúdos e a informação em tempo real.

O processo produtivo da informação mediado pelas plataformas digitais amplia o diálogo entre os interagentes e possibilita que o consumidor da informação seja também um colaborador da produção jornalística. O celular, que no princípio estava limitado as funções de receber e fazer ligações e mandar mensagens, assume na contemporaneidade o papel de um computador portátil, com fácil manuseio, baixo custo, melhor qualidade de áudio e vídeo e com a facilidade de acesso à internet.

A difusão das tecnologias móveis entre os indivíduos, como é o caso do *smartphone*, fez com que as empresas jornalísticas investissem nessas ferramentas de contato com a audiência. A partir do uso do aparelho de telefonia móvel, o usuário tem também a possibilidade de ter acesso a aplicativos como o *WhatsApp*, lançado no ano de 2009, com a função de mensagem instantânea, chamada de voz e de vídeo, envio de áudios, vídeos, fotos e arquivos de documentos. Em 2015, o aplicativo também passou a ser utilizado através do computador, com o acesso via *WhatsApp Web* tornando-se uma potencial plataforma para a rotina produtiva do rádio e para a interação com o ouvinte.

Nesta realidade do século XXI de convergência midiática, é preciso expandir espaços para um ouvinte que já tem voz no rádio e que tem o interesse de participar, cada vez mais, da construção do conteúdo apresentado pela emissora, além de ocupar espaço privilegiado através das mídias sociais. De acordo com Lopez (2010, p. 112):

O ouvinte participa, a cada dia mais, ativamente da programação. Tanto a participação emitindo sua opinião em programas jornalísticos quanto a interação através do contato com a equipe de produção, sugerindo pautas, configuram-no como fonte. Uma questão relevante é a potencialização dessa participação propiciada pela evolução das tecnologias da comunicação e da informação.

Essa configuração quebra padrões da mídia tradicional e reflete também em mudanças e atualizações na rotina produtiva e no contato com as fontes informativas. As interferências, que configuram o fazer jornalístico com a chegada e a expansão da internet e dispositivos móveis, originam novos espaços de confirmação da informação, bem como uma rotina acelerada, a exigência de jornalistas multimidáticos e interagentes com amplo diálogo. Entretanto, no cotidiano profissional, as redações, ao contar com esses dispositivos, passam a adotar ações que favoreçam não somente a produção jornalística, mas também a visão mercadológica.

Os veículos passam a investir em uma produção mais interna, porém intensa. A internet passa a ser um canal de contato em tempo real com fontes informativas, agências e *sites* de notícias e um fluxo contínuo de informação, sem necessariamente o jornalista presenciar o fato no local do acontecimento. O processo de apuração jornalística acontece, cada vez mais, dentro do próprio espaço de trabalho, o que Pereira (2004) identifica como uma rotina de “repórter sentado”. Ainda de acordo com o mesmo autor, essa prática não é nova, entretanto, o avanço tecnológico tornou-se mais constante, o que exige até mesmo uma seleção mais criteriosa do conteúdo noticioso. Desta maneira, as redações estão adotando espaços integrados para que o veículo esteja cada vez mais inserido no processo de convergência jornalística ocasionada em virtude das transformações no meio social, cultura e mercadológico.

Frente as mudanças perceptíveis no jornalismo desde o final do século XX, nas quais evidenciam a importância da discussão da participação dos cidadãos na produção de notícias, sobretudo, a partir da inserção de tecnologias, como o *smartphone*, e sua implicação na rotina produtiva do rádio, esta dissertação tem por interesse analisar a prática jornalística do programa “Banca do Sapateiro”, da *Rádio Jornal Meio Norte*, no processo produtivo da notícia através do uso do aplicativo *WhatsApp* como espaço de interação com o público.

Considerando que a *Rádio Jornal Meio Norte* é uma emissora *all-news*, que faz parte do Sistema Meio Norte de Comunicação, em Teresina (PI), a proposição de uma pesquisa sobre o programa “Banca de Sapateiro” se justifica pelo interesse de entender como o aplicativo *WhatsApp* tem sido utilizado na rotina produtiva da emissora e como a plataforma tem sido usada para incentivar a participação do ouvinte e, de certa forma, alargar o poder da audiência na construção de conteúdo do programa, em tempos de digitalização e informatização.

A participação do ouvinte do programa “Banca do Sapateiro” está fundamentada na sugestão de conteúdo, na apresentação de fatos do cotidiano, na denúncia, na opinião e no diálogo sobre algum tema e/ou questionamento pautado pelo âncora. Parte desse conteúdo recebido e produzido pelo “Banca do Sapateiro” também contribui como sugestão de pauta para outros programas de rádio ou até mesmo outros meios de comunicação do Sistema Meio Norte, composto por rádio, TV, jornal impresso e portal.

Com o uso do *WhatsApp* como plataforma tecnológica de interação da audiência, as ferramentas de texto, áudio, foto e vídeo oferecidas pelo aplicativo passam, além disso, a ser convergentes à transmissão radiofônica; ampliando, assim, os cuidados com a linguagem de rádio que antes era apenas direcionada para o ouvinte e agora conta com um ouvinte que ao mesmo tempo é internauta. Nessa configuração, Lopez (2016, p. 2) assegura que:

Esses ouvintes assumem espaços variados, mas determinantes para as mutações do próprio rádio, contribuindo para novas estratégias interativas, novos espaços de protagonismo a caminho de um redesenho da essência do meio, permitindo que ele construa um diálogo com as plataformas digitais e os novos hábitos de consumo de mídia da audiência.

O aplicativo de mensagens instantâneas tem sido adotado por vários meios de comunicação como uma possibilidade de ampliar a participação da audiência ao tempo em que estreita sua relação com ela. Numa sociedade em que o *tablet*, o *smartphone*, o uso de aplicativos e de redes sociais faz parte do cotidiano dos sujeitos sociais, o compartilhamento de informações por meio de vídeos, áudios, fotos etc. tem sido uma prática rotineira. E essa prática acabou por interferir na produção noticiosa que agora não conta apenas com o repórter e fontes oficiais, mas com um conjunto muito maior de fontes e praticamente a todo momento e em diferentes espaços.

Nota-se que o programa “Banca de Sapateiro” faz uso do aplicativo *WhatsApp* como plataforma importante para a produção de notícias, a partir da realização de contato com as fontes oficiais e para que aconteça a participação colaborativa e interativa do ouvinte. Com isso, pretende-se analisar quais foram as alterações da rotina produtiva no radiojornalismo com o uso

do *WhatsApp* e do processo de produção da notícia, na medida em que o locutor do programa “Banca do Sapateiro”, Arimatéia Carvalho, monitora as informações que recebe, responde as mensagens, filtra o material fornecido e decide o que vai colocar ou não no ar. Além disso, o uso do *smartphone* e do aplicativo *WhatsApp* tem promovido novas formas de produção da notícia, quer na marcação de entrevistas para o estúdio, quer no contato com os repórteres da externa, para entrarem com informações ao vivo, quer no contato com as fontes oficiais e acompanha o programa para qualquer eventual necessidade do próprio locutor. Dessa forma, questiona-se: Como o aplicativo *WhatsApp* tem alterado a prática jornalística e a rotina de produção de conteúdo do programa “Banca de Sapateiro”, da *Rádio Jornal Meio Norte*, a partir da interação direta com o ouvinte?

Essa questão coloca-se norteadora para a compressão do papel do jornalismo no rádio contemporâneo a partir da ampliação da participação de uma audiência que colabora com a construção da notícia por meio dos recursos proporcionados pelo aplicativo *WhatsApp*. A pesquisa não tem interesse em realizar um trabalho de recepção e sim de compreender como a participação do público interfere na rotina produtiva do jornalismo de rádio. Assim, o objetivo geral é analisar as alterações da prática jornalística na rotina de produção de conteúdo do programa “Banca do Sapateiro” da *Rádio Jornal Meio Norte* através do uso do aplicativo *WhatsApp* como espaço de interação com o público. Por conseguinte, os objetivos específicos são os seguintes: Compreender as mudanças no radiojornalismo no contexto da convergência jornalística e da inserção do *smartphone* e do *WhatsApp* para ampliar a participação do público ouvinte na rotina produtiva do programa “Banca de Sapateiro”, da *Rádio Jornal Meio Norte*; Entender o protagonismo do ouvinte do programa “Banca do Sapateiro” na nova configuração do jornalismo, onde a audiência assume o papel colaborativo no processo de produção da notícia; Analisar a prática jornalística do programa “Banca do Sapateiro” no processo de produção da notícia e os conteúdos que são veiculados a partir das informações que recebe dos ouvintes pelo aplicativo *WhatsApp*.

Com o interesse de compreender a produção de notícia para o rádio num contexto de convergência jornalística, fez-se necessário lançar mão de autores que se dedicaram a estudar o assunto. Sendo assim, o referencial teórico baseia-se em Kischinhevsky (2016) e Ferraretto (2009), que definem o processo de convergência no rádio; Lopez (2009) que defende a reconstrução do conceito de audiência em cenário de convergência e indica a atuação jornalística no rádio. Ortriwano (1985) que aponta as características e o desenvolvimento do radiojornalismo no Brasil; Zuculoto (2011) com enfoque nas fases evolutivas do rádio. Além desses autores, também foram utilizados autores que discorrem sobre o jornalismo e a produção

de notícias, como: Traquina (2015) e Wolf (2003), que trazem elementos sobre a prática da rotina produtiva. E Teixeira (2015) com aspectos relevantes sobre jornalismo e dispositivos móveis e Chagas (2018) com uma abordagem referente aos conceitos de Participação, Interação e Acesso.

Metodologicamente, trata-se de um Estudo de Caso, que, de acordo com Yin (2005, p.32), “[...] é uma inquirição empírica que investiga um fenômeno contemporâneo (o “caso”) dentro de um contexto da vida real, quando a fronteira entre o fenômeno e o contexto não é claramente evidente e onde múltiplas fontes de evidência são utilizadas”. Ou seja, um estudo de natureza exploratória-descritiva, com o intuito de descrever um determinado fenômeno por meio da análise de um estudo de caso, através da realização de uma pesquisa empírica e teórica. Nesse sentido, será analisado o programa “Banca do Sapateiro” da *Rádio Jornal Meio Norte* a fim de compreender a prática jornalística adotada no processo produtivo da notícia através do uso do aplicativo *WhatsApp* como espaço de interação e colaboração do público.

Ainda como procedimento de análise do material empírico, foi eleita a metodologia da Análise de Conteúdo (AC), de modo a observar como se dá a rotina produtiva do programa “Banca de Sapateiro”, da *Rádio Jornal Meio Norte*, bem como compreender as implicações que a introdução da plataforma *WhatsApp* promoveu na produção noticiosa do programa em estudo e sua relação/interação com o público ouvinte como partícipe deste processo. A Análise de Conteúdo tem como base a proposição de Bardin (1977, p. 38), que a define como “um conjunto de técnicas de análise das comunicações que por procedimentos sistemáticos e objetivos de descrição do conteúdo das mensagens consegue obter indicadores quantitativos ou não, que permitam a inferência de conhecimentos relativos às condições de produção/recepção das mensagens”.

A Análise de Conteúdo envolve, por meio de procedimentos sistemáticos e objetivos de descrição do conteúdo das mensagens, indicadores que permitem fazer deduções lógicas e justificadas relacionadas à origem e às condições de produção e/ou recepção dessas mensagens. Para a concretização desse procedimento é preciso, ainda de acordo com Bardin (1977), que o analista de conteúdo seja como um arqueólogo, que trabalha com vestígios, já que os vestígios são a manifestação de estados, de dados e dos fenômenos. Além da Análise de Conteúdo, fez-se necessário a realização da técnica de entrevista aberta com o editor-chefe e apresentador do programa Arimatéia Carvalho, a repórter Ranielly Veloso e o produtor Renan Lopes para compreender alguns aspectos relevantes sobre a história, o desenvolvimento e rotina produtiva do programa Banca de Sapateiro.

O *corpus* é formado por 10 (dez) programas que foram ao ar de 13 a 24 de janeiro de 2020, de modo sequenciado, totalizando a observação em duas semanas; e mais 08 (oito) programas de 17 a 26 de março de 2020, quando se deu início a pandemia do novo Coronavírus. Entende-se que esse é um período oportuno e representativo para a compreensão do objeto em estudo porque é possível verificar aspectos relevantes da rotina produtiva do programa e como o ouvinte se comporta como colaborador da notícia em um período sem e com isolamento social, em virtude da pandemia da Covid-19. Desse modo, busca-se verificar o quanto a participação do ouvinte ganha um espaço colaborativo na construção do conteúdo do dia ou até que ponto o jornalismo se faz presente na vida da audiência que deseja estar informada dos fatos.

O primeiro capítulo, intitulado “Radiojornalismo na era da convergência jornalística”, trata sobre o avanço do processo de convergência no rádio e de que modo o meio precisou ser reconfigurado para se manter no cenário midiático. Neste capítulo são apresentadas algumas aproximações conceituais sobre o conceito de convergência e como a convergência jornalística está presente no rádio. O primeiro capítulo encontra-se organizado com os seguintes subtópicos: “2.1 Aproximações conceituais sobre convergência”; 2.2 “Convergência Jornalística no Rádio”; “2.3 Radiojornalismo com formato *all-news*”. É nesta parte da dissertação que é possível encontrar alguns pontos relativo ao avanço do Radiojornalismo *all-news* no Piauí e a importância desse formato para ampliar o espaço da audiência no rádio como colabora da informação. Fecha-se este primeiro momento com a apresentação descritiva da história da *Rádio Jornal Meio Norte* e do surgimento do “Programa Banca de Sapateiro”, observável desta pesquisa.

O segundo capítulo, sob o título “3 Rotina Produtiva do Radiojornalismo Contemporâneo”, trabalha-se o entendimento da produção de notícia no rádio na era digital, perpassando pelo conceito de notícia a partir da lógica das teorias do *Newsmaking* e *Gatekeeper*. O capítulo também faz uma abordagem sobre as alterações necessárias na condução do trabalho jornalístico, onde o mercado atual exige a presença de profissionais multimidiáticos, bem como traz um panorama sobre a participação da audiência no rádio por meio das tecnologias digitais.

No terceiro capítulo, intitulado “4 Análise de Conteúdo do “Programa Banca de Sapateiro”, da *Rádio Jornal Meio Norte*, apresenta-se a metodologia da pesquisa e, em sequência, faz-se a análise de conteúdo do programa a partir da utilização de categorias de análises, sendo cinco dos programas observados no período de 13 a 24 de janeiro de 2020 e duas categorias a partir da observação feita de 17 a 26 de março de 2020. As categorias de análises do mês de janeiro de 2020 são: ouvinte recebendo tratamento de repórter; conteúdo do

ouvinte sendo transformado em pauta; reclamação do ouvinte que ganha resposta no programa; profissional “sentado”, multitarefa e multimídia no ambiente da convergência jornalística e linguagem multimídia – rádio e TV.

A partir do exposto, apresenta-se a compreensão da prática jornalística que é desenvolvida pela equipe do programa “Banca de Sapateiro”, da *Rádio Jornal Meio Norte*, no contexto do radiojornalismo contemporâneo a partir da ampliação da participação do ouvinte por meio do aplicativo *WhatsApp*.

2 RADIOJORNALISMO NA ERA DA CONVERGÊNCIA JORNALÍSTICA

2.1 Aproximações conceituais sobre convergência

A palavra convergência ganhou visibilidade nos estudos comunicacionais no ano de 1970, a partir do desenvolvimento dos computadores. Entretanto, o termo pode ser compreendido antes do surgimento de tecnologias que possibilitassem a transferência de dados via internet. Quadros (2013) aponta que a convergência já era identificada desde o século XVII, quando o artista representava na pintura de uma tela a imagem da sua visão capturada.

A expressão, com o tempo, foi ganhando força e os estudos sobre o entendimento da convergência passou a estruturar-se a partir de uma abordagem teórica. Para Salaverría, García Avilés e Masip (2010, p. 43), não existe uma definição única acerca do conceito de convergência. Eles afirmam que boa parte dos estudiosos da área sublinham a dificuldade de alcançar esse consenso. Contudo, segundo os autores, é possível seguir um raciocínio dedutivo a partir de três escolas que ajudam na compreensão do termo, inclusive seguindo uma ordem cronológica. Os três autores definem a convergência como: produto, sistema e processo.

Salaverría, Garcia Avilés e Masip (2010, p. 45) apontam Nicholas Negroponte (1979, 1996) como um dos pesquisadores pioneiros na definição do conceito. Negroponte (1979; 1996) designou o termo a mensagens comunicativas que surgem a partir da combinação de códigos linguísticos mediante o processo tecnológico propiciado pela digitalização. Conforme o enfoque dado por Negroponte (1979; 1996), é possível compreender a convergência na modalidade produto quando a mesma acontece apenas por meio da mediação das tecnologias da informática e das telecomunicações. De acordo com Salaverría, Garcia Avilés e Masip (2010, p. 45), com o avanço das bases conceituais sobre convergência, o fenômeno precisou ser observado também através de um caráter sistêmico. Isso garantiu que a convergência não fosse notada apenas na esfera tecnológica ou instrumental, mas igualmente no âmbito da produção e do consumo dos meios de comunicação. Os autores ainda apresentam que a convergência, além de assumir uma condição tecnológica integrada a um sistema, precisa ser interpretada como um “processo longitudinal, constituído por diversas etapas que tem como meta a integração dos meios” (SALAVERRÍA; GARCÍA AVILÉS; MASIP, 2010, p. 47). A convergência como um processo indica que o fenômeno está em constante evolução, presente nos mais variados setores da sociedade e gerando impacto no meio social.

A incidência da convergência no âmbito da comunicação ajudou a nortear elementos que colaborassem nos estudos. Bittencourt (2017, p. 34) indica que “o uso das expressões como

‘convergência das comunicações’, ‘convergência midiática’ e ‘convergência tecnológica’” passaram a ganhar uma visibilidade entre os setores da computação, das telecomunicações e também da radiodifusão”. A autora apresenta que a partir da década de 1990 o processo de digitalização de conteúdos, por intermédio do computador, corroborou com o entendimento de que a convergência se refere ao contexto de aproximação, tanto entre os setores da comunicação de massa, como das telecomunicações e da informática. Dessa forma, Bittencourt (2017, p. 35) defende que o termo convergência “se desdobra em diferentes estágios, referido a redes e plataformas, alianças e fusões industriais, serviços e mercados, política e regulação”, entre outros.

Para além do impacto causado através do processo tecnológico, Jenkins (2009) associa a convergência a uma transformação cultural, mercadológica e social, capaz de depender da presença ativa do público consumidor para que aconteça a circulação de conteúdos através de diferentes sistemas de mídias. A proposta conceitual do autor parte do pressuposto de que o público é quem define a sua necessidade tecnológica, já que essas tecnologias são oferecidas a partir do momento que esse público desperta o interesse em consumi-las.

De acordo com Jenkins (2009, p. 30), “a convergência não ocorre por meio de aparelhos, por mais sofisticados que venham ser. A convergência ocorre dentro dos cérebros de consumidores individuais e em suas interações sociais com os outros”. Os fragmentos de informações extraídos do fluxo midiático passam a ser construído de modo pessoal e compartilhado de modo coletivo, o que colabora na compreensão da vida cotidiana de cada cidadão em sociedade e garante uma valorização do mercado midiático. Neste contexto, Jenkins (2009, p. 35) defende que os líderes de mercado precisaram compreender a importância do “papel que os consumidores podem assumir não apenas aceitando a convergência, mas conduzindo o processo”. Quando o cidadão assume o controle das mídias é possível perceber uma redução nos custos de produção e distribuição das informações, já que este tem a possibilidade de “arquivar e comentar conteúdos, apropriar-se deles e coloca-los de volta em circulação de novas e poderosas formas” (JENKINS, 2009, p. 45-46).

As empresas de jornalismo, desde o avanço da informática, na década de 1990, despertaram para a importância da inclusão do processo de convergência no ambiente de trabalho. Neste sentido, Salaverría, Garcia Avilés e Masip (2010, p. 58) definem a convergência jornalística como um processo de integração dos meios de comunicação, antes tradicionalmente separados, que afeta quatro dimensões do serviço comunicacional: as estratégias empresariais, o avanço tecnológico, o perfil profissional e a ampliação do contato com a audiência em todas as fases de produção, distribuição e consumo de conteúdos.

Além disso, Salaverría, Garcia Avilés e Masip (2010, p. 58) esclarecem que a convergência no aspecto empresarial possibilita “a criação de alianças, uniões temporais, fusão e absorção de novas empresas”. O intuito é atingir estratégias de coordenação, tanto editorial como comercial, para alcançar diversificação midiática e conquistar o (novo) público. Já na esfera tecnológica, os autores fazem referência a capacidade que a empresa deve ter em adquirir uma infraestrutura capaz de processar e enviar dados de voz, texto e vídeo sobre uma mesma rede e um terminal integrado.

A convergência no âmbito profissional acontece a partir de uma adaptação e desempenho do jornalista em relação ao acúmulo de tarefas na produção do fluxo informativo, bem como no aproveitamento de material noticioso para uma posterior distribuição nos distintos meios do mesmo sistema de comunicação, como asseguram Salaverría, Garcia Avilés e Masip (2010). Nesse sentido, surge a necessidade da criação de redações multimidiáticas integradas, onde se centralizam mensagens, atribuições profissionais e a edição do conteúdo informativo para diferentes mídias. Já o contexto de aproximação com o público, de acordo com a visão dos autores, é fundamental na construção da convergência jornalística. Isso acontece a partir do momento que a própria audiência cria hábitos de não somente consumir o conteúdo noticioso, mas interagir com todo o processo de produção da notícia.

2.2 Convergência jornalística no rádio

A integração de ferramentas, espaços, métodos de trabalho e a aproximação com o público está presente no rádio contemporâneo. O professor e pesquisador Luis Artur Ferraretto (2009, p. 5) assinala que a partir da década de 1990 o rádio adentra na fase da convergência. De acordo com Ferraretto (2009), é a partir da última década do século XX que acontece a fusão entre as tecnologias tradicionais e as inovações recém introduzidas no país, como, por exemplo, a TV por assinatura, a telefonia móvel e a internet, beneficiando, pois, a difusão do sinal radiofônico também em outras mídias. As empresas foram obrigadas a se adequarem à realidade de expansão do sinal para diferentes suportes técnicos, com o intuito de expandir o conteúdo para a audiência. Isso gerou uma articulação na reconfiguração do rádio, tanto na produção capitalista, como na disseminação de conteúdo a partir da multiplicidade de ofertas.

Kischinhevsky (2016) afirma que o processo de convergência no rádio está fortemente ligado a disseminação do sinal em outros espaços. O autor indica que, a partir da primeira década do século XXI, o rádio passa a se articular de modo crescente com os demais meios de comunicação, alcançando as mídias sociais e as telecomunicações. Kischinhevsky (2016, p. 43)

apresenta que o alcance do sinal através de outros meios sugere uma reordenação empresarial e uma transição rumo a inserção de suportes digitais. Isso despertou nas empresas o interesse em investir em “novos negócios muito diversos entre si, temendo ficar para trás e perder mercados, diante de um cenário de crescentes competitividade”.

Ainda de acordo com Kischinhevsky (2016), a integração do rádio no cenário de avanço tecnológico determinou ao mesmo tempo uma nova lógica de produção, distribuição e consumo de conteúdos radiofônico em um ambiente de convergência. A gradativa consolidação da telefonia celular e da internet, com acesso comercial liberado aos brasileiros, fez com que o rádio vivenciasse uma época histórica influenciada pelos “novos modelos de acesso à informação e de relacionamento derivados destas duas tecnologias” (KISCHINHEVSKY, 2016, p. 42). Mediante este contexto, o autor reconhece que a inserção da radiofonia em um complexo de convergência gerou desdobramentos que se aproximavam dos aspectos apontados pelos pesquisadores espanhóis Salaverría, Garcia Avilés e Masip (2010), que mapearam o processo de convergência a partir das dimensões: empresarial, profissional, tecnológica e de conteúdo, que atinge diretamente o contato com a audiência.

A difusão da mensagem radiofônica em outros espaços tecnológicos fez com que a classe empresarial do rádio passasse a se preocupar com o desenvolvimento e com o investimento técnico do veículo. Esse interesse de reestruturar o meio teve como objetivo alcançar o ouvinte, garantir presença na indústria cultural e manter o capital de giro. Segundo Kischinhevsky (2016, p. 54), o período de avanço também proporcionou uma diminuição nos mecanismos de regulamentação e fiscalização, o que permitiu o acelerado crescimento de redes de emissora, “reduzindo a diversidade na oferta de conteúdos locais no dial, e alimentando um mercado paralelo de arrendamento de radiofrequências impulsionado pelo proselitismo religioso e pelas disputas de poder político-partidário, locais e regionais”.

Outro fator que merece relevância dentro do processo de convergência no rádio é a questão da diminuição de alguns gastos da própria empresa. Com a integração das mídias e o aproveitamento de um mesmo conteúdo informativo nas diferentes plataformas, a empresa sente-se desobrigada a contratar um grande número de profissionais para o cumprimento de demandas setorializadas. Isso influencia em uma reformulação na rotina produtiva do veículo e conseqüentemente em mudanças na atuação dos agentes que prestam serviço na comunicação do rádio. Kischinhevsky (2016, p. 54) indica que no âmbito profissional é possível identificar um crescimento na importância da contratação de profissionais polivalentes, que tenham a possibilidade de assumir diversas tarefas na rotina de trabalho. Como consequência dessa exigência de mercado, o profissional teve a sua carga horária aumentada, passou a ser cobrado

a partir da sua produtividade mesmo com um salário reduzido e injusto diante de um serviço prestado para diferentes mídias. Esses comunicadores precisam estar aptos a entrarem ao vivo no rádio, na TV, prestarem informação para o portal e publicar nas redes sociais, assim como, em alguns casos, terminam sendo obrigados a operarem a mesa de som e ao mesmo tempo comandar o programa.

Com o desenvolvimento tecnológico no rádio, as etapas de produção, edição distribuição e consumo sofreram adaptações a partir da inserção de novos dispositivos e hábitos de escuta. De acordo com Kischinhevsky (2016, p. 53):

estúdios tornaram-se mais compactos, baratos e funcionais; *softwares* de edição de áudio facilitaram a montagem de reportagens, boletins e programas; telefones celulares de última geração, com aplicativos de gravação de áudio e unidades móveis cada vez mais leves, deram agilidade à cobertura jornalística ao vivo nos grandes centros urbanos; *softwares* de gestão de conteúdos, modernas mesas de som e monitores *touch screen*, com efeitos e vinhetas pré-programadas a um clique do operador, deram nova dinâmica aos trabalhos técnicos e à plástica das emissoras, entre outros.

Na condução do processo de convergência do rádio, a partir do avanço tecnológico, o autor destaca ainda que no quesito do consumo de conteúdo, a “disseminação de microcomputadores domésticos, *smartphones* e tocadores multimídia reconfigurou a recepção, propiciando maior interação e estimulando uma cultura de portabilidade de arquivos digitais de áudio, em múltiplos dispositivos” (KINSCHINHEVSKY, 2016, p. 54).

O desenvolvimento das plataformas digitais e a integração das mídias a partir do processo de convergência também influenciou para que acontecesse adequações no conteúdo programado, na linguagem abordada, no direcionamento dado ao ouvinte e nas formas de interação com a audiência. O público passou a ter um espaço ampliado de participação tanto com a emissora, como entre os próprios ouvintes, em especial por conta do desenvolvimento das redes sociais. De acordo com Kischinhevsky (2016, p. 55), “é difícil encontrar um programa ou um comunicador de uma emissora que não utilize perfis em mídias sociais para interagir com os ouvintes, muitas vezes substituindo os antigos contatos via telefone fixo, numa modalidade mais sofisticada de filtro”. O autor afirma que as mensagens enviadas através de canais de comunicação com acesso à internet ganham a vantagem da instantaneidade, assim como a ampliação do contato com a audiência.

Diante deste cenário de potencialização do uso das tecnologias da informação e da comunicação, Lopez (2009, p. 81) defende que o rádio contemporâneo precisou de uma readequação “na produção radiofônica de maneira geral e, de modo mais pontual, no

radiojornalismo”. A autora acredita que o contexto de mudança a partir do desenvolvimento tecnológico afetou o rádio tanto no âmbito tecnológico, como também no social e no econômico.

Diante do aspecto tecnológico, Lopez (2009, p. 13) propõe a convergência no rádio através de três classificações que ajudam a entender a reconstrução das rotinas produtivas, as novas dinâmicas de produção e transmissão e a relação entre a tecnologia tradicional da radiodifusão e informatização dos processos radiofônicos. A autora aponta que a convergência de primeiro nível está relacionada ao período de informatização das redações, que gerou consequências valiosas para o jornalismo, permitindo a edição digital dos sons e textos, além de agilizar o processo de construção da informação da emissora. Já o segundo nível afeta o que a autora denomina como tecnologização de diversas etapas do processo. Este nível favorece que aconteça um diálogo entre as ferramentas de apuração, produção e transmissão de informações sem interferir diretamente na estrutura narrativa e na composição do produto. É nesta segunda classificação que Lopez (2009, p. 13) defende que o produto final diz respeito à velocidade com que a informação é composta e transmitida, além da qualidade do som.

No entanto, é na convergência de terceiro nível que a autora propõe que “a tecnologização e a inserção das tecnologias da informação da comunicação no processo de construção e transmissão da notícia afeta a configuração do veículo, suas definições tradicionais e suas estratégias de linguagem” (LOPEZ, 2009, p. 13). É nessa classificação que o rádio se configura como multimídia, com a presença necessária de profissionais multiplataformas que produzam um conteúdo não somente em áudio, mas também em vídeo, texto e fotografia para emissora e com um espaço favorável de contato com o ouvinte, bem como o ouvinte com a emissora.

O rádio contemporâneo é favorável ao processo de convergência a partir da união dos terminais de recepção de informação. Nesse contexto, Martinez-Costa (2001, p. 61) afirma que a tecnologia digital de recepção proporcionada através de equipamentos portáteis, multitarefa e de fácil manuseio são capazes de incorporar mudanças nas rotinas produtivas do rádio. Com o uso do *smartphone*, por exemplo, o profissional do rádio consegue utilizar a tecnologia em favor da apuração, edição e transmissão de conteúdo com a finalidade de otimizar o trabalho. Já a audiência que utiliza o dispositivo móvel tem a possibilidade de ouvir o programa de rádio, navegar em *sites* e portais, interagir através das redes sociais e utilizar aplicativos de mensagens instantâneas para dialogar com a emissora. O *smartphone* ganha visibilidade nesse processo de convergência no rádio e passa a ser um instrumento de trabalho importante para a rotina produtiva do jornalismo no século XXI.

2.2.1 O *smartphone* como instrumento de trabalho na produção noticiosa do rádio no século XXI

Segundo dados da Pesquisa Nacional por Amostragem de Domicílios Contínua – Tecnologia da Informação e da Comunicação (PNAD Contínua TIC), divulgada no dia 29 de abril de 2020 pelo Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE), o aparelho celular é o principal meio de acesso à internet no Brasil. De 2017 para 2018, o percentual de acesso à rede através do aparelho, entre pessoas acima de 10 anos de idade, passou de 97% para 98,1%, sendo que 79,3% dos brasileiros faz uso do celular de modo pessoal, com ou sem internet. A pesquisa também apresenta que dentre os equipamentos de tecnologia móvel, o uso do *smartphone* está em destaque superando até mesmo a utilização do computador, que caiu de 56,6% para 50,7%; e o uso do *tablet*, que caiu de 14,3% para 12% entre os anos de 2017 para 2018. Ainda de acordo com a pesquisa realizada pelo IBGE, em 2018, 95,7% dos brasileiros, que tem acesso à internet com conexão banda larga através de dados móveis, usam a rede para enviar ou receber mensagens de texto, voz, ou imagens por aplicativos de mensagens, como *WhatsApp*, *Telegram*, entre outros. Já 88,1% utilizam a internet no celular para fazer ligações de voz ou de vídeo também por meio dos aplicativos de mensagens que disponibilizam a função.

Os dados tornam-se importantes para o campo da comunicação, em especial para a atuação jornalística que deseja produzir conteúdo noticioso para o público que está cada vez mais conectado. Por isso que o uso do dispositivo móvel *smartphone*, tanto por produtores quanto por consumidores da informação, tem afetado a rotina produtiva dos veículos de comunicação. O usuário do aparelho tem a capacidade de utilizar diferentes serviços digitais e fazer circular conteúdo informativo em formatos variados através de recursos como áudio, vídeo, foto, arquivos, localização, entre outros. O dispositivo tem características de fácil manuseio, bem como um tamanho que garante praticidade para levá-lo na bolsa ou no bolso, por exemplo. Os produtores dessa tecnologia móvel estão sempre buscando atualizá-la para garantir ao consumidor um produto avançado e de baixo custo.

Nessa conjuntura, a produção de notícias ganha uma potencial plataforma para agilizar o trabalho jornalístico e ampliar o contato com o público conectado por meio do *smartphone*. Com o manuseio do dispositivo móvel já é possível capturar imagem e som em boa qualidade, além de realizar publicação de informação em tempo real, independente do lugar que o usuário do aparelho esteja. De acordo com Teixeira (2015, p. 56):

vivenciamos um momento caracterizado pelas crescentes mudanças nos conteúdos, pelos usos inovadores dos diferentes dispositivos e por hábitos de produção e circulação diferenciados, o que contribui para a configuração de um novo campo de possibilidades para o jornalismo e, por conseguinte, exige uma compreensão clara das funções que os jornalistas, os interatores e os dispositivos desempenham.

A autora defende que as ferramentas móveis introduzidas na rotina jornalística exigem do profissional dinamicidade e agilidade para pensar e trabalhar por meio de uma base tecnológica que garanta um fluxo produtivo mais amplo. É preciso estar dotado de competências em todas as mídias para acompanhar o processo de convergência presente no campo jornalístico. Através do desempenho profissional e da digitalização dos equipamentos de trabalho Teixeira (2015) exemplifica que, antes, uma das poucas maneiras de cobrir um acontecimento ao vivo era enviar uma equipe de reportagem ao local do fato; enquanto hoje, basta que um único jornalista esteja com um *smartphone* para que este possa desempenhar quase que todas as mesmas atividades de uma equipe completa.

As câmeras com resolução *Full HD* para registrar imagens paradas ou em movimento, a gravação de áudio com qualidade, a possibilidade de digitar um texto com o aparelho na palma da mão, o uso das redes sociais e dos aplicativos de mensagens instantâneas como o *WhatsApp* e demais aplicativos de edição de fotos e vídeos são algumas funções que o *smartphone* pode conceder para a rotina produtiva das notícias. Teixeira (2015, p. 77) lança mão de Silva (2009) para afirmar que tanto a produção como a circulação de informações noticiosas são transformadas, especialmente, com a entrada do componente da mobilidade, representado pela portabilidade de dispositivos diversos. De acordo com Teixeira (2015, p. 79), “com a estrutura móvel de comunicação, o conteúdo passa a ser emitido em mobilidade (por meio de um dispositivo móvel ou de conexão on-line) e é nesse ponto em que ocorre a ruptura com as estruturas tradicionais”.

Diante das adaptações tecnológicas, Chagas (2017, p. 40) discute o assunto ao afirmar que o rádio, dentro de um conjunto de fases no sistema capitalista, possui na tecnologia um papel fundamental para a difusão de informações, além de, ao mesmo tempo, carregar novos produtos e tendências capazes de extrapolar as ondas hertzianas e alcançar o ouvinte não somente por meio do aparelho tradicional, mas igualmente por intermédio da TV, de portais, das redes sociais, espaços de escuta ao vivo e até através dos dispositivos móveis, como o *smartphone*.

Sobre o assunto, Lopez e Quadros (2015, p. 165) afirmam que o rádio, que é móvel por natureza e que fala direta e individualmente ao ouvinte desde a incorporação do transistor

nos aparelhos, cria no século XXI um perfil móvel distinto, já que o consumo de mídia e a inserção dessas tecnologias no cenário pós-massivo impõem mudanças significativas no conteúdo, na narrativa radiofônica, na própria rotina produtiva do rádio e na ampliação do contato com a audiência. No cenário de adaptações, Lopez e Quadros (2015, 168) refletem que o ouvinte tem papel importante nesse processo de mudança a partir do momento que esse faz uso “dos meios e dos conteúdos por eles apresentados em cada momento histórico do rádio”. Contudo, as autoras indicam que foi com o sinal do rádio disponibilizado via internet que a emissora, além de assumir distintos formatos e linguagens, reforçou sua identidade próxima com o ouvinte e com o seu cotidiano.

O público com acesso ao *smartphone*, por exemplo, através da possibilidade de acesso à rede consegue não somente alcançar novos espaços de diálogo com a emissora, mas pode utilizar-se do instrumento móvel para atuar como um colaborador da informação com o fator relevante da mobilidade. De acordo com Lopez e Quadros (2015, p. 172), há uma conclamação à participação do cidadão, ao mesmo tempo que acontece uma reverberação dos sistemas e aplicativos que exploram a inteligência coletiva e a colaboração e reitera a aproximação e o potencial reforço do papel do rádio no dia a dia do ouvinte conectado.

A aproximação ampliada entre ouvinte e emissora tem um caráter colaborativo de suma importância para o veículo em virtude do fluxo informativo exigido pela própria rotina produtiva da notícia. É a partir dessas ferramentas que o ouvinte, presente em diferentes localidades, tem o prazer de interagir com a emissora apresentando fatos que estão acontecendo ao seu redor. O aplicativo de telefonia móvel gratuito, como o *WhatsApp*, passou a ser um grande aliado na rotina produtiva do conteúdo radiofônico. Uma rede de ouvintes é construída para possibilitar que uma audiência conectada colabore com o processo de produção, não somente através do áudio ou do texto, mas também por meio da imagem, do arquivo e do vídeo. Isso acontece graças ao poder proporcionado pela mobilidade presente nos modernos aparelhos de celular.

2.2.2 Uso do aplicativo *WhatsApp* no jornalismo do rádio contemporâneo

A consultoria americana *eMarkete* apresentou no relatório da *Global Messaging Apps* 2019, responsável por analisar o setor de aplicativos de mensagens, que o *WhatsApp* é um dos aplicativos mais utilizados no mundo. A pesquisa também indica que o Brasil é um país de destaque na utilização do aplicativo, chegando em 2019 a marca de 120 milhões de usuários. Já o *site* de notícias *Mobile Time*, juntamente com a empresa *Opinion Box*, revelou uma

pesquisa em fevereiro de 2020 que aponta que em 2019 o aplicativo de telefonia móvel *WhatsApp* alcançou o nível recorde de presença em 99% dos *smartphones* dos brasileiros. Os dados da pesquisa também relatam que 98% dos brasileiros que utilizam o aplicativo adquirem um grau de fidelidade ao usar o *WhatsApp* todo dia ou quase todo dia.

Lançado no ano de 2009, o aplicativo tem função de envio ilimitado de mensagem instantânea e chamada de voz e de vídeo para dispositivo móvel tanto de sistema *Android* ou *iOs*. A partir dessa plataforma, o usuário da rede pode enviar fotos, imagens de vídeos, voz, localização e arquivos em PDF ou *Word*. No ano de 2015, o aplicativo também passou a ser utilizado através do computador, com o acesso via *WhatsApp web*.

No cenário do século XXI, o jornalismo utiliza-se da plataforma digital como instrumento de trabalho com a finalidade de colaborar com o processo de produção da notícia. No rádio, além do aplicativo colaborar com a rotina produtiva, potencializa o contato com a audiência. Conforme Danelli e Orlando (2015, p. 2), “apesar das variadas formas de participação do público, como, por exemplo, o telefone e as cartas, o avanço tecnológico, associado à computação, valorizou o processo de interação com os ouvintes, através da robustez do desenvolvimento da tecnocultura”. Assim, o serviço de mensagem instantânea *WhatsApp* configura-se como uma importante plataforma de compartilhamento de conteúdo no processo de produção da notícia. Mediante o contexto de avanço do uso do aplicativo na rotina jornalística, Danelli e Orlando (2015, p. 8) explicam que a utilização do *WhatsApp* faz crescer o volume de replicação de mensagens e, conseqüentemente, a emissora ganha um número expressivo de usuários participantes na produção da notícia.

A plataforma contribui com a legitimação do trabalho de produção noticiosa a partir do momento que os comunicadores utilizam o aplicativo para entrar em contato com as fontes, para dialogar com os entrevistados, receber notas oficiais, fotos, áudios e vídeos, realizar ligações, entre outros. Segundo Danelli e Orlando (2015, p. 8), “a agilidade na apuração é uma vantagem do uso do *WhatsApp* nas redações”. Contudo, vale ressaltar a importância da verificação e apuração do conteúdo enviado para a emissora pelas fontes informativas através deste aplicativo. Com o fluxo informativo proporcionado pelo contexto social e o avanço da tecnologia móvel, a equipe de produção deve estar cada vez mais atenta a veracidade do conteúdo antes de divulgar a notícia no ar.

Costa (2018, p. 41) aponta algumas considerações em relação ao uso do *WhatsApp* na atividade jornalística no século XXI. Para a autora, o panorama exposto deixa claro que o uso das Tecnologias da Comunicação e da Informação (TIC's) mudou o cenário de rotina produtiva com possibilidades de maior dinamismo e acesso veloz da informação. Apesar disso, a

velocidade da comunicação interativa, adquirida por meio do aplicativo *WhatsApp*, por exemplo, deixa a desejar o processo de produção da notícia. O fato noticiado pode sofrer alterações e até mesmo perder a qualidade justamente pela possibilidade de pular etapas durante o desenvolvimento da construção da notícia. Não à toa, Costa (2018) define o *WhatsApp* como um multi aplicativo capaz de favorecer a rapidez e proporcionar agilidade ao trabalho laboral do jornalista superior aos oferecidos por outros meios de troca de informação utilizados pelo rádio, como a carta, o e-mail e até mesmo o telefone, ao tempo em que defende a importância de uma atenção profissional durante a utilização do aplicativo para a construção da notícia, da apuração à divulgação.

O rádio ao utilizar o aplicativo como forma de ampliar a participação da audiência e potencializar o ouvinte como um colaborador da informação, passa a investir cada vez mais no uso do aplicativo, em especial nas emissoras de formato *all-news*, como forma de obter a informação em tempo real e divulgá-la de maneira imediata. Costa (2018, p. 42) ajuíza que é através do recurso multiplataforma *WhatsApp* que o conceito de audiência ativa se faz visto, principalmente, quando se trata da utilização do aplicativo em uma “redação de radiojornalismo onde a imediaticidade da transmissão da notícia se faz mais presente quando um ouvinte envia uma mensagem para equipe de produção” informando um fato ocorrido e que não há jornalista no local para fazer a cobertura em tempo real naquele determinado momento.

Com o *WhatsApp* o ouvinte pode enviar a informação através dos recursos de mídia que o aplicativo proporciona, seja áudio, vídeo ou foto, enquanto a produção jornalística checa o fato e se houver necessidade se direciona até o local do acontecimento. A autora indica que a partir do momento que um ouvinte envia uma mensagem de conteúdo relevante para o centro da redação de radiojornalismo, é possível que aconteça até mesmo uma alteração no *script* e no roteiro do programa com o intuito de dar visibilidade a informação o quanto antes.

2.3 Radiojornalismo com formato *all-news*

As emissoras de rádio no Brasil, a partir da década de 1980, começaram a despertar para a importância de um mercado radiofônico bem sucedido que já despontava nos Estados Unidos. O formato *all-news*, ou traduzido para o português como “tudo notícia”, refere-se, segundo Betti (2009, p. 103), a um “modelo de programação radiotelevisiva, que consiste em transmitir apenas conteúdo jornalístico. A autora reforça que, de acordo com um estudo feito por Phillip Keirthead, em 1980, é possível entender a essência histórica do desenvolvimento do modelo de transmissão de notícia no rádio por 24h.

A experiência prática de Keirtead por sete anos, em uma emissora dos Estados Unidos com o formato *all-news*, ajudou no entendimento da relevância desse segmento para o radiojornalismo. Phillip Keirtead (1980 apud BETTI, 2009, p. 103) afirma que para manter esse formato é necessário dois propósitos. O primeiro está pautado na garantia de que as transmissões saiam de modo organizado, já que o modelo *all-news* exige um ritmo de programação intensa que impõe uma estrutura definida. Depois é imperativo orientar o âncora do jornalismo com um guia que informe detalhes da descrição do formato e da programação a ser seguida.

Ainda no início da década de 1980, o Brasil começou, de modo tímido, os primeiros passos para iniciar a transmissão radiofônica “só notícia”. O modelo precisou de tempo para ganhar estrutura adequada. A primeira emissora a investir na programação jornalística com o formato *all-news* foi a rádio *Jornal do Brasil AM (JB AM)*, quando o então superintendente da emissora, Carlos Lemos, viajou aos Estados Unidos para obter conhecimento sobre o formato “só notícias”. A implantação do sistema modificou a programação entre os anos de 1980 e 1983 e “forçou” o ouvinte a ter o hábito de ouvir uma sequência de notícias boa parte do dia. Carlos Augusto Drummond, então chefe do departamento de jornalismo da rádio *JB AM*, confirmou em uma entrevista concedida a Moreira (1987, p. 115) que essa mudança na programação se tornou fator relevante no fracasso do formato *all-news* na emissora. O entrevistado enfatizou que a falta de recursos para a contratação de profissionais e o investimento em infraestrutura que suportasse a demanda, “como carros equipados com bons retransmissores e telefones direto no estúdio, para que repórteres pudessem se alternar no ar, ao vivo, durante grande parte do dia” foi um desafio insustentável. Já em 1986, a emissora tentou reerguer o modelo *all-news* na programação de modo mais brando, sem tanta intensidade de notícias ao longo do dia, denominando o formato de “*all-news* amenizado”. Mesmo assim, a proposta não vigorou e a emissora retornou a antiga programação de música e informação.

Segundo Betti (2009), o rádio *all-news* precisa estar a serviço do público com a finalidade de transmitir notícia atualizada em curto período de tempo, de forma estruturada e constante, durante toda a programação. A partir desta realidade, a *Central Brasileira de Notícia (CBN)* passou a investir nesse formato de rádio no ano de 1991. Com o slogan “A rádio que toca notícia”, a *CBN AM* estruturou sua programação com o respaldo do Sistema Globo de Rádio e passou a aderir um novo cenário para o radiojornalismo brasileiro, com a ampliação do conteúdo noticioso no rádio. Em 1995, a rádio começou a transmitir sua programação também no FM, com o objetivo de ampliar a abrangência do seu público, tornando-se, pois, a primeira rádio a atuar na frequência modulada no Brasil com formato *all-news*. Mesmo recebendo o

mérito de primeira FM *all-news* do país, a rede CBN não adotava de modo rígido os padrões do formato “só notícia” e na sua programação também constavam “transmissão de jogos de futebol e programas *talk*” (BETTI, 2009, p. 110).

Depois de quatorze anos de liderança da CBN no mercado de rádio *all-news* brasileiro, surge em maio de 2005 a rádio *BandNews FM*. A emissora vai ao ar como “a primeira rede jornalística a transmitir totalmente ‘só notícia’ em frequência modulada. Sua programação *all-news* segue o modelo de programação em fluxo criado pela emissora mexicana e adotado pela 1010 WINS” (BETTI, 2009, p. 111). Ainda de acordo com a autora, a CBN e a *BandNews FM* foram criadas em cenários diferentes dentro de uma mesma proposta de mercado que exige características pautadas na inovação, na busca pela atualização constante dos fatos e na proposta de explorar novos caminhos para o rádio informativo no Brasil.

O fluxo de notícias que uma rádio *all-news* precisa gerar para o público proporciona repetição de informação ao longo da programação. De acordo com Betti (2009, p. 105), isso causa desvantagem na organização da produção jornalística, mas é próprio do modelo, já que a lógica do agendamento das notícias foi substituída pela lógica da disponibilização permanente desse conteúdo, o que leva o ouvinte a escolher a hora certa para estar atualizado com as notícias do dia. A amplitude da transmissão do rádio por meio das mídias sociais proporcionou o fato de que agora o ouvinte delimita o seu próprio tempo para acompanhar a programação.

Diante deste cenário, Lopez (2010, p. 126) afirma que o avanço das tecnologias da informação e da comunicação exigiram que as rádios passassem a ter uma transmissão que fosse além das ondas eletromagnéticas. Segundo a autora, essa exigência também acontece porque o público pede uma presença mais constante, principalmente das emissoras 100% notícias, nas plataformas digitais. Lopez (2010, p. 126) complementa que dessa forma as emissoras povoam a internet através das redes sociais, dos sites oficiais, de blog de comentarista e jornalistas, entre outros. Essa necessidade de incorporar conteúdo também nessas redes faz com que o rádio amplie o seu alcance não somente através do áudio, mas também da imagem e do texto.

Ao acompanhar o avanço tecnológico, o rádio *all-news* constrói conexões que ajudam na própria produção jornalística. O ouvinte, uma vez inserido nas plataformas digitais, também se utiliza desse meio para interagir, dar opinião, comentar e colaborar com produção de pautas. É também por meio dessas redes digitais de interação que o fluxo informativo chega a redação através, por exemplo, da atualização constante de *sites* jornalísticos e publicações nas mídias sociais. De acordo com Lopez (2010, p. 125), as emissoras brasileiras “consolidam-se pelo *continuum*, pela transmissão da informação de última hora e pelo seu desenvolvimento em uma programação linear, não interrompida por programas especializados”. A autora defende ainda

que o tratamento da informação através dessa especialização de conteúdo fica restrito a um número reduzido de emissoras, retratando uma priorização do *hard news* no jornalismo de rádio vinte e quatro horas.

Uma rádio *all-news*, diante de um cenário composto pela ausência de programas especializados que busquem um diálogo mais aprofundado sobre determinado tema ou a produção de reportagens especiais, passa a obter tempo e espaço para explorar um volume de dados informativos e noticiosos através de comentários e entrevistas, que não demandam tanto tempo de produção e edição. Para isso, o mercado exige profissionais dinâmicos, atualizados com o uso da cultura tecnológica, que possuam experiência na área, que tenham conhecimento dos assuntos que circulam tanto no local, regional ou global e que atuem no cotidiano das redações das emissoras de rádio com agilidade.

De acordo com Castro e Bruck (2013, p. 111), o âncora dos programas de rádio *all-news* tem papel central no comando do programa. Além da importância de acompanhar todas as etapas do processo de construção do programa, o apresentador do programa precisa estar antenado na evolução das notícias ao longo do dia estando ou não na redação, além de demandar tarefas de produção para quem executa essa função em qualquer horário do dia. Os autores defendem que:

[...] é necessário estabelecer conexões com o cotidiano dentro do contexto em que os fatos acontecem. Mesmo não se tratando de um debate, em que há maior possibilidade de aprofundamento dos fatos, os programas *all-news* podem levar os ouvintes à reflexão, sem empobrecimento do conteúdo (CASTRO; BRUCK, 2013, p. 111-112).

Mesmo se tratando de uma rádio *all-news*, a presença do ouvinte é marcada, em muitas emissoras, como forma de manter uma aproximação com o público e deixá-lo participativo do processo de produção de conteúdo através de comentários, críticas, denúncias, sugestão de pautas, fontes, temas, entre outros. Lopez (2010, p. 128-129) indica que as emissoras *all-news* demonstram cada vez mais interesse na participação e interação do público como forma de integrar a programação da rádio.

Considerando essa participação ampliada do ouvinte e também que a rádio pode colaborar com informações que apresentem uma prestação de serviço para esse público, é possível perceber que a emissora “só notícia” sofre uma alteração no formato para “só conversa” ou *all-talk*. Segundo Ferraretto (2014, p. 65), o rádio *all-talk*, além de oferecer notícia para audiência, também leva ao ouvinte uma combinação de entretenimento e prestação de serviço e concede espaço para que o público opine a respeito de assuntos da atualidade. O autor

afirma que as emissoras dedicadas 24 horas por dia à notícia, mesmo as que se autodenominam *all-news* ou apenas *news*, desenvolvem um formato intermediário que pende para o *all-talk* como uma característica histórica do próprio radiojornalismo brasileiro.

Segundo Ferraretto (2014, p. 65), a figura do comunicador-amigo, que conversa com o ouvinte, faz entrevistas, ou ainda interage com repórteres e comentaristas e leva ao público uma ajuda radiofônica assistencialista, são características que configuram uma rádio com formato *all-talk*. O formato pode preencher algumas horas da programação, como em um programa que tenha uma linha editorial voltada para a prestação de serviço, ou pode estar embutido intrinsecamente no comentário do comunicador após a apresentação de um conteúdo jornalístico com o objetivo de orientar o cidadão sobre suas escolhas.

No formato *all-talk* é comum perceber “uma constante intermediação da rádio e de seus comunicadores na resolução de problemas da população” (FERRARETTO, 2014, p. 69). Nesse contexto, o público do rádio encontra nesse espaço a oportunidade de narrar determinada situação do seu cotidiano e, após a apuração do relato apresentado, a emissora faz uma ponte para que a colocação do ouvinte chegue aos órgãos públicos responsáveis pelo caso, em especial através das assessorias de imprensa, para que possam se manifestar a respeito. O Programa “Banca de Sapateiro”, que é objeto de estudo desta pesquisa, está inserido na programação da *Rádio Jornal Meio Norte*. A emissora piauiense segue um formato de rádio *all-news*, priorizando a informação para o ouvinte. Mesmo com o *slogan* a “notícia em primeiro lugar”, a rádio proporciona um amplo espaço de participação do público, o que dá margem para que o conteúdo da *Rádio Jornal Meio Norte* também possa ser caracterizado dentro do formato *all-talk*.

2.3.1 *Rádio Jornal Meio Norte* e o contexto do formato *all-news* no rádio piauiense

Apesar do formato *all-news* começar a ganhar destaque no Brasil a partir de 1991, esta realidade começou a dar seus primeiros passos no Piauí somente 21 anos depois. A rádio *CBN Teresina AM*, filiada à rádio *CBN*, iniciou sua transmissão no ano de 2012 e foi a primeira emissora a trazer para o Estado a proposta de programação voltada exclusivamente para o jornalismo. No ano 2018, o grupo conseguiu o processo de migração do dial AM para o FM e a rádio passou a ser sintonizada através da frequência 97.5 MHz. Contudo, a emissora não conseguiu dar continuidade aos trabalhos e no ano de 2019 fechou as portas.

Com o intuito de investir no mercado *all-news* no Piauí, o Sistema Meio Norte de Comunicação lançou em 2017 a *Rádio Jornal Meio Norte* com a proposta de integrar um cenário de “só notícia” neste veículo de comunicação. A rádio que leva o nome do jornal

impresso do Sistema de Comunicação passou a ser considerada a primeira emissora no dial FM com formato *all-news* no Piauí. A rádio que opera na frequência 90.3 MHz oferece ao ouvinte um conteúdo noticioso internacional, nacional e local, com análises de jornalistas e articulistas especializados, além de uma ampla participação da audiência por meio das plataformas digitais.

A *Rádio Jornal Meio Norte FM 90.3* foi ao ar no dia 22 de outubro de 2016 (em caráter experimental). O Grupo Meio Norte atua no mercado desde 1995 e a partir do ano de 2011 se consolida como uma rede regional de comunicação para atuar em alguns Estados do Nordeste, de modo especial, no Piauí, local sede do Sistema de Comunicação. Atualmente, o sistema é composto por rádios (*Meio Norte FM*, *Boa FM*, *Cocais FM* e *Rádio Jornal Meio Norte*), TVs (*TV Meio Norte* e *TV Rádio Jornal Meio Norte*), portal, redes sociais e jornal impresso.

A *Rádio Jornal Meio Norte*, depois de quatro meses de programação experimental, estreou oficialmente no dia 06 de fevereiro de 2017 com o objetivo de atingir o público através de um formato *all-news*. A emissora tem estúdio localizado no bairro Monte Castelo, em Teresina (PI), e os seus transmissores estão instalados na zona rural de Timon (MA). A programação da rádio conta com uma predominância de conteúdo noticioso. Entretanto, no final da noite até o início da manhã, de segunda-feira a sexta-feira, a grade da rádio também conta com uma programação musical, como está apresentado na tabela 1. Já no final de semana, a *Rádio Jornal Meio Norte* não tem programação informativa e conta apenas com a programação musical, como está descrita na tabela 2.

Tabela 1: Programação Semanal da Rádio Jornal Meio Norte

HORÁRIO	PROGRAMAS
00:00	Programação Musical
05:55	Programação Musical
06:00	Notícias da Boa
09:00	Diálogo Franco
11:00	Banca de Sapateiro
13:40	Jogo do Poder
14:30	Fogo Cruzado
17:00	Quintal Esportivo
19:00	Pauta Geral
20:00	Feed Noite
21:00	A voz do Brasil
22:00	Programação Musical

Fonte: <https://www.radios.com.br/aovivo/radio-jornal-meio-norte-903-fm/40385>

Tabela 2: Programação do Sábado e Domingo na Rádio Jornal Meio Norte

HORÁRIO	PROGRAMAS
00:00	Programação Musical
05:00	Programação Musical
05:40	Programação Musical
06:00	Programação Musical
09:00	Programação Musical
11:00	Programação Musical
13:40	Programação Musical
14:30	Programação Musical
17:00	Programação Musical
19:00	Programação Musical
20:00	Programação Musical
21:00	Programação Musical
22:00	Programação Musical

Fonte: <https://www.radios.com.br/aovivo/radio-jornal-meio-norte-903-fm/40385>

No ano de 2019, o Grupo Meio Norte de Comunicação (GMNC) adota como inovação a criação da *TV Rádio Jornal Meio Norte*. A *TV Rádio*, filiada a *TV Cultura*, foi criada com o objetivo de integrar o formato *all-news* do Grupo Meio Norte de Comunicação (GMNC), que passou a ser pioneiro a nível de Nordeste na atuação integrada das duas mídias. Com isso, o conteúdo radiofônico passou a ser transmitido ao mesmo tempo em uma TV aberta.

A *TV Rádio Jornal Meio Norte* tem como cenário o próprio estúdio da emissora radiofônica. A prática da atuação jornalística na TV e no Rádio ao mesmo tempo requer alguns cuidados, em especial, com a linguagem abordada, já que se tratam de duas mídias diferentes: uma excepcionalmente sonora e outra que é composta de imagem e som. Com essa reformulação, os apresentadores da *Rádio Jornal Meio Norte* precisaram adotar algumas posturas, como, por exemplo, ter o olhar direcionado para uma câmera, estar com uma vestimenta adequada para TV, ficar bem posicionado na bancada, estar maquiado e interagir ao mesmo tempo com um ouvinte e um telespectador.

É possível observar durante as análises feitas que esta condição ainda impõe desafios para os profissionais. Quando é veiculado algum vídeo informativo durante o Programa “Banca de Sapteiro” nem sempre as imagens enviadas pelo ouvinte são narradas de imediato pelo âncora, o que gera prejuízo para quem está apenas na escuta do programa pelo rádio sem ter

condições de entender o conteúdo. Isso exige que os profissionais envolvidos com a produção do programa tenham cada vez mais uma postura multimidiática. O produtor do programa *Banca de Sapateiro* Renan Lopes, por exemplo, não pode apenas estar preocupado em conseguir que o entrevistado do dia entre por telefone ao vivo. Ele precisa saber dominar as tecnologias digitais, servidores de *stream* e posicionamento de imagem, já que existe a necessidade desse entrevistado também aparecer na *TV Rádio Jornal Meio Norte*. A figura 1 apresenta o produtor do “Banca de Sapateiro” conversando com o entrevistado através do servidor *StreamYard*, para testar som, imagem e posicionamento adequado antes da entrada do participante no programa ao vivo.

Figura 1 – Rotina produtiva do Programa “Banca de Sapateiro”

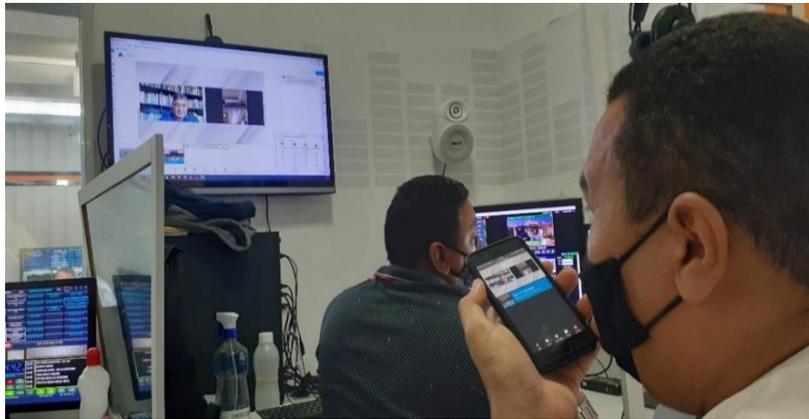


Foto: Liana Nunes

Além da TV aberta, a *Rádio Jornal Meio Norte* também é retransmitida pela rede social *Facebook*, pelo portal meionorte.com e por aplicativos de rádios. A programação jornalística da rádio inicia às 6h00min com o “Notícias da Boa”. Comandado pela jornalista Cintia Lages, o programa tem o objetivo de atualizar o público sobre as principais notícias da noite anterior e os assuntos do dia. Em seguida, a programação continua com o programa “Diálogo Franco”, apresentado por Silas Freire, que traz fatos que movimentam a política e a economia local, nacional e internacional. Às 11h00min, o jornalista Arimatéia Carvalho assume o microfone da *Rádio Jornal Meio Norte* para apresentar o Programa “Banca de Sapateiro”, que tem uma linha editorial voltada para a prestação de serviço à população por meio da informação. Após o “Banca de Sapateiro”, Arimatéia Carvalho continua no estúdio para interagir com apresentadores do jornal *Agora*, da *TV Meio Norte*, sobre o cenário político do Piauí no “Jogo do Poder”. O “Fogo Cruzado” inicia às 14h30min com Dânio Souza e Josafá Torres e leva ao público um conteúdo sobre as principais notícias do dia com a participação de articulistas. Notícias sobre o esporte piauiense e nacional também tem espaço na grade de programação da rádio através do programa “Quintal Esportivo”, apresentado por Francinito

Loureiro. Em seguida, às 19h00min, Amadeu Campos, Carolina Durão e João Carvalho comandam o “Pauta Geral”, que leva ao ouvinte os principais destaques noticiosos do dia. A última programação da rádio fica por conta de Ivan Lins com o programa “Feed da Noite”, que também tem a proposta de atualizar o ouvinte daquele horário sobre as principais notícias do dia.

Diante da compreensão do formato *all-news* no rádio, os programas da *Rádio Jornal Meio Norte* também repetem informações para o ouvinte, sempre buscando levar a notícia com as devidas atualizações. Neste caso, a emissora também preza pela participação popular como fonte informativa.

2.3.2 Programa “Banca de Sapateiro”

“Banca de Sapateiro” é um programa da *Rádio Jornal Meio Norte* que tem uma linha editorial voltada para o jornalismo, prestação de serviço e variedades. É transmitido de segunda-feira a sexta-feira, de 11h00min às 13h40min, na faixa FM 90.3, ao vivo pelo [facebook.com/radiojornalmeionorte](https://www.facebook.com/radiojornalmeionorte), no portal www.meionorte.com/jornalmeionortefm, em alguns aplicativos gratuitos que fornecem o acesso da rádio pelo celular e pela *TV Rádio Jornal Meio Norte*. A equipe é composta por dois jornalistas, sendo um locutor e o outro um produtor, além de um operador de áudio e um editor. Repórteres da *TV Meio Norte* e também da *TV Rádio Jornal Meio Norte* colaboram com a produção do programa. O “Banca de Sapateiro” tem como programação a audição de matérias nacionais e regionais, entrevistas, participação de repórteres na externa (geralmente os mesmos repórteres da TV que, ao cumprirem as suas pautas, ganham o imediatismo da notícia através do rádio), quadros de culinária, saúde, esporte e política e a participação do ouvinte, que pode acontecer tanto por telefone, em alguns momentos sem funcionamento, como também via ferramenta de conversa *online*, em especial o *WhatsApp*.

É sabido que a participação do ouvinte sempre se fez presente na história do rádio. Desde a emissão de cartas, telegramas, telefonemas etc., o público contribuía para a audiência e/ou na produção dos programas radiofônicos. Com a chegada de tecnologias digitais e ferramentas, nota-se que isso foi inserido no processo comunicacional, de maneira que o ouvinte passou a interagir por meio de aplicativos, da internet e das mídias sociais.

Na medida em que há incrementos técnicos/tecnológicos na empresa, nota-se mudanças na transmissão da programação para o público. Desde 2018, por exemplo, o programa também passou a convergir com a TV. O jornalista Arimatéia Carvalho, âncora do “Banca de Sapateiro”, entra, direto do estúdio, ao vivo, no jornal *Agora*, programa jornalístico

transmitido pela *TV Meio Norte*, para participar do quadro político “Jogo do Poder”. Outro incremento pode ser pontuado no dia 3 junho de 2019, quando o grupo Meio Norte de Comunicação lançou a *TV Rádio Jornal Meio Norte*, em Teresina (PI), canal 20.1, e o Programa “Banca de Sapateiro” passou a ser transmitido ao vivo, direto do estúdio, para uma TV aberta, o que evidencia o programa de rádio em três mídias (Rádio, TV e Internet). Na figura 2 é possível perceber a estrutura do estúdio da emissora com equipamentos necessários para que aconteça a integração de mídias. Estão presentes na imagem o apresentador do Programa “Banca de Sapateiro” Arimatéia Carvalho e o produtor do programa Renan Lopes.

Figura 02 – Estúdio da TV Rádio Jornal Meio Norte



Foto: Liana Nunes

De acordo com Renan Lopes (2021), a produção do conteúdo do programa inicia sempre em um dia anterior, com marcação de entrevistas para serem realizadas no estúdio ou via aplicativo digital. Sugestões de pautas são trocadas entre os integrantes da equipe através de um grupo de *WhatsApp* denominado “Banca de Sapateiro pautas” durante todo o dia. A partir do conteúdo definido no próprio grupo, às 8h da manhã o produtor do programa inicia a construção do espelho e *script* do dia. O contato com as assessorias de imprensa tem peso na produção do “Banca de Sapateiro”. É comum o recebimento de sugestão de pautas enviadas pelos assessores e ao mesmo tempo é possível observar o interesse das assessorias em responder as demandas do programa.

Apesar de se ter um material previamente definido para ir ao ar, Renan Lopes (2021) afirma que a dinamicidade da apresentação do “Banca de Sapateiro” vai se adaptando ao conteúdo de maior relevância que for aparecendo ao longo do tempo do programa. O imediatismo da informação sobrepõe a notícia pré agendada para cumprir esta função do “primeira mão” que o rádio consegue exercer perante ao público. Entretanto, isso requer atenção durante a apuração da informação, em especial, em virtude do fluxo informativo

causado atualmente pelas mídias sociais. O produtor do programa desempenha funções que vão além da marcação de pautas, diálogo com entrevistados e apuração de um fato. Na hora que o programa está no ar, Renan Lopes atua também como diretor e editor de texto ao encaminhar o gerenciamento de créditos para serem usados na TV, realizar um diálogo com o apresentador através do ponto de escuta, auxiliar o editor de áudio e imagem, ao mesmo tempo que acompanha a atualização de notícias nos portais e redes sociais e as participações dos ouvintes.

A interação com o público faz parte da rotina produtiva e essa participação caracteriza o programa com uma linha editorial de prestação de serviço para a população. O ouvinte atua como colaborador da produção, indica pautas, sugere conteúdos, faz críticas, exige respostas sobre determinado assunto. O âncora do programa amplia esse ambiente de diálogo com o público por meio do aplicativo *WhatsApp*, o que possibilita que essa interação aconteça não somente através do áudio, mas também por meio do vídeo e da foto,

2.3.2.1 Uso do aplicativo *WhatsApp* na produção noticiosa do “Banca de Sapateiro”

O programa “Banca de Sapateiro” faz uso do aplicativo *WhatsApp* como plataforma importante para a produção de notícias, contato com as fontes oficiais e conta com a participação colaborativa e interativa do ouvinte. A adoção do aplicativo provocou em novas práticas na rotina produtiva do radiojornalismo, pois com o uso do *WhatsApp* o processo da informação é realizado no tempo da notícia. É durante a transmissão do programa “Banca do Sapateiro” que o locutor Arimatéia Carvalho, juntamente com o produtor Renan Lopes, monitora as informações que recebe, responde as mensagens, filtra o material fornecido e decide o que vai colocar ou não no ar. Além disso, o uso do *smartphone* e do aplicativo *WhatsApp* promove novas formas de produção da notícia, seja no momento da marcação de entrevistas para o estúdio, seja no contato com os repórteres da externa, para entrarem com informações ao vivo, seja no contato com as fontes oficiais e acompanha o programa para qualquer eventual necessidade do próprio locutor.

O conteúdo encaminhado pelo cidadão através do *WhatsApp*, geralmente, traz uma realidade de denúncia, informações sobre a vida da cidade, que vai desde o trânsito até algum acidente que aconteceu, postos de saúde fechados ou sem medicação, dados, esclarecimentos, entre os mais variados assuntos. Boa parte desse material passa a ser integrado ao conteúdo noticioso do “Banca do Sapateiro” e/ou dos demais programas jornalísticos veiculados pela *Rádio Jornal Meio Norte*. Frente a esta configuração, a informação que chega à redação nem sempre exige que o jornalista esteja presente no fato. Há aqui uma ampliação informacional,

uma “facilidade” de acesso a fatos do cotidiano através da participação do ouvinte como colaborador da notícia. A audiência, destarte, assume papel “ativo” no processo de produção da notícia, já que enviar uma informação e ser integrada no noticiário do dia fideliza esse (novo) público.

A participação e a colaboração do ouvinte são pontos fortes no programa. Tanto é que alguns dias o apresentador do “Banca do Sapateiro”, Arimatéia Carvalho, dar início ao programa incentivando o ouvinte para interagir por meio do envio de mensagens pelo *WhatsApp*. No programa do dia 15 de janeiro de 2020, por exemplo, o jornalista começa com a seguinte frase para o ouvinte: “Está no ar o programa mais interativo do radiojornalismo do Piauí. A partir de agora você pode mandar o seu conteúdo para o nosso *WhatsApp* da notícia, que é o (86) 98101- 9003. Vamos ficar juntos nos informando!”. Já no dia 24 de janeiro de 2020, a frase que começa o programa também chama atenção, na medida em que Arimatéia Carvalho, âncora do programa, diz: “O programa mais informativo e colaborativo do Meio Norte do Brasil está no ar! Mande o seu conteúdo e nos ajude a construir o programa de hoje! Sua informação é valiosa e pode ser transformada em pautas para o Sistema Meio Norte de Comunicação”. A convocação é elucidativa para entender o “novo” papel social que é dado para o ouvinte, neste caso, o de colaborador e também indica que a informação concedida pela audiência pode ser levada em conta para além do programa “Banca do Sapateiro” chegando aos demais meios jornalísticos da empresa *Meio Norte*. Isso acontece porque parte do conteúdo recebido também contribui como sugestão de pauta para outros programas de rádio ou até mesmo para a TV, o jornal impresso e/ou o portal que pertencem ao Sistema Meio Norte.

Boa parte do programa “Banca de Sapateiro” é feita com a participação ao vivo do ouvinte. No horário do programa, o apresentador Arimatéia Carvalho, de forma independente, recebe as mensagens e faz a leitura delas ao vivo, ou até mesmo coloca o aparelho celular na função viva voz para que o ouvinte faça sua reclamação diretamente dos microfones da rádio. Porém, deixa claro que a informação será repassada para o produtor do programa checar.

Observa-se que a produção do programa “Banca de Sapateiro” lança mão das novas tecnologias sem abandonar as práticas tradicionais do jornalismo, em que o locutor se faz partícipe da sociedade e se coloca a serviço dela. Em torno do programa noticioso que é o “Banca de Sapateiro” é reunida também atividades de serviços de utilidade pública, tão presente no rádio particularmente depois da segunda metade do século XX. Servindo como espaço de utilidade pública, o ouvinte do programa solicita informações ao locutor sobre os acontecimentos da cidade e em questões de segundo tem o retorno da produção com a resposta que deseja. Reclamações dos populares para que tenha rua asfaltada, cobranças a Prefeitura de

Teresina sobre problemas urbanos, questões relacionadas ao trânsito, dentre outros, fazem parte desta rotina. Ou seja, abre espaço para que os ouvintes apresentem suas queixas, dúvidas, denúncias etc., ao mesmo tempo que concede ao apresentador do programa a possibilidade de ser um intermediário para dar soluções as dificuldades apresentadas pelo público. Na figura 3 é possível identificar que o conteúdo da mensagem do ouvinte, encaminhada via *WhatsApp*, tem um caráter tanto de denúncia como de um pedido de solução do caso por intermédio do âncora.

Figura 3: Mensagem de um ouvinte enviada via *WhatsApp*

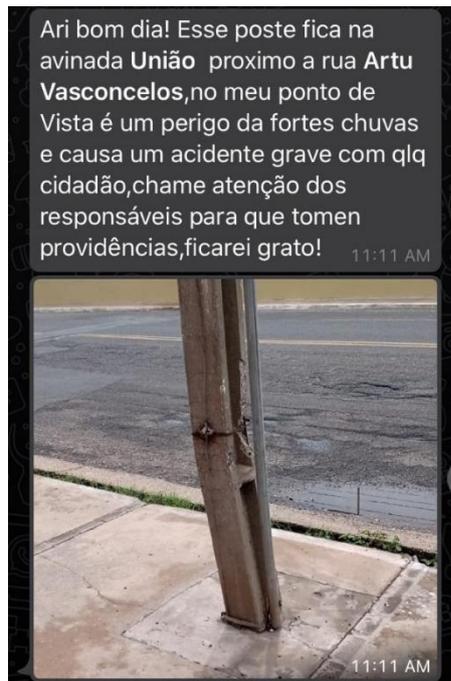


Foto: Liana Nunes

O Programa “Banca de Sapateiro” trabalha com a proximidade, visto que apresenta um noticiário pautado nos assuntos locais e de prestação de serviços à comunidade e conta com um ouvinte colaborador da notícia. Relação que se constrói através do *WhatsApp*, sobretudo quando o ouvinte manda mensagem para o locutor e este grava no aparelho telefônico da emissora o contato com o registro do nome. De forma estratégica, verifica-se o interesse de criar laços de amizade/intimidade com o ouvinte a fim de que ele faça parte do universo simbólico criado pelo rádio, como aponta Ortriwano (1985), quando assinala o impacto do rádio nos anos 1930. Não é à toa que o locutor estimula que o ouvinte participe do programa mandando seu recado, ao tempo em que estimula sua participação para os problemas da comunidade. É o rádio na “velha” busca de se popularizar, de oferecer notícias do local do acontecimento e de se adaptar as novas tecnologias da comunicação e da informação para

sobreviver ao mercado e a concorrência. É o aqui e o agora; é o fato e a notícia imbricados numa relação que se estabelece por meio da mensagem instantânea ao vivo, fazendo o ouvinte participante da produção do programa.

A participação da audiência por meio do *WhatsApp* acaba por gerar outra dinâmica na rotina produtiva. A cada momento o locutor e a produção do programa “Banca de Sapateiro” recebe mensagem de alguém que almeja ter sua informação veiculada pelos transmissores do rádio, ao tempo em que o programa também tem interesse em manter seu público atualizado. Na era digital e da mobilidade, em que se pode registrar qualquer acontecimento por meio de um aparelho celular e ser encaminhado por aplicativos de mensagens ou nas redes sociais, a atualidade corresponde ao tempo real, como explica Bianco (2011). Para a autora, em tempos de internet,

[...] o processamento da informação se dá num ambiente em que não há mais diferenciação do tempo. O reflexo disso é o aumento do índice da atualidade. [...] O ritmo da informação com o tempo real mudou a lógica do tempo da informação no rádio e entrou-se numa era de quase ‘imediatez absoluta’. [...] As decisões sobre o que entra ou não no noticiário da emissora são tomadas cada vez mais em tempo real (BIANCO, 2011, p. 120).

No caso do Programa “Banca de Sapateiro” há um grande volume de informação recebida pelo aplicativo, de maneira que em alguns programas o locutor adverte o ouvinte que utilizará o *WhatsApp web* para facilitar a leitura das mensagens que chegam e afirma: “Não quero acumular participações. Quero colocar todo mundo”. Por um lado, a advertência do locutor de alguma forma representa a popularidade do programa e sua proximidade com a audiência conquistada. Por outro lado, o locutor busca se justificar para aquele ouvinte que não terá sua mensagem transmitida. Sabe-se que nem tudo que é enviado é noticiado, seja pela questão do tempo da produção, seja pelo processo de seleção que faz uma triagem do que vai ser dado visibilidade pelo rádio. Desafio para a redação que precisa lidar com um grande volume de mensagens enviadas para o celular do programa, uma vez que não só as fontes de informação foram ampliadas, como ainda se colocam no papel de produtora de informação.

O produtor, juntamente com o apresentador, monitora essas mensagens que chegam via *WhatsApp*. Para facilitar o trabalho da produção, o âncora recomenda aos ouvintes, especialmente aqueles que tem o hábito de encaminhar um áudio através do aplicativo, que apresentem na mensagem enviada um pequeno texto sobre o assunto que desejam expor no programa. Arimatéia Carvalho garante que se ouvinte seguir sua orientação o áudio ganha prioridade para veiculação. Mesmo assim, o produtor fica responsável em ouvir esse áudio antes

de ir ao ar para evitar qualquer tipo de constrangimento, a exemplo de palavrões ou conteúdo inadequado. Diante do número de mensagens recebidas é possível observar que a equipe dá prioridade a ouvintes que participam com frequência do “Banca de Sapateiro”, assim como ouvintes que colaboram com a informação seguindo os requisitos pedidos pelo apresentador. A figura 4 demonstra a participação de um ouvinte que ao enviar o seu áudio manda logo em seguida uma mensagem de texto explicando o conteúdo abordado.

Figura 4 – Mensagem de um ouvinte enviada via *WhatsApp*

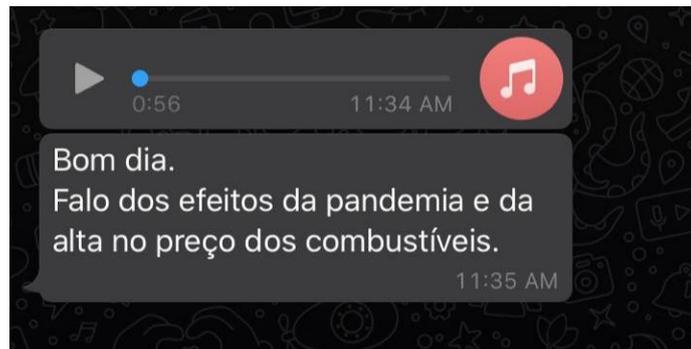


Foto: Liana Nunes

Ao término do “Banca de Sapateiro”, o produtor do programa, Renan Lopes, relata que confere as demais mensagens não lidas no programa, verifica se rende alguma sugestão de pauta, responde o ouvinte agradecendo pela mensagem e em seguida apaga todas as participações enviadas no dia, já que o aplicativo é compartilhado com todos os programas da Rádio e essa atitude é regra da emissora para se tenha um controle dessa interação com o público.

Sobre o assunto, verifica-se que, na era dos dispositivos móveis, a audiência assume cada vez mais um papel de protagonista da produção, o que implicou em um novo comportamento dos jornalistas na busca e veiculação de notícia. A situação não é nova, posto que desde a internet a busca pela notícia pelos jornalistas já vinha se reconfigurando. O programa “Banca de Sapateiro”, por exemplo, lança mão de ferramentas digitais nas rotinas produtivas, de maneira que o jornalista não necessariamente precisa estar no local do fato ocorrido para que a notícia seja produzida. Esse comportamento impacta diretamente no processo de seleção de pautas a serem produzidas por sua equipe e tem como característica a proximidade da notícia para manter um diálogo mais afinado, interativo e colaborativo do seu ouvinte.

3 ROTINA PRODUTIVA DO RADIOJORNALISMO CONTEMPORÂNEO

3.1 Produção da notícia em radiojornalismo

Tendo como base um recorte histórico de produção da notícia no radiojornalismo é mister destacar que o rádio iniciou o processo de produção de conteúdo noticioso a partir da década de 1940, com a criação do “Repórter Esso”. Segundo Zuculoto (2012, p. 86), “com a chegada do Esso à radiofonia brasileira, inaugurou no País um modelo de noticiário de rádio usualmente denominado de síntese noticiosa e notícias com textos estruturados por frases em ordem direta e curtas, informações objetivas, quase secas”. O programa, transmitido no Rio de Janeiro e retransmitido em São Paulo, durante vinte e sete anos, instaurou no Brasil a notícia em primeira mão, bem como a linguagem jornalística no rádio brasileiro capaz de estabelecer novas rotinas.

Além do “Repórter Esso”, outros programas noticiosos também fizeram a história do radiojornalismo acontecer, como é o caso do “Grande Jornal Falado Tupi”, da *Rádio Tupi* de São Paulo, criado em 1942. Ortriwano (1985, p. 21) reforça que tanto o “Repórter Esso” como o “Grande Jornal Falado Tupi” “foram marcos importantes para que o radiojornalismo brasileiro fosse encontrando a sua definição, deixando de ser apenas a ‘leitura ao microfone’ das notícias dos jornais impressos”. Esse último aspecto acabou configurando a necessidade de uma estruturação redacional nas rádios voltada especificamente para as notícias.

Nesse contexto histórico da radiodifusão, faz-se necessário identificar ao mesmo tempo que, na década de 1950, as principais emissoras de rádio do país começaram a se preocupar com a criação de departamentos de jornalismo, segundo afirma Bianco (2004). Este movimento se dá em virtude da perda de espaço que o rádio estava tendo para a televisão. Era preciso investir em jornalismo, já que o conteúdo de entretenimento ganhava novos espaços na TV, e o momento demandava transformações; tanto no modo de fazer notícia, como nas tecnologias de alcance do ouvinte.

Sobre o assunto, Rutilli (2014) aponta que a consolidação desses departamentos de radiojornalismo representou o início da rotina de produção da notícia no rádio, com padrões e técnicas que permeiam na ação jornalística neste meio até os dias atuais. Para a autora, “mesmo considerando particularidades em relação aos inúmeros modos de produção no radiojornalismo, algumas práticas são recorrentes, posto que perpassam, em caráter universal, a construção da notícia” (RUTILLI, 2014, p. 49), que antes não vigorava com uma linguagem própria e sim

presa a uma lógica de distribuição da informação por meio de leituras de jornais impressos. A autora reitera que:

Com o advento da televisão, o rádio, no Brasil, buscou novas linguagens a fim de não perder público (ainda que restrito) e espaço entre os meios de comunicação. É desse período o surgimento do radiojornalismo com boletins curtos, explorando também a prestação de serviços, a notícia (RUTILLI, 2014, p. 49).

O advento da tecnologia para aquela determinada época também influenciou no avanço da estruturação da rotina produtiva do radiojornalismo. Em 1960, segundo Zuculoto (2004), o surgimento do transistor garantiu a sobrevivência do rádio em meio as novidades do aparecimento de uma nova mídia, além de melhorar a condição de transmissão e recepção da informação. A autora explica ainda que essas mudanças não seriam possíveis sem o desenvolvimento de novas tecnologias, a exemplo dos “[...] aparelhos receptores transistorizados, que começaram a ser produzidos no Brasil e substituíram os antigos rádios a válvulas, o que dispensou fios e tomadas” (ZUCULOTO, 2004, p. 36).

A inovação possibilitou que o ouvinte, a partir daquele momento, pudesse acompanhar a sua programação em qualquer espaço, independentemente de estar em casa ou não. Além do transistor, Zuculoto (2004) afiança, através do contexto apresentado por Ortriwano (1985), que inovações tecnológicas como o gravador magnético, a frequência modulada e as unidades móveis de transmissão também garantiram mudanças no âmbito da redação, uma vez que houve uma melhoria dos instrumentos de trabalho dos profissionais no desenvolvimento do jornalismo de rádio.

Além do surgimento das unidades móveis, esta também foi a época em que se reduziram peso e volume de equipamentos técnicos utilizados na produção, gravação e transmissão, o que possibilitou reportagens de rua, entrevistas fora de estúdio e ao vivo, facilidades que foram grandes responsáveis pelo novo impulso ao radiojornalismo (ZUCULOTO, 2004, p. 36).

É válido destacar também a perspectiva de Eduardo Medistch (2007), que considera a prática de produção da notícia a partir do conceito de rádio informativo. O autor defende que o modelo de rádio com base na informação “não é apenas um novo canal para a mesma mensagem do jornalismo, é também um jornalismo novo, qualitativamente diferente, e a designação diversa procura dar conta dessa transformação” (MEDISTCH, 2007, p. 30). Partindo desse pressuposto, o autor apresenta o conceito a partir da visão de Flaus Belau (1981 apud

MEDISTCH, 2007, p. 30), que indica que o rádio informativo se diferencia por uma “maior profundidade em relação à programação tradicional de notícias e poderia representar o ponto culminante de um segundo ciclo da história do rádio, iniciado com a decadência do radioespetáculo, que a partir da década de 50, perdeu espaço para a televisão”. Estas definições condizem com a proposta de uma transformação no modelo da notícia do rádio para a época e, conseqüentemente, no campo de produção jornalística para o veículo. Deste modo, Medistch (2007, p. 31) defende que:

O rádio informativo fala de coisas que, anteriormente, não eram notícias (a hora certa, por exemplo), e revoluciona a ideia da reportagem com as transmissões ao vivo. Aprofunda e contrapõe ideias e opiniões com facilidade e orienta as massas urbanas como o cão de um cego. Põe em contato os mais remotos pontos do interior e concede espaço para o receptor se manifestar como nenhum outro meio.

Já para Ortriwano (1985), para que aconteça a transmissão da notícia no rádio é necessário que a emissora possua no mínimo três fatores: equipamento, profissionais e acesso a fontes de informação¹. A organização e a adaptação desses fatores condizem com a construção de uma rotina produtiva que deve ser aplicada em função do meio e da técnica, que evolui de acordo com o tempo e com as tecnologias apresentadas para a difusão da informação desde o século XX e que permeia até o século XXI.

Na década de 1990, por exemplo, o rádio informativo ganha uma produção mais especializada na divulgação dos fatos e as emissoras passam a despertar, cada vez mais, para a importância do investimento em potenciais tecnologias que refletiriam na reestruturação de padrões técnicos necessários para a rotina produtiva do momento. A época é marcada pelo uso do telefone celular nas redações e logo em seguida a incorporação de computadores com acesso à internet, como instrumentos de trabalho de apuração da notícia.

Segundo Ferrareto (2007), essa inserção estabeleceu mudanças significativas nesse processo e inaugurou o fenômeno de convergência no rádio, possibilitando a abrangência da radiofonia em um complexo midiático. Sobre o mesmo assunto, Bianco (2011) ressalta que o celular foi um instrumento que trouxe agilidade para o trabalho do jornalista e a rotina produtiva da notícia conquistou tempo e mobilidade. Já a informatização das redações e o acesso à internet concediam a possibilidade de um olhar múltiplo dos acontecimentos, disponíveis através do

¹ Sobre o assunto, consultar Ortriwano (1985, p. 98-99).

webjornalismo, além da ampliação do contato com as fontes, aumentando, assim, o fluxo informativo.

O excesso de informação abrange, desse modo, a capacidade não somente de produção e veiculação de conteúdo na forma de texto, áudio, vídeo ou foto; como também oferece uma multiplicidade de canais de acesso, o que compreende a nova lógica do rádio contemporâneo e favorece um gerenciamento prático da rotina produtiva. A digitalização dos processos comunicacionais implicou, de acordo com Lopez (2010, p. 61):

[...] mudanças substanciais na essência do trabalho do jornalista nos mais variados suportes. Todas as etapas, incluindo a coleta, o processamento e a transmissão dos conteúdos informativos passaram por uma reformulação devido às possibilidades ofertadas pelas tecnologias, pela difusão do acesso às tecnologias e às novas formas de fruição que a aproximação do público com as ferramentas propícia.

Esse (novo) público, com certo acesso à internet, passa a ser não apenas um ouvinte, mas também o que Lopez (2010) denomina de “ouvinte-internauta”. Esse contato com o ouvinte, mediado pelas ferramentas digitais, é favorecido a partir de um suporte que possibilite o diálogo entre os interagentes. A chegada do *smartphone*, como foi explanado no primeiro capítulo desta dissertação, acrescentou caminhos para a rotina jornalística. O dispositivo, no âmbito tecnológico, redesenhou as etapas de produção da notícia, aumentou o contato com o ouvinte e favoreceu que este pudesse ter um espaço amplo de participação no rádio, com a possibilidade de expressar opinião, bem como colaborar com a produção de conteúdo noticioso.

Com isso, o desenvolvimento da tecnologia garante ao radiojornalismo, com o passar do tempo, a condição de mudança na configuração, não só do meio, mas dos instrumentos de transmissão da informação radiofônica necessários para o processo de produção da notícia. Essas mutações foram importantes em cada etapa de sobrevivência do rádio, mediante os avanços de cada época. Nada obstante, Jenkins (2009, p. 47) explica que “os consumidores estão perplexos com o que interpretam como sinais confusos sobre a quantidade e o tipo de participação que podem desfrutar” na contemporaneidade. O desafio é ir além dos modos participativos tradicionais. É preciso expandir espaços que deem voz para um ouvinte que, cada vez mais, quer ser escutado, quer participar da construção do conteúdo apresentado pela emissora e quer ocupar esse espaço “privilegiado” através das mídias sociais. Para tal demanda, os produtores que não se adequarem a esse novo modelo de comunicação multimidiática podem enfrentar, segundo Jenkins (2009, p. 53), “um declínio de clientela e uma diminuição nos lucros”.

Tais discussões ainda interferem no desenvolvimento da atividade multitarefa para aqueles que são mais conservadores ou não conseguem ou não desejam aprender a usar as novas tecnologias. Nesse contexto, é importante que profissionais e empresários assumam o processo evolutivo do rádio com um olhar atualizado e com o desejo de acompanhar as demandas que são possíveis ao meio. Isso contribui para manter a relação com a audiência e alcançar um novo público. O comunicador, especialmente no século XXI, se encontra em um ambiente dinâmico, porém, complexo. É preciso dominar as técnicas, conhecer a tecnologia e compreender os distintos formatos que podem contribuir com a rotina produtiva.

Essas mudanças de ferramentas utilizadas na produção da notícia, geradas pelo próprio avanço da tecnologia, consistem também em influências que, segundo Lopez (2010), não só advém na configuração das rotinas de trabalho nas redações, como também na relação do jornalista com a informação e com o público e na definição dos critérios de noticiabilidade. A autora defende que, mediante a inserção destas ferramentas tecnológicas, “há também mudanças na construção do que é notícia, na seleção dos gêneros a serem utilizados e, em muitos momentos, de sua hibridização para atender à demanda e à necessidade de ampliação das informações” (LOPEZ, 2010, p. 92).

Portanto, como ressalta Bianco (2011), é preciso atentar para os valores-notícias, uma vez que estão intrinsecamente relacionados à rotina produtiva, que vai desde a seleção dos fatos até a divulgação da notícia, o que pode render, no rádio, a veiculação de inúmeras variações sobre o fato ao longo deste percurso da produção. Nota-se, pois, a necessidade de dialogar com às teorias do jornalismo, em especial com a Teoria do *Newsmaking* e *Gatekeeper*, ou porque não dizer, com as aplicações destas teorias na contemporaneidade.

3.1.1 A notícia no Rádio na lógica do *Newsmaking* e *Gatekeeper*

A teoria do *Newsmaking* é definida por Wolf (1999) como a lógica produtiva dos meios de comunicação e configura-se, na era tecnológica, em uma rotina com um ritmo de trabalho mais acelerado e um público cada vez mais interativo. O uso da mídia social, como parte da atuação cotidiana de uma redação jornalística, integra e influencia todas as fases do processo de produção da notícia, desde a seleção até a divulgação do conteúdo para o público. Essa ação recorrente no jornalismo, em um ambiente de convergência, exige uma atualização constante, não somente no quesito técnico, mas, ao mesmo tempo, no conceito profissional da cultura do jornalista. O processo de produção da narrativa é construído com procedimentos que permitem ao jornalista desenvolver tarefas, antes setORIZADAS, hoje multimidiáticas.

Entretanto, o processo requer algumas reflexões e uma delas é a qualidade da produção da notícia, imersa a partir do uso das tecnologias digitais. Os erros no processo de produção noticiosa podem ser intensificados. Logo, a ânsia pelo furo de reportagem aumenta, enquanto na dimensão da apuração jornalística para a divulgação em “tempo real”, muitas vezes, não acontece a devida checagem. Esta pressa torna-se ariscada quando não vem acompanhada da preocupação com a apuração, como princípio jornalístico. Isso é vestígio de um *deadline* que, com o uso da internet, acontece cada vez mais rápido, ou porque não dizer em um tempo quase inexistente, mediante o alto fluxo informacional proporcionado pela rede.

Dentro dessa perspectiva, a teoria do *Newsmaking* pode lançar caminhos para pensar essas novas configurações do *modus operandi* do jornalismo, além de ajudar a compreender que considerações devem ser levadas em conta a partir da inserção dos aparatos tecnológicos digitais nas redações. O processo de produção da notícia, segundo Wolf (1995, p. 188), articula-se, principalmente, dentro de dois limites: a cultura profissional dos jornalistas e a organização do trabalho e dos processos produtivos. Os dois eixos centrais da rotina jornalística configuram-se a partir dos acontecimentos da vida cotidiana que é fator determinante na produção da notícia.

Presente no palco desses acontecimentos, o campo de atuação do jornalismo no rádio sempre esteve ligado às estratégias discursivas e de apuração que aproximasse o ouvinte do factual. A sistematização da produção da notícia pode ser esclarecida por Wolf (1999) a partir do conceito de noticiabilidade, como o modo de selecionar conteúdos a serem divulgados em um universo de fatos que acontecem no dia a dia da sociedade. Os critérios de divulgação dessa notícia passam pelo procedimento de conhecimento do público, dos instrumentos de trabalho utilizado, do interesse econômico que move as empresas jornalísticas, o perfil editorial da emissora, entre outros. A partir desse controle, que advém dos órgãos informativos, é possível, ainda de acordo com o autor, definir o valor notícia como componente da noticiabilidade, digno de ser incluído no produto final, ou seja:

Tais movimentos começam a constituir notícia, a ultrapassar o limiar da noticiabilidade, quando se considera que se tomaram suficientemente significativos e relevantes para irem ao encontro do interesse do público ou quando dão lugar a acontecimentos planejados de propósito para irem ao encontro das exigências dos *mass media* (WOLF, 1999, p. 197).

Wolf (1999) reitera que a informação pode estar baseada a partir da perspectiva do critério substantivo que se configura a partir de dois fatores: a importância e o interesse da notícia. Ou seja, o fato só passa a ser relevante mediante a determinação de quatro variáveis: grau e nível hierárquico dos indivíduos envolvidos no acontecimento noticiável, impacto que a

informação concede sobre o interesse nacional, quantidade de pessoas que o acontecimento envolve e significatividade do acontecimento quanto a evolução futura de uma determinada situação.

Não obstante, para Erbolato (1991), a informação assume valor como notícia se for importante, controversa, dramática, geograficamente próxima, culturalmente pertinente, imediata e inusitada. Lopez (2010) explica que esses critérios apresentados por Erbolato (1991) podem ser aplicados na construção da notícia de rádio, em especial o valor do imediatismo, que é considerado como uma das características centrais do radiojornalismo. Observa-se ainda, segundo Lopez (2010), que considerar os critérios de noticiabilidade e a sua relação com o ouvinte e com as características da emissora torna-se crucial para a compreensão do processo de construção da informação neste meio de comunicação.

Na lógica da construção da notícia de rádio, a elaboração da pauta, a seleção das fontes, apuração, produção, edição e divulgação da notícia fazem parte da rotina produtiva. A redação estabelece uma organização de trabalho que articula o conteúdo por intermédio de recursos disponíveis para atuação profissional e, assim, o intenso fluxo de informação proporcionado pela própria rede exige, por parte dos profissionais, uma atenção redobrada para filtrar esse conteúdo informativo.

É a partir de Traquina (2005) que o termo *Gatekeeper* refere-se à pessoa que toma uma decisão numa sequência de decisões voltadas para a filtragem dessas informações. Surgiu, assim, a primeira teoria do jornalismo, comprovada pela academia e aplicada de modo pioneiro por David Manning White, em 1950, dando origem a uma das “tradições mais persistentes e prolíferas na pesquisa sobre as notícias” (TRAQUINA, 2005, p. 149). O processo de produção da notícia, nesse caso, passa pelo critério de avaliação do jornalista que, a partir de um entendimento de juízo de valor, indica o que deve ou não ser considerado como notícia. Com isso, “a teoria do *Gatekeeper* analisa as notícias apenas a partir de quem as produz: o jornalista” (TRAQUINA, 2005, p. 150). Assim, a teoria privilegia a notícia a partir de uma abordagem microssociológica, em um nível individual, situando a decisão do que deve ou não ser divulgado apenas na figura de quem desempenha a função jornalística, ignorando, pois, qualquer interferência macrossociológica, ou até mesmo microssociológica como a própria organização jornalística, reitera Traquina (2005, p. 151).

Wolf (1999, p. 178) até fala sobre *Gatekeeper* e assinala que White (1950) utilizou este conceito “para estudar o desenvolvimento do fluxo de notícias dentro dos canais organizativos dos órgãos de informação e, sobretudo, para individualizar os pontos que funcionam como ‘cancelas’ e que estabelecem que a informação passe ou seja rejeitada”. A

perspectiva apresentada pelo autor determina que esta teoria indica o tipo de organização do trabalho na construção da mensagem noticiosa e que, apesar de complexa, parece decisiva quanto ao produto final apresentado para o consumidor da notícia. Wolf (1999, p. 178) indica esse espaço de decisão como zonas de filtro capazes de serem controladas por sistemas objetivos de regras, através de um indivíduo ou um grupo de poder que determina se deixa passar a informação ou se bloqueia a mesma. Ainda complementa que como fator de estratégia jornalística de mercado, em alguns casos, as normas ocupacionais, profissionais e organizativas parecem ser mais fortes do que as preferências pessoais.

Sobre este tema, as pesquisas são unânimes em esclarecer que, na seleção, as referências implícitas ao grupo de colegas e ao sistema das fontes, predominam sobre as referências implícitas ao próprio público. Enquanto este é pouco conhecido pelos jornalistas e o contexto profissional-organizativo-burocrático circundante exerce uma influência decisiva nas escolhas dos *Gatekeepers* (WOLF, 1999, p. 179).

O discernimento da teoria, quando aplicada, limita o próprio trabalho jornalístico, já que o conceito de seleção da notícia, segundo Traquina (2005), minimiza outras dimensões importantes do processo de produção da notícia, privilegiando conteúdos ao nível do indivíduo e ignorando, desse modo, a própria organização. É preciso considerar a partir dessas inquietações apresentadas por Traquina (2005) o próprio conceito do que é notícia. O autor defende que “as notícias são o resultado de um processo de produção, definido como a percepção, seleção e transformação de uma matéria-prima (os acontecimentos) num produto (as notícias)” (TRAQUINA, 2005, p. 180). Ainda segundo o autor, a compreensão deste conceito também ganha embasamento quando se percebe a notícia como uma “construção social”, configurada em parâmetros que evidenciam o resultado de “inúmeras interações entre diversos agentes sociais que pretendem mobilizar as notícias como um recurso social em prol das suas estratégias de comunicação, e os profissionais do campo, que reivindicam o monopólio do saber” (TRAQUINA, 2005, p. 28).

Sendo a notícia uma “construção social” é possível perceber a relativa dimensão do poder do jornalista na formulação do conteúdo jornalístico. Dessa forma, o profissional consegue manter um lugar de interação com jornalistas de outros veículos de comunicação e, assim, interagir silenciosamente com a sociedade. Traquina (2005) evidencia que o “jornalista pode influenciar não só sobre o que pensar, mas também como pensar. Assim, os profissionais do campo definem em última análise para nós as notícias e contribuem ativamente na construção da realidade” (TRAQUINA, 2005, p. 29). Sobre esta influência, é possível observar

que quanto mais a pessoa está exposta ao conteúdo jornalístico, mais influenciada será e que essa influência é ainda maior em relação a assuntos de interesse sobre os quais as pessoas não têm tanto entendimento.

Alsina (2009) também se apropria do conceito de notícia ao defini-la como uma construção social da realidade transmitida pela mídia, a partir de uma atividade especializada. Na sua concepção, a formação da notícia precisa passar por três fases: produção, circulação e consumo ou reconhecimento. O autor acrescenta que o contexto do produto discursivo oferecido para a sociedade é uma “realidade complexa, diversa e em constante mudança” (ALSINA, 2009, p. 43).

Apesar da definição de notícia apresentar variáveis, é preciso percebê-la como um produto da indústria da informação, como aponta Alsina (2009). Para Alsina (2009), o acontecimento é um fenômeno social determinado no seio da sociedade de modo histórico e cultural. O autor complementa ainda que “cada sistema cultural vai concretizar quais são os fenômenos que merecem ser considerados como acontecimentos e quais passam despercebidos” (ALSINA, 2009, p. 115). Mediante esta função de filtro é possível, na percepção do autor, proteger o sistema de uma “sobrecarga de informação” na hora de definir o que deve ser produzido como notícia.

Na visão de Alsina (2009, p. 45), a primeira diferença que pode ser percebida na passagem do acontecimento para a formação de uma notícia “é que o acontecimento é um fenômeno de percepção do sistema, enquanto que a notícia é um fenômeno de geração do sistema”. Essa geração de sistema pode ser compreendida como um espaço mecanizado que tem uma relação direta com o cotidiano da sociedade a partir “da noção de construção da realidade social, como produção de sentido através da prática produtiva e das rotinas da organização da profissão jornalística” (ALSINA, 2009, p. 45).

Ainda sobre o conceito de notícia, Ortriwano (1985) a entende como o relato de uma série de fatos a partir do fato mais importante, e este, de seu aspecto mais importante. A autora indica ainda, a partir da visão de Nabantino Ramos, que a informação e a notícia são sinônimos, “ressaltando porém que pode-se dizer, com maior propriedade, que a informação é o conteúdo da notícia. Ortriwano (1985) indica que as notícias sofrem várias triagens de acordo com os seus critérios de interesse.

Com isso, as notícias que chegam à redação para serem selecionadas já ultrapassaram uma série de barreiras, cada uma delas representadas por diversos interesses, que podem ter origem em fatores legais, políticos, econômicos ou de simples interesse pessoal de alguém que detenha

circunstancialmente o poder de decisão naquele momento (ORTRIWANO, 1985, p. 105).

Com as tecnologias digitais, a individualização dessa decisão, ou por interesse pessoal ou por grupo de poder, reconduz, o modo de seleção do que é ou não notícia, já que essas ferramentas também concedem ao consumidor da informação a interferência no processo produtivo. Assim, é possível identificar que os moldes de produção de notícia foram alterados, apesar de manter o padrão de condução do fazer jornalístico. A competência da produção de conteúdo não é mais somente de exclusividade do jornalista, pois com chegada de novas tecnologias, a exemplo da internet, dos dispositivos móveis e *tablets*, há uma ampliação do engajamento com o próprio público, de maneira que a audiência de certa forma “garante” uma colaboração nesta rotina produtiva.

No final do século XX para o início do século XXI, a concepção da teoria do *Gatekeeper* recebe uma versão denominada como *Gatewatching*. De acordo com Bruns (2014), criador do conceito e especialista em mídias sociais e indústrias criativas, o espaço para a produção e difusão da informação não é mais limitado e a audiência tem espaço relevante na produção do conteúdo informativo. Bruns (2014, p.121) defende que:

Gatekeeping na sua forma clássica foi um resultado do sistema de produção, distribuição e consumo das notícias que existia durante o apogeu da época da mídia de massa. As práticas de *Gatekeeping* eram simplesmente uma necessidade prática: os jornais nunca poderiam oferecer mais que uma seleção com muito aperto das notícias do dia.

Na contemporaneidade, a internet cumpre um papel fundamental no discernimento da ação do *Gatewatching*, ao favorecer que o usuário realize comentários, compartilhamentos de fotos, vídeos, *links*, por exemplo, quase que em tempo real. Bruns (2011) identifica esse fator como uma nova fase no relacionamento de evolução entre jornalistas e suas audiências. O próprio autor acrescenta que, por um lado, essa é uma mudança que levou muito tempo para se concretizar, já que se destaca por favorecer um relacionamento colaborativo vindo do público; por outro lado, é preciso ter cautela mediante aquilo que é apresentado pelos usuários da notícia.

Atualmente a transição foi acelerada pela disponibilidade comum das plataformas da mídia social quase em tempo real que aceleram o ciclo das notícias mesmo além das pressões já significativas dos canais de notícias de 24 horas. O resultado é a interrupção final dos tradicionais modelos jornalísticos de *Gatekeeping*, e a mudança correspondente na direção de *Gatewatching* (BRUNS, 2011, p. 120).

O autor identifica que o antigo monopólio de *Gatekeeping* mantido pela grande mídia tem sido desafiado pela prática do *Gatewatching* “feita por blogueiros individuais e pelas comunidades de comentaristas que podem não fazer reportagem das notícias de primeira mão, porém fazem a curadoria e avaliam as notícias e outras informações fornecidas pelas fontes oficiais, e assim prestam um serviço importante” (BRUNS, 2014, p. 224). As redes sociais favorecem esse processo, já que o ambiente proporciona a divulgação e o compartilhamento de dados informativos em tempo real. Bruns (2014, p. 224) afirma que esse acesso informativo acontece cada vez mais rápido e dentro de minutos é possível, inclusive, que o produtor do *Gatewatching* consiga desacreditar uma matéria noticiosa logo depois que ela for ao ar na TV, no Rádio ou postada na web.

A inquietação de Bruns (2014) é resultado de uma lógica ligada a prática do próprio *Gatekeeping* que, em sua forma clássica, é resultado de um sistema de produção, distribuição e consumo que não consegue oferecer ao público mais que uma seleção rígida de notícias para que essas pudessem caber no espaço disponível para a divulgação de um conteúdo noticioso. Essa delimitação de tempo e espaço para a divulgação de um acontecimento já não é tão considerada com o uso da internet, que cada vez mais atualiza possibilidades de uso ampliado do seu ambiente pelo usuário, em especial através das mídias sociais. O canal do *Youtube*, por exemplo, possibilita a produção de vídeos ao vivo ou gravado em um tempo favorável ao internauta, já os aplicativos *WhatsApp* e *Telegram* não limitam a quantidade de mensagens enviadas, sejam de vídeos, imagens, texto, links ou arquivos.

Bruns (2014, p. 230) indica que a atuação desses usuários da rede não se resume em apenas serem chamados de produtores de informação, mas eles passam a ser denominados também como colaboradores da distribuição da notícia.

Os usuários envolvidos em organizar e fazer a curadoria da torrente das matérias noticiosas disponíveis e das informações que têm valor como notícias que estão atualmente disponíveis em uma multidão de canais, não tem condições de guardar – de controlar – os portões de quaisquer destes canais; entretanto, o que têm condições de fazer é de participar em um esforço distribuído e folgadoamente organizado de observar – de acompanhar – quais as informações que passam por estes canais (BRUNS, 2014, p. 230).

O autor defende que para entender a dinâmica de inserção do *gatewatching* na prática do jornalismo é preciso conhecer o lado histórico do processo. Bruns (2014) se baseia no crescimento considerável de sites alternativos a partir do ataque do 11 de setembro de 2001, nos Estados Unidos. Segundo o autor, a cobertura e a discussão do evento noticioso gerou um

certo desconforto na grande mídia devido ao medo de ser apontada como antipatriota e em virtude do grau de censura necessário para evitar a possibilidade de novos ataques. Por sua vez, jornalistas e cidadãos passaram a usar outros espaços, principalmente o ambiente virtual, para abrir um leque de discussão sobre o assunto, incluindo as sátiras noticiosas.

Bruns (2014, p. 234) defende que essa mudança era necessária não somente pela ampliação do debate frente ao 11 de setembro, mas porque “as mudanças tecnológicas e demográficas significam que a publicação de jornais está perdendo rapidamente a sua base econômica na maioria das nações desenvolvidas, onde as audiências existentes mudam para plataformas *online*”, o que exige por parte da imprensa uma adaptação de experiência e de abordagem jornalística para acompanhar as demandas de mercado. Para exemplificar tal afirmação, o autor diz que “parece improvável que os usuários que se acostumaram às notícias *online* gratuitas de repente descubram um desejo pelos jornais impressos” (BRUNS, 2014, p. 234). Ainda mais que com a plataforma digital o público tem possibilidade e interesse de ampliar a sua participação perante o veículo de comunicação não somente como um consumidor da notícia, mas como um produtor da informação.

O papel do público como consumidor-colaborador da notícia tende a continuar crescendo, já que esse é um processo do próprio mecanismo de atualização das ferramentas proporcionadas pela internet. Bruns (2014, p. 236) afirma que os jornalistas já trabalham com a possibilidade dessa “ajuda” do público, o que no século XXI passou a ser viável ao processo produtivo da notícia. O autor defende que essa prática também se deve ao fato de que no contexto empresarial há pressões comerciais que possibilitam a produção de conteúdo a um baixo custo.

O Programa “Banca de Sapateiro”, da *Rádio Jornal Meio Norte*, conta com uma participação efetiva do público por meio do aplicativo *WhatsApp*. A produção do programa se apropria da participação do seu público ouvinte para a construção da rotina produtiva. O ouvinte não só participa com opiniões ou comentários sobre diferentes assuntos, como também colabora com a construção da notícia indicando pautas de editorias de cidade, polícia, política, saúde, empreendedorismo, educação, entre outras. Seja por meio do envio de áudio, vídeo, foto, o uso do aplicativo favorece esse fluxo informativo na rotina do programa em análise. Frases como “O programa mais informativo e colaborativo do Meio Norte do Brasil” e “Mande o seu conteúdo e nos ajude a construir o programa de hoje” são sempre direcionadas pelo comunicador no início do Programa “Banca de Sapateiro”, o que indica o quanto essa troca entre emissora e ouvinte deduz interesse de ambas as partes. Enquanto a emissora economiza despesas concedendo o espaço de “repórter” ao ouvinte, que está em qualquer parte da cidade

levando informação para a rotina da rádio, sem qualquer custo financeiro, o público sente o privilégio de não só ouvir aquela rádio, mas de colaborar com o que está sendo informado pela emissora.

Com as mídias móveis, a produção jornalística procura adequar-se à audiência e ao consumo, até porque a cultura contemporânea de convergência implica diretamente na relação entre os meios e o mercado. Houve a necessidade de uma interseção do jornalismo com as tecnologias digitais e a mobilidade, abrindo novas modalidades de produção e consumo de conteúdo. De acordo com Jerônimo (2012), assim como os computadores desafiaram as redações e as rotinas de produção e a difusão da notícia, os dispositivos móveis reconfiguraram o conceito de público, que deixa de ser visto como “consumidores de massas” e passa a ser entendido como “consumidores individuais”. Outro ponto que também mudou foi em relação aos hábitos de consumo, pois a medida que o consumidor individual exige um determinado tipo de informação, num determinado momento e espaço, sentiu-se a necessidade de reconfiguração do trabalho jornalista para atender o seu público.

3.2 Jornalista multitarefa e a condição de mercado na produção da notícia

A convergência midiática, que abrange a produção de conteúdo por intermédio do texto, áudio, vídeo e fotografia, ganhou força no cenário da rotina de produção, distribuição e consumo da notícia no rádio desde a década de 1990. Essa ampliação também garantiu aos profissionais uma abrangência de demandas e, conseqüentemente, uma polivalência de trabalhos desenvolvidos. Esta condição de mercado proporcionou ao jornalista uma maior carga horária, assim como uma cobrança por produtividade.

O profissional, a partir do uso do *smartphone*, por exemplo, além da ligação, realiza gravação de áudio, faz imagens, edita material do próprio celular com auxílio de aplicativos, entre outras funções. Com o uso da internet essas funções são ainda mais estendidas. É possível acessar redes sociais, *sites*, manter contato com fontes informativas através de aplicativos de mensagens *online*, realizar entradas ao vivo em programas de TV com imagens em tempo real, fazer publicações nas mídias digitais, assim como outras atividades jornalísticas. No rádio, Kischinhevsky (2016, p. 54) indica que “os repórteres de emissoras do segmento *all-news* chegam a entrar no ar, num único dia, com até 30 notas curtas e passam também a gravar e a editar as próprias reportagens sem a ajuda de um editor ou de um operador, sendo cada vez mais responsáveis pelo produto final”.

A infinidade de ofertas a partir da mobilidade e da portabilidade traz agilidade ao trabalho jornalístico, que preza pelo imediatismo e instantaneidade. Isso é vestígio de um *deadline* que, com o uso da internet, acontece cada vez mais rápido, ou porque não dizer em um tempo quase inexistente, mediante o alto fluxo informacional proporcionado pela rede.

A demanda de produção exige que o jornalista assuma uma função multimidiática e não desempenhe mais o seu papel de forma setorizada, durante a construção do processo noticioso, que vai desde a produção até a divulgação do conteúdo. O uso das ferramentas digitais até pode favorecer o trabalho jornalístico, como aponta Lopez (2010, p. 39) ao destacar algumas das tecnologias disponíveis que auxiliam o profissional em seu dia-a-dia, como GPS, a tecnologia 3G (atualmente 4G) para coleta de informações textuais, sonoras e imagéticas, o acesso a bancos de dados etc. A autora assinala ainda que:

Desde a produção até a edição feita no palco dos acontecimentos e enviada via internet para a redação ou diretamente para o site da emissora, as tecnologias assumem hoje um papel de revisoras do fazer jornalístico em rádio. As distintas etapas do processo ficam mais organizadas, rápidas e facilitadas para o comunicador, atribuindo agilidade ao seu trabalho (LOPEZ, 2010, p. 39).

Entretanto, apesar de a rotina ganhar uma nova roupagem e ser potencializada com o uso de ferramentas que tenham acesso à internet, essas vertentes também modificam o tempo dedicado ao trabalho, que, na contemporaneidade, chega a ultrapassar a carga horária do jornalista. Neste contexto, Costa (2018, p. 37) apresenta que “a insegurança jurídica e a inexistência de uma lei trabalhista que projeta o profissional de abusos laborais por parte da respectiva empresa em tempos convergentes precisam ser discutidas, exatamente pela ausência de uma regulação oficial”. A rotina em um ambiente convergente provoca, segundo o autor, uma sobrecarga de trabalho, muitas vezes, não remunerada de modo justo e coerente aos profissionais da área.

Em muitos casos, o jornalista chega a usar o seu próprio aparelho de celular para realizar atividades referentes a sua profissão. O uso do *smartphone* pessoal faz com que a rotina jornalística seja estendida além redação. O produtor do programa “Banca de Sapateiro” é exemplo dessa rotina ampliada. Renan Lopes (2021) afirma que todas as vezes que pega no seu celular durante o dia tem sempre alguma informação relevante que pode ser usada na rotina produtiva do programa, seja através de mensagens de *WhatsApp*, seja por meio de outras mídias sociais. A disponibilidade de acesso a essas redes em qualquer horário facilita o contato com as fontes em tempo integral, mas desgasta fisicamente e mentalmente o profissional. Renan Lopes

(2021) relata que “é como se a gente não conseguisse se desligar da atuação jornalística. Já faz parte da rotina diária, apesar do cansaço que causa. O importante é ter a oportunidade de acesso ao entrevistado, mesmo que seja no tempo dele”

O âncora do programa “Banca de Sapateiro” também tem o hábito de atuar fora do ambiente de trabalho através do aplicativo *WhatsApp*. Arimatéia Carvalho (2021) explica que é comum receber mensagens de texto, de áudio e de vídeo no seu próprio celular a qualquer hora do dia e “fazer daquela oportunidade um acesso de produção para o dia seguinte”. A repórter Rannielly Veloso, correspondente da emissora em Brasília (DF), também concorda com os colegas quando esclarece que os grupos de *WhatsApp* que são importantes para o desempenho das suas atividades estão todos ligados ao seu número de telefone pessoal. Ela comenta que “chega ser impossível não olhar as mensagens desses grupos durante o dia” e acrescenta que “a questão não é apenas visualizar o conteúdo da mensagem, mas respondê-las fora do seu horário de trabalho”.

Bertolini (2017) indica que esta reconfiguração de mercado de trabalho para o jornalista é mais evidente no Brasil no início dos anos 2000 e que, desde então, é preciso, cada vez mais, compreender o trabalho do jornalista multitarefa, com todas as suas complexidades. O autor aborda que o avanço da convergência nos meios de comunicação, através das tecnologias digitais, também influencia na reordenação dos negócios das grandes empresas de mídia, já que estas precisam estar atualizadas dentro do contexto da diversificação de aparatos tecnológicos importantes no processo de produção da notícia. Isso impacta diretamente na rotina do jornalista, já que este também precisa acompanhar a demanda para se manter no mercado. Bertolini (2017, p. 214) considera que “o resultado desta reordenação do perfil profissional e do mercado de trabalho, para citar exemplos básicos, são jornalistas com excesso de trabalho, isolados do convívio familiar e dos amigos, inseguros no emprego, desrespeitados em direitos trabalhistas e enfraquecidos como categoria”.

A exacerbada rotina do jornalista do século XXI ficou ainda mais evidente com a pandemia da Covid-19, presente mundialmente a partir do ano de 2020. Jornalistas precisaram dedicar um tempo maior de trabalho para atualizar informações a respeito de um vírus desconhecido, com um alto índice de contágio e com casos que levavam a morte.

Para Ferreira (2020, p. 2), “a pandemia trouxe mudanças de formatos, locais de trabalho e alterações das mais diversas dinâmicas de trabalho dentro das relações”. Alguns jornalistas precisaram trabalhar de *home-office*, utilizando dos seus próprios instrumentos pessoais para atuar na área ou até mesmo comprar equipamentos, via internet, por exemplo, para levar um conteúdo com uma qualidade melhor. Outros continuaram atuando de modo

presencial arriscando a própria vida nas redações. Ferreira (2020, p. 1) indica que ao menos nove jornalistas haviam morrido em decorrência do Coronavírus até outubro de 2020, sendo que dois deles eram do SBT Rio de Janeiro, após a emissora constatar um surto da doença entre os profissionais. De acordo com a autora, “no Rio de Janeiro, o SBT pediu que o *compliance* do Grupo Silvio Santos investigasse se a direção obrigou funcionários a trabalharem mesmo com sintomas de Covid-19 depois da morte do editor de imagem José Augusto Nascimento Silva, de 57 anos, infectado com a doença”.

Sintomas de estresse, ansiedade, insônias, síndrome de Burnout, entre outros, aumentaram entre os profissionais de jornalismo após o aparecimento da doença. Segundo Ferreira (2020, p. 3), “a curva ascendente de profissionais com perfis excessivamente estressados e ansiedade elevada mostram o ambiente de ‘alta pressão’ em que trabalham os jornalistas que lidam com o noticiário diário nas grandes empresas”. A autora cita Maslach Burnout Inventory para explicar que há seis gatilhos que ajudam no desenvolvimento de um “estresse crônico”, a saber: sobrecarga de trabalho, falta de controle sobre as tarefas; falta de recompensa (econômica ou social); pouco de senso de comunidade; ausência de justiça e conflito de valores. De acordo com Ferreira (2020, p. 4), esses gatilhos têm relação direta entre o trabalho do jornalista e a crise de credibilidade do campo.

O excesso de trabalho garante quantidade de material, mas pode gerar uma baixa qualidade na informação noticiada. Isso se deve ao que Ferreira (2020) chama de “discurso da flexibilidade empresarial”, que é capaz de adotar conceitos de “descentralização” de funções e o uso da “mobilidade” como garantia de informação imediata e agilidade no processo de produção. Ferreira (2020, p. 7) defende que dentro do ambiente das redações, a partir do uso das redes sociais e aplicativos digitais, alguns comportamentos já se tornaram naturalizados durante a rotina produtiva da notícia. A autora cita, por exemplo, que jornalistas precisam ou tentam acompanhar todo o ciclo de um noticiário 24h em um fluxo ininterrupto de informação e sobrecarga de trabalho. É visto que os profissionais usam seus celulares com muita frequência durante o dia para mandar mensagens para editores, fontes, público, além de monitoramento de redes sociais, *e-mails* e *sites*. Outro ponto é que não se tem horário para cumprir a rotina jornalística estando dentro ou fora da redação, o que leva o jornalista a sentir dificuldades de se desconectar do trabalho. Outra questão levantada pela autora é que os profissionais aceitam trabalhar nesse ritmo frenético, sem liberdade editorial ou segurança na publicação dadas a condição de mercado. A falta de tempo, o desgaste profissional e emocional e a vida intensa de um jornalista faz dele o produtor e o produto da informação.

É visível que a setorização de funções que definiam com propriedade o processo de produção da notícia, até o final do século XX, antes do avanço do uso da internet nas redações jornalísticas, favorecia a um desgaste menor na rotina do profissional. No rádio, por exemplo, a prática jornalística era desenvolvida com funções específicas para se chegar a divulgar a mensagem radiofônica. Ortriwano (1985, p. 100) assegura que, de maneira geral, essa divisão de função, encontrada no departamento de jornalismo das emissoras, precisava ser respeitada para que a informação do rádio fosse eficiente. Ainda segundo a autora, funções como as de radioescuta, redator, editor de reportagem, editor-chefe, chefe do departamento de jornalismo, assistente de chefia de reportagem, pauteiro, repórter, comentarista, apresentador, analista, dentre outras, faziam parte dessa divisão de funcionalidade da rotina produtiva de uma emissora de rádio.

Já no desenvolvimento da atividade profissional contemporânea, as empresas notificam o interesse em contratar jornalistas que desenvolvam mais de uma atividade, mesmo que estejam recebendo um salário referente ao desempenho de uma única função. No programa "Banca de Sapateiro", da *Rádio Jornal Meio Norte*, o repórter que vai cobrir uma pauta para a TV, também precisa entrar ao vivo no programa de rádio para noticiar o fato. Enquanto a pessoa responsável pela produção do programa, quando necessário, entra no ar para apresentar aquilo que está sendo divulgado como informação nas redes sociais, bem como editar algum áudio ou vídeo que precisa de ajustes antes de ser divulgado. O apresentador do programa, Arimatéia Carvalho, tem a função de comandar um programa que é tanto para o rádio como para a TV. Com a criação da *TV Rádio Jornal Meio Norte*, a função dos integrantes é ampliada para o fornecimento da informação entre as mídias.

A repórter Rannielly Veloso é correspondente do Sistema Meio Norte de Comunicação em Brasília (DF). Ao observar as participações da jornalista no Programa "Banca de Sapateiro" e ao acompanhar a sua rotina na capital federal é possível entender que ela desempenha, no mínimo, quatro funções para o cumprimento da rotina produtiva: produtora, repórter, cinegrafista e motorista. Rannielly Veloso tem como espaço de redação o Comitê de Imprensa do Senado Federal e tem contato com outros jornalistas de grupos nacionais como *Globo*, *SBT*, *Record*, *Band*, entre outros. Logo no início da manhã, a jornalista realiza contato com todos os parlamentares do Piauí para saber se há novidades sobre algum projeto de lei, ou qualquer outra demanda de responsabilidade de um político. Após fazer essa "ronda", acontece a elaboração das pautas e, com isso, a marcação de entrevistas, solicitação de vídeos ou gravação de alguma sonora com o objetivo de repercutir na *Rede Meio Norte*. Rannielly Veloso vai ao encontro dos entrevistados, monta o seu próprio equipamento composto por um tripé, três microfones

(direcional, lapela e boom) e um suporte para colocar um *smartphone* *IOs*, utilizado como câmera.

No contexto da rotina produtiva do jornalismo do século XXI, onde acontece uma contenção de gastos a partir da potencialidade oferecida pelas tecnologias digitais, a função desempenhada por Ranielly Veloso é denominada como “videorepórter”. Para Thomaz (2007, p. 15) a denominação videorepórter ou videojornalista “atende a uma das grandes experiências do mercado no século XXI: ser multifuncional.”. De acordo com a autora, esse profissional tem a capacidade “de produzir sozinho uma reportagem para a TV, sendo responsável por inúmeras ou todas as etapas do processo de criação”. Apesar do conceito adotado para o jornalismo na era das tecnologias digitais apresentar facilidade, dinamicidade, criatividade e benefícios para a indústria da televisão, o profissional se sobrecarrega de funções que antes eram setorizadas. Segundo Thomaz (2007, p. 15), as empresas chegam a substituir uma equipe inteira para que apenas uma só pessoa realize todas as atividades. Ranielly Veloso, por exemplo, é responsável tanto por organizar os equipamentos necessários, como se deslocar com o seu próprio veículo para os locais de pauta, produzir, editar e apresentar a notícia, como está ilustrado na figura 5.

Figura 5: Rotina produtiva da videorepórter



Foto: Instagram da jornalista

Para o programa “Banca de Sapateiro”, a jornalista Rannielly Veloso realiza em média duas a três participações ao vivo sempre com uma linha editorial voltada para a política nacional e regional. Além de parlamentares do Piauí que atuam em Brasília, Rannielly Veloso também realiza entrevistas com representantes dos ministérios, do Supremo Tribunal Federal, com governadores, senadores e deputados federais de outros Estados. Na figura 6, a jornalista entra ao vivo, direto da Câmara dos Deputados, para entrevistar o deputado federal do PT-Piauí Merlong Solano.

Figura 6: Participação da correspondente no Programa “Banca de Sapateiro”



Foto: Liana Nunes

A introdução das tecnologias digitais nas redações e nas mãos dos jornalistas pode evidenciar um caminho a rotina profissional de um jornalista, mas induz uma aceleração no processo de informar o público que pode gerar resultados não satisfatórios para a produção da notícia. No rádio, essa vertente pode ganhar uma causa ainda mais preocupante, uma vez que o meio se baseia na instantaneidade da informação. Sobre esta questão, Castro e Bruck (2013, p. 67-68) afirmam que “a condição do ao vivo colocou a instantaneidade para o rádio como uma obrigação” e apontam também que “a busca dessa instantaneidade tem um preço: o risco de erros muitas vezes graves e prejudiciais aos envolvidos na notícia e aos ouvintes”.

Analisando as práticas jornalísticas e a rotina produtiva do programa “Banca de Sapateiro”, pode-se destacar a produção do programa do dia 24 de janeiro de 2020, quando um ouvinte encaminha um vídeo para o *WhatsApp* da emissora, divulgado por volta de 11h45min, onde constam imagens de um acidente na Av. Marechal Castelo Branco, zona Sul de Teresina-PI, envolvendo um motociclista. O vídeo, além das imagens, também contava com uma narração feita pelo ouvinte com a seguinte informação: “Ari, acaba de acontecer um acidente aqui. Um motociclista se desgovernou, bateu em um poste, está estirado no chão e morreu”. O

apresentador do programa reforça a informação, narra as imagens do vídeo e confirma o fato no ar de acordo com o conteúdo das imagens encaminhadas. Às 13h11min, no programa do mesmo dia, a equipe da *TV Meio Norte* retoma a pauta mediante a informação dada por este mesmo ouvinte, entra ao vivo na *Rádio Jornal Meio Norte* noticiando que a vítima está viva e recebendo atendimento médico.

O caso analisado a partir da realidade da rotina produtiva do “Banca do Sapateiro” configura o risco da velocidade da informação na mídia pelo jornalismo e a necessidade de uma apuração adequada no âmbito do processo de construção da notícia, que deve ser própria da competência do jornalista, mesmo que este precise atender as necessidades da divulgação do conteúdo de modo instantâneo. É um desafio para quem trabalha em uma redação, visto que os jornalistas precisam lidar com um grande volume de mensagens enviadas para o celular do programa, uma vez que não só as fontes de informação foram ampliadas, como ainda se colocam no papel de produtora de informação.

Ao mesmo tempo que o profissional aumenta a jornada de trabalho dentro do cenário de convergência, ele também precisa obter uma maior responsabilidade de condução do trabalho, em virtude de se relacionar com um público cada vez mais presente e participativo na divulgação da informação. Jerônimo (2013, p. 372) assinala que essa “situação cresceu ainda mais com a aparecimento dos dispositivos móveis, que integram o escrever, fotografar, filmar e partilhar. Qualquer pessoa, a qualquer momento e em qualquer lugar o pode fazer”. Vale ressaltar que esta dissertação não tem a intenção de discutir a atribuição do cidadão com o “papel de jornalista”. Entretanto, é importante destacar que a audiência não é apenas o que Jerônimo (2013) define como “consumidores de massa”; mas, sim, “consumidores individuais”, que a partir do uso de dispositivos móveis desafiam a rotina produtiva da notícia.

Outro ponto que também mudou foi em relação aos hábitos de consumo, pois a medida que o consumidor individual exige um determinado tipo de informação, num determinado momento e espaço, sentiu-se a necessidade de reconfiguração do trabalho do jornalista para atender o seu público, ou seja:

[...] um desafio não só ao nível da produção como da recepção. Se associarmos a crescente adesão ao aumento da taxa de penetração dos *smartphones*, então teremos um meio de excelência para a partilha de informação. As fontes jornalísticas passam a ser aos milhões, na medida em que a qualquer momento, qualquer pessoa em qualquer lugar pode ser a testemunha privilegiada de um qualquer acontecimento noticiável. Uma simples fotografia ou vídeos registrados com um telemóvel e partilhados no *Facebook* ou *Twitter*, são conteúdos para o jornalista verificar, contextualizar e divulgar. E essa

divulgação, a título profissional, individual ou coletiva (media), dar-lhe-á o *selo* de credibilidade que o público precisa (JERÔNIMO, 2013, p. 365).

Jerônimo (2013) toca numa questão muito cara ao jornalista que desempenha o seu papel na contemporaneidade. Atualmente, qualquer pessoa pode informar; ao tempo em que credita ao jornalismo o caráter de dar o “selo de credibilidade” ao que o cidadão comum compartilha. Essa questão vem sendo problematizada desde o final do século XX quando se observa o avanço da internet nas redações jornalísticas. Ramonet (1999, p. 56) é um dos autores que questiona: “[...] se cada cidadão se torna jornalista, o que restará propriamente aos jornalistas profissionais?”, uma vez que a função do jornalista parece desaparecer com o protagonismo do cidadão. Partindo do princípio da relação informacional organizada em três polos – o evento, o jornalista e o cidadão –, o autor aponta que o papel do jornalista de verificar, filtrar e analisar o evento antes de transmitir uma notícia ao cidadão desaparece, pois, “os meios de comunicação (imprensa, rádio, TV) procuram colocar o cidadão diretamente em contato com o acontecimento” (RAMONET, 1999, p. 60).

Sobre o jornalismo, Ramonet (1999, p. 53) também avalia que a “irrupção das novas tecnologias (informatização total, digitalização, Internet) revolucionou radicalmente – talvez mais do que em qualquer outra profissão – o modo tradicional de trabalhar. E isso em prazos extremamente curtos”. Na era digital, há superabundância da oferta de notícias, o que nem sempre é acompanhada da qualidade do conteúdo. Por isso, reivindica um papel ativo do cidadão na busca de informações, visto que ele é igualmente responsável pelo o que a mídia transmite. E o jornalista aparece apenas como um vínculo entre o evento e o cidadão, em razão de não ter mais tempo para filtrar, verificar e comparar informações no interesse de dar primeiro a notícia.

A “revolução” causada pelas tecnologias digitais não colocou totalmente em xeque o lugar de verdade e de credibilidade do jornalismo. Tanto é que cabe ainda a ele o lugar de noticiar com “selo de credibilidade” os fatos selecionados do cotidiano social ou enviados pelo cidadão, tendo como critérios a linha editorial do jornal e os interesses da empresa. Esse lugar de verdade parece ocupar o “Banca do Sapateiro” quando o ouvinte recorre ao programa para que seja confirmado ou não informações que circulam nas redes sociais e/ou nos grupos de mensagem de *WhatsApp*. Numa sociedade marcada pela produção e circulação de *fake news* pela internet, redes sociais e aplicativos de mensagens, o jornalismo tem reivindicado e atribuído para si o lugar de checagem da informação. É o jornalismo ainda quem valida a informação, paradoxalmente num momento em que a produção da notícia pela redação

jornalística se faz numa velocidade que nem sempre possibilita ao profissional maior tempo para confirmar e se aprofundar no assunto publicado como notícia.

Não obstante, Alsina (2009, p. 46) afirma que “o processo de construção da realidade social, depende completamente da prática produtiva do jornalismo”, mesmo quando esse princípio vem sendo construído, na contemporaneidade, com alguma inviabilidade de ordem natural. O autor defende “que os jornalistas têm um papel socialmente legitimado e institucionalizado para construir a realidade social como realidade pública e socialmente relevante” (ALSINA, 2009, p. 46-47).

3.2.1 Contexto mercadológico com a evolução da tecnologia nos meios de comunicação

Mediante o contexto da rotina produtiva da redação jornalística e o avanço das tecnologias digitais, como espaços de aproximação com o público, é possível observar que as empresas de comunicação agregam valor estratégico de mercado. O potencial comunicativo proporcionado com o surgimento da internet gera interesse de capital e ao mesmo tempo ganha contenção de gastos para a empresa quando há visão de investimentos na compra de ferramentas que garantam acesso rápido as informações.

De acordo com Meditsch (2007, p. 97-98), a “codificação”, quando operada em função do público-alvo, representa boa estratégia mercadológica, “na medida em que permite uma identificação com o público a partir de um baixo custo de produção”. Essa estratégia também é beneficiada quando acontece o avanço de ferramentas tecnológicas que facilitem e ampliem o diálogo com as fontes de informação. O uso do *smartphone* é um aliado nessa oportunidade de diminuição de despesas para a empresa ao proporcionar aplicativos de mensagens que ampliam a comunicação através do envio de áudios, fotos, vídeos e documentos que, por vezes, “comprovam a informação” que está sendo concedida. Meditsch (2007, p. 116) indica que a “telefonia móvel celular e a telefonia direta por satélite romperam os últimos obstáculos à mobilidade da produção e dispensaram a necessidade de instalação de sistemas próprios de radiocomunicação com os repórteres”.

Com o acesso à internet, jornalistas e fontes conseguem se comunicar de modo *online* com uma maior facilidade. As fontes podem ser ouvidas e localizadas independente do tempo e do espaço, os repórteres, por exemplo, ao saírem para uma pauta externa conseguem interagir com a equipe de produção, aprofundar o conteúdo através de um *link*, receber novas informações sobre o acontecimento, com a ajuda de recursos da telefonia móvel. Isso favorece

o tempo de produção e, conseqüentemente, diminui custos para a empresa, em especial quando a rádio trabalha em caráter de informação de serviço.

Apesar dessa “facilidade” proporcionada na rotina produtiva da notícia através do uso dessas potenciais ferramentas, Costa (2008, p. 39) explana que “em nome da busca pelo lucro das empresas está sendo negada a oportunidade de pensar profundamente e imposta a obrigação de raciocinar de modo superficial a instantaneidade da veiculação da informação”.

Pereira (2004) caracteriza este contexto a partir da denominação “repórter sentado”. De acordo com o autor, os veículos de comunicação têm interesse em “investir na produção de informações a partir do material de agências de notícias, da adaptação de *releases* e avisos de pauta enviadas pelas assessorias de imprensa” (PEREIRA, 2004, p. 96). Essas informações chegam até a redação via e-mail e, atualmente, com mais ênfase, através do aplicativo *WhatsApp*. Entretanto, o interesse na obtenção dessas informações proporcionadas pelas fontes, conforme Pereira (2004), não surgiu apenas com o advento da internet. Jornais impressos e emissoras de rádios, desde o recebimento de cartas, telegramas, telefonemas etc. têm as fontes de informação como parceiras no processo de produção da notícia. Contudo, com o avanço das tecnologias da informação e da comunicação esses espaços de diálogos foram ampliados e favoreceram o tempo e o espaço do mercado produtivo da notícia.

É possível identificar que o Programa “Banca de Sapateiro” realiza boa parte do processo produtivo da notícia no espaço interno do ambiente de trabalho. A participação “ao vivo” de estagiários ou dos jornalistas “direto da redação” para “ler” notícias de *sites* compreende um ganho para o fechamento do tempo do programa e, conseqüentemente, a ausência do profissional no campo da notícia. O aproveitamento dessa ação favorece os custos de mercado, uma vez que mantém o profissional “sentado” no quesito da produção noticiosa.

Outro exemplo que contribui na diminuição de gastos para a emissora é que o programa faz uso do aplicativo *WhatsApp* como plataforma importante para a produção de notícias. É a partir deste aplicativo que a produção recebe o material das assessorias de imprensa, mantém contato com as fontes oficiais e conta com a participação colaborativa e interativa do ouvinte. Lopez (2010, p. 106) diz que “o jornalismo lida sempre com relações de interesses e pontos de vistas. Por isso, a necessidade de cruzamento constante de fontes de informação e de complementariedade de dados na apuração jornalística”. O acesso a essas fontes se dá com facilidade a partir do uso de instrumentos de comunicação, como o *WhatsApp*.

A adoção do aplicativo de mensagens provocou novas práticas na rotina produtiva do radiojornalismo, pois com o uso dessa plataforma o processo da informação é realizado praticamente no tempo da notícia. É durante a transmissão do programa “Banca de Sapateiro”

que o locutor Arimatéia Carvalho, juntamente com o auxílio do produtor do programa, monitora as informações que recebe, responde as mensagens, filtra o material fornecido e decide o que vai colocar ou não no ar. Além disso, o uso do *smartphone* e do aplicativo *WhatsApp* promovem novas formas de produção da notícia, seja no momento da marcação de entrevistas para o estúdio; seja no contato com o repórter da externa, para entrar com informações ao vivo; seja no contato com as fontes oficiais, além de acompanhar o programa para qualquer eventual necessidade do próprio locutor, sem necessariamente precisar da presença física no local do acontecimento que merece ser noticiado.

De acordo com Bolaño e Vieira (2012, p. 5), “o desenvolvimento tecnológico, que resultou na criação da internet, foi apenas o primeiro passo para estabelecer um novo modelo rentável baseado num modelo já conhecido pela Indústria Cultural: o da produção da mercadoria audiência”. Antes da era digital, as emissoras de comunicação não tinham tantas possibilidades de rastrear e reunir muitas informações dos seus consumidores. Na contemporaneidade, o consumidor, através das plataformas digitais, oferece uma ampliação de contato com a emissora, o que favorece o “rastreamento, armazenamento e exploração” (BOLAÑOS; VIEIRA, 2012, p. 5) do contexto informativo favorecido pela audiência.

Para explicar que o público conectado gera valor rentável para a empresa, Bolaños e Vieira (2012, p.10) utilizam como referência Fuchs (2012), com o objetivo de apresentar duas formas para que a ação exploratória de usuários aconteça. A primeira envolve o aproveitamento do conteúdo produzido pelo usuário como matéria-prima para a rotina produtiva. A segunda revela o monitoramento do uso das ferramentas que estão dispostas no mercado e atrai o interesse de uso do consumidor. Com o uso dessas ferramentas, tanto pela empresa de comunicação, como pela audiência, é possível que a emissora garanta uma melhor captação de informação concedida pelo público.

Manter o público presente e também atuando como colaborador da informação através da indicação de pautas, sugestões e envio de conteúdo, traduz um movimento laboral intenso, dinâmico e ao mesmo tempo com uma produção efetivamente realizada no espaço interno de uma redação. Com a presença ativa da audiência no palco do acontecimento, não há mais tanta necessidade, por exemplo, do deslocamento de jornalistas no local do fato para confirmar a informação e, conseqüentemente, produzir a notícia. Com a ampliação da participação do público, a empresa jornalística também pode diminuir o custo com contratos de profissionais da área, visto que o número reduzido de jornalistas deve, com o uso de instrumentos digitais, atender a demanda de produção quando se recebe o apoio colaborativo do público.

O alcance proporcionado pelas ferramentas digitais redireciona o contato com a audiência, em virtude deste público também já estar inserido no ambiente digital. A partir dos aparatos tecnológicos, a audiência que, por vezes, colaborou de modo tímido na produção noticiosa, passa agora a ampliar a interação com os meios de comunicação e deseja, cada vez mais, participar do processo de produção do conteúdo informativo. O público conectado apresenta, mediante o uso das redes sociais, fatos do seu cotidiano, em qualquer hora e de qualquer lugar de uma cidade, que podem ser transformados em notícia, alterando rotinas e demarcando novas estratégias jornalísticas.

3.3 Audiência no rádio contemporâneo

A participação do público ouvinte do rádio sempre se fez presente na sua história. Desde a emissão de cartas, telegramas, telefonemas etc., como já foi assinalado, o público contribuía para a audiência e/ou na produção dos programas radiofônicos. No século XXI, com a inserção das tecnologias digitais no processo comunicacional, o ouvinte passou a interagir por meio de aplicativos e mídias sociais, ampliando o contato com a emissora. Isso favoreceu, tanto para emissora como para audiência, um espaço com maior visibilidade e acesso rápido as informações, o que facilita a circulação e produção de conteúdo.

O rádio garante o critério de proximidade desde o seu surgimento e cumpre este papel a partir do investimento em tecnologia, profissionais e estruturação de programação, com o objetivo de conquistar o seu público mediante a ampliação de espaços de diálogo e apresentação de conteúdos plausíveis a audiência. Neste contexto, Cebrián Herreros (2007, p. 12) defende que diante das mudanças que se destacam pela ampliação de conteúdos radiofônicos, há também uma modificação no próprio modelo de comunicação. O autor apresenta que esse processo vai “da difusão à comunicação, ao diálogo e usos compartilhados com a audiência de informações, experiências e relatos. É uma mutação que dá entrada a outras modalidades de relações com a audiência até permitir o intercâmbio de processos interativos” (CEBRIÁN HERREROS, 2007, p. 12).

As emissoras de rádio investem em espaços de troca de fala com o ouvinte como estratégia de aproximação, mas também o constitui como uma boa fonte de informação. No *Dicionário de Jornalismo e Publicidade*, Erbolato (2001, p. 155) define fonte como uma pessoa que pode transmitir ao jornalista, pessoalmente ou através de uma ferramenta de comunicação, alguma informação sobre um determinado acontecimento. O conceito também é definido por

Pinto (2000, p. 278), ao indicar que “as fontes são pessoas, são grupos, são instituições sociais ou são vestígios – falas, documentos, dados – por aqueles preparados, construídos, deixados que remetem interesses e pontos de vista em quadros espaço-temporalmente situados”. Outra autora que trata dessa questão é Rutilli (2014, p. 53), que entende que “as fontes têm suas estratégias e interesses para divulgar fatos ao público e aos jornalistas”. Rutilli (2014) ressalta ainda que esse diálogo entre fontes e jornalistas pode ser destacado mediante as atividades desenvolvidas por meio das assessorias de imprensa, porta-vozes, como também a participação da própria audiência. Essa troca tende a gerar um processo institucional e profissional ao creditar confiança tanto entre quem pede a informação, como para quem concede o conteúdo.

Nesta perspectiva, considerando a finalidade do processo produtivo da notícia no rádio, Ferraretto (2001, p. 195) amplia a discussão ao dividir o conceito de fonte em duas categorias: “as internas, aquelas que a própria emissora estrutura e mantém, e as externas, às quais a empresa de radiodifusão está vinculada por sua função como meio de comunicação de massa”. Para uma melhor compreensão, o autor subdivide essas categorias exemplificando qual das duas diferenciam os tipos de fontes. Assim, as internas podem ser caracterizadas pelas equipes de reportagem, enviados especiais e correspondentes. Enquanto as externas são consideradas a partir de informações repassadas por ouvintes, agências de notícias, outros veículos de comunicação e a internet.

Sobre o mesmo assunto, Lopez (2010, p. 106) categoriza as fontes do radiojornalismo em três níveis de dinamismo da informação jornalística, no que diz respeito a apuração e às ferramentas: nível primário, nível secundário e nível terciário. No nível primário, a autora explica que são consideradas fontes as pessoas consultadas durante o desenrolar do acontecimento, em especial quando o jornalista realiza a apuração em campo, adensando a abordagem do evento de acordo com o seu desenvolvimento. Enquanto o secundário é estabelecido a partir de fontes que podem analisar o acontecimento e que são consultadas via telefone. Já as fontes do nível terciário apresentam informações sobre algum acontecimento diretamente para a redação sem necessariamente precisar da confirmação do jornalista. Essas informações chegam, por exemplo, através de outros meios de comunicação, agências de notícias, assessorias de imprensa ou pelo próprio ouvinte.

Sendo o público uma fonte de informação, é, pois, concedida à audiência o poder de agir como fornecedora de dados e referências que colaborem com a prática redacional no jornalismo de rádio. Neste sentido, Lopez (2010, p. 112) pontua que “o papel do público não se restringe a audiência e o ouvinte participa, a cada dia mais, ativamente da programação. Tanto a participação emitindo opinião, quanto a interação através do contato com a equipe de

produção, sugerindo pautas”. A autora reforça ainda que esse contato entre emissora e ouvinte tem se potencializado a partir do uso do telefone celular e, de modo mais recente, da utilização de aplicativos de mensagens instantâneas, através do acesso à internet por meio do *smartphone*. Não obstante, “as ferramentas de interação são utilizadas pelas emissoras muitas vezes na programação ao vivo, buscando um contato imediato, seja para complementação das notícias ou, ainda, para correção de informações erradas transmitidas no programa”, reitera Lopez (2010, p. 113). A internet é a grande aliada para facilitar esse contato com as fontes no século XXI. Mas, também, vai além disso. Segundo Lopez (2010, p.115), “o uso da rede como fonte de informações é uma estratégia legítima e interessante nos dias atuais, quando o volume de dados disponível na internet é crescente”. E a facilidade de acesso através da internet, por meio de aparelhos digitais, permite ainda mais uma ruptura de barreiras que no século XX era mais difícil de transpor pelo radiojornalismo.

Na apresentação do programa “Banca de Sapateiro”, da *Rádio Jornal Meio Norte*, a participação do ouvinte é constante através do aplicativo *WhatsApp*, em grande medida para solicitar que órgãos do governo ou prefeitura solucione algum caso pessoal ou da localidade que reside, indicar (pautar) um acontecimento da cidade, bem como apoiar ou contestar as informações apresentadas pelo âncora do programa. Além disso, o ouvinte também colabora na complementação de informações e com denúncias. Neste período de crise sanitária e das medidas de distanciamento e isolamento social em decorrência da pandemia da Covid-19, por exemplo, denunciam a aglomeração de pessoas em bares, bancos e empresas particulares de Teresina, como foi registrado no programa do dia 20 de março de 2020, após o segundo decreto de isolamento social estabelecido pelo Governo do Piauí, como medida preventiva do novo Coronavírus.

Lopez (2010, p. 113) assegura que o uso dessas plataformas de conversas instantâneas, como o *WhatsApp*, faz com que “o ouvinte deixe de lado sua postura passiva e abre-se o caminho para o estabelecimento de uma lógica bilateral na comunicação radiofônica”. A autora apresenta esse contexto a partir da denominação “ouvinte-repórter”, que integra o público e o demarca como agente na transmissão dos acontecimentos para a produção ou apresentação de um programa de rádio, tornando-o colaborador da rotina produtiva da notícia.

O âncora do “Banca de Sapateiro”, Arimatéia Carvalho, denomina a atuação colaborativa do ouvinte durante a apresentação do programa como “repórter-itinerante”. Essa definição se estabelece por meio da relação que o jornalista busca ter com o ouvinte durante o programa. Ou seja, o cidadão que transita pela cidade, a qualquer momento, pode presenciar um acontecimento e através do celular pode não só registrá-lo como enviar para o jornalista

para transformá-lo em notícia. Esse chamado se faz pela convocação do público que é fiel nas participações do programa a fim de que o ouvinte envie através do *WhatsApp* informações sobre determinado assunto que esteja acontecendo ao seu redor. Para tanto, o âncora lança mão de chamadas apelativas ainda no início do programa, quando condiciona a colaboração do ouvinte a partir das seguintes frases: “Mande o seu conteúdo e nos ajude a construir o programa de hoje”; “Esse é o programa mais interativo e mais colaborativo do radiojornalismo do Estado do Piauí”; “Sua colaboração é importante! Mande o seu vídeo, a sua foto, o seu áudio aonde você estiver”; “Nós temos ouvintes espalhados por todos os estados do Brasil, graças à internet, e recebemos esse retorno através do *WhatsApp* da notícia” (CARVALHO, 2020).

A internet amplia esse contato e aproxima os atores, o que ajuda a definir, no século XXI, uma audiência não com uma participação reduzida, mas, sim, uma audiência engajada, que tem o prazer de colaborar e de se sentir importante na construção da rotina produtiva da notícia de rádio. Em relação a (re)construção do conceito de audiência no rádio em cenário de convergência, Lopez (2016, p. 8) assegura que “não se trata de uma via de mão dupla efetiva, mas de uma potencialização do papel da audiência no jogo de composição do conteúdo do meio”. A autora afirma ainda que a iniciativa, a atividade, a produção, a validação e a circulação são características do “novo ouvinte-internauta” (LOPEZ, 2016, p. 8). Graças ao uso da mobilidade, por meio do *smartphone*, o “novo” conceito de audiência implica que o ouvinte tenha a liberdade de estar sintonizado na emissora de rádio e ao mesmo tempo manusear outras funções disponíveis no aparelho celular, como, por exemplo, o *WhatsApp* e as suas finalidades de áudio, vídeo, foto, documentos e textos.

O público, ouvinte-internauta, leva nas plataformas digitais seu potencial interativo a um grau que não é comum aos comunicadores radiofônicos, assumindo para si o lugar de fala sobre os acontecimentos. Vivemos, assim, um novo marco na história do rádio, gerado pela expansão dos espaços de diálogo e participação, mas principalmente pelo incremento da atribuição de voz de fala aos sujeitos online.

O uso das redes sociais gera, segundo Lopez (2010), uma mudança na conexão entre o ouvinte e a emissora de rádio. Essa relação de proximidade precisa ser garantida no ambiente digital, em virtude da própria adaptação virtual da sociedade. A audiência agora tem espaço ampliado para avaliar a programação, enviar reclamações, contrapor ideias apresentadas, encaminhar fotos e vídeos de um determinado fato em tempo real, cobrar respostas, entre outros. Essas características demonstram o potencial interativo do ouvinte-internauta que assume para si um lugar de visibilidade de fala na emissora.

3.3.1 Interação e participação do ouvinte-internauta

A cultura participativa é uma expressão defendida por Jenkins (2009, p. 30), que contrapõe com a noção mais antiga a respeito da passividade dos espectadores dos meios de comunicação. O autor assegura que “em vez de falar sobre produtores e consumidores de mídia, como ocupantes de papéis separados, podemos agora considerá-los como participantes interagindo de acordo com um novo conjunto de regras, que nenhum de nós entende” (JENKINS, 2009, p. 30). O desejo de participar do processo comunicativo, indicado por Jenkins (2009, p. 30), advém de uma construção individual constituída através da formação de fragmentos de informações extraídos do fluxo midiático, que após serem transformados em recursos, podem compreender a vida cotidiana e, assim, determinar não somente o consumo do produto apresentado pela mídia por parte do indivíduo, mas fazer com que ele se sinta importante na construção do processo de produção da notícia.

A utilização da tecnologia como componente técnico da trajetória evolutiva do processo de participação e de interatividade do ouvinte gera reflexão no âmbito social e cultural dos agentes partícipes do processo. Bittencourt (2017, p. 103-104) define interatividade como uma categoria analítica capaz de configurar uma apropriação entre homem-máquina com o uso de computadores e dispositivos, inclusive os móveis. O modo como os usuários operam essas máquinas causa relações estabelecidas dentro da estrutura social, ao mesmo tempo que define os interesses individuais do cidadão. Contudo, a autora deixa claro que “para interagir com outros seres por meio de dispositivos digitais, o homem precisa saber manuseá-los” (BITTENCOURT, 2017, p. 106). Diante desta perspectiva, Bittencourt (2017, p. 106) recorre a Lemos (2002) e adverte que definir interatividade sem pensar na interface é inviável.

Entretanto, Primo (2008, p. 81) defende que o entendimento do processo de interatividade é complexo porque “ressalta a participação ativa do beneficiário de uma transação de informação”. O autor define que as pessoas que realizam uma troca de fala, através de aparatos tecnológicos, podem ser denominadas como “interagentes”, visto que elas se encontram em um processo de interação que “potencializam processos de trabalho coletivo, de troca afetiva, de produção e circulação de informações” (PRIMO, 2008, p. 102). A interação mediada por um computador ou qualquer dispositivo digital, com acesso à internet, colabora com a construção de “conteúdos produzidos ou as especificações tecnológicas em jogo” (PRIMO, 2008, p. 102).

Bittencort (2017), por sua vez, compreende que a interatividade não precisa estar limitada ao uso das ferramentas digitais, visto que em um programa de rádio, por exemplo, o público é interativo também através do telefone, o que ainda hoje acontece mesmo com o serviço disponível por meio de aplicativos de mensagens, como *WhatsApp*. O uso de diferentes aplicações é imprescindível na compreensão deste processo de efetivação da interatividade.

A partir deste processo interativo, Bittencort (2017, p. 50) apresenta o conceito de participação como uma subcategoria da interatividade e avalia que “observar a reação do público, monitorar seu comportamento e incorporar os consumidores de informação no processo de produção de conteúdo refere-se à participação”. No caso da troca de fala no rádio, a participação do ouvinte tem início quando há, por parte da emissora, a abertura de canais pelos quais o público consegue manter contato para enviar sugestões de conteúdo, fazer denúncias, informar sobre o trânsito em determinada região, colaborar com a condução da produção do programa. Bittencort (2017, p. 115) afirma que essas pautas incrementadas pela participação de ouvintes estão cada vez mais acentuadas em um programa de rádio, pois “[...] não se trata apenas do áudio enviado por telefone (ou pelo *WhatsApp*), mas de conteúdos de diferentes formatos que irão ajudar a compor não só as falas veiculadas pelos locutores, mas conteúdos que vão circular em outras mídias”.

A ação de fazer circular esse conteúdo em outras mídias, como fator relevante na concretização da participação do ouvinte, é uma prática comum do programa “Banca de Sapateiro”. Alguns conteúdos que são disponibilizados pela audiência, principalmente, os relacionados com assuntos da editoria de cidade, são encaminhados para produção da TV, do portal, do impresso e das redes sociais do Grupo de Comunicação Meio Norte, como sugestão de pauta também para esses veículos. A utilização de recursos de vídeo, foto e documentos ofertados pelo aplicativo *WhatsApp* contribui com esse processo colaborativo do ouvinte na produção da notícia entre as mídias. O público, com esses novos suportes digitais, cria canais de produção de conteúdo e passa a ganhar autonomia perante a emissora, em virtude do compartilhamento de dados como prática de participação.

No cenário do radiojornalismo, Chagas (2018) delimita os significados e as aplicações dos conceitos de interação e participação através dos modos de apresentação da fala do ouvinte a partir de duas variáveis: “a seleção das fontes, uma característica do jornalismo; e a hegemonia das audiências nos modos de percepção e leituras das mensagens midiáticas” (CHAGAS, 2018, p. 55). A voz do ouvinte por meio de diferentes formatos de mensagens, que chegam a emissora de rádio, gera o conceito de acesso. Segundo Chagas (2018, p. 55), “o acesso e a interação devem ser considerados como condições de possibilidade da participação”. Na esteira dessa

discussão, Chagas (2018, p. 57) define acesso como “a presença dos agentes da sociedade nos conteúdos produzidos pelo jornalismo, enquanto a interação advoga o ato de estar produzindo, já a participação é a decisão conjunta sobre os conteúdos e a sua natureza”. O autor defende que neste processo de interlocução há uma posição de poder e controle do fluxo de conteúdo por parte de locutores, editores e produtores, pois são estes os responsáveis para selecionar quem vai falar, com base em possíveis respostas.

De acordo com Chagas (2018, p. 58), no rádio, a relação entre o jornalista e o ouvinte não ocorre de forma horizontal, visto que “as conversas são gerenciadas e há um processo de definição prévia de quem fala e como fala, tanto no formato ao vivo como nas redes sociais”. O autor assegura que a formação de uma comunidade que compartilha experiências de um determinado espaço geográfico “não se constitui na expressão de ideias, crenças ou argumentos, mas em vozes domesticadas que são utilizadas e encaixadas no processo editorial” (CHAGAS, 2018, p. 58).

A partir do conceito de vozes domesticadas, proposto por Chagas (2018), é possível compreender que o programa “Banca de Sapateiro” consegue reunir uma comunidade assídua na colaboração da produção do programa. Isso fica ainda mais claro quando se observa que o programa tem um público amplo e que, em virtude do grande número de participação através do *WhatsApp*, não é possível colocar todas as mensagens no ar. Nesse sentido, é feita uma seleção e geralmente quem tem “prioridade” na divulgação da mensagem são aqueles ouvintes que de alguma forma estão sintonizados com os interesses da linha editorial do programa.

Ouvintes como Atílio Taxista, Lisboa e Wagner, são alguns que ganham destaque na programação. O locutor, inclusive, já tem esses contatos adicionados na lista do aplicativo *WhatsApp*. De acordo com âncora do programa, Arimatéia Carvalho, quando um ouvinte participa várias vezes do “Banca de Sapateiro”, levando sempre informação sugestiva de pauta, ele logo salva o contato com o objetivo de facilitar a divulgação quando chega a notificação da mensagem.

Os aparatos digitais favorecem a prática do recebimento e emissão quase que imediata de uma mensagem, em especial com a popularização do aplicativo *WhatsApp*. Costa (2018, p. 29) afirma que esse contato de retorno garante ao ouvinte uma “impressão de necessidade interativa saciada”. A autora também manifesta que a interatividade no radiojornalismo fortalece o entendimento de um ouvinte que “põe em prática, de modo facilitado, através de poucos cliques, o exercício da sua cidadania ao cobrar os direitos básicos de sobrevivência para si e para a comunidade onde habita” (COSTA, 2018, p. 30).

3.3.2 Radiojornalismo de serviço e a relação ouvinte-emissora

A hora certa, a movimentação do trânsito, denúncias sobre o que acontece em determinado bairro, meteorologia, assuntos relacionados a saúde, educação, entre outros, favorecem o entendimento do que gera interesse a audiência e, conseqüentemente, constrói um vínculo ativo com o ouvinte. O alcance do público pode ser medido a partir do que Verón (1983, 59) indica como um “contrato que articule corretamente às expectativas, às motivações, os interesses e os conteúdos de um imaginário do alvo visado”. Nesta perspectiva, é possível compreender que as formas de circulação de informação e entretenimento no rádio acaba por “cumprir sua função fática de celebrar e renovar a cada momento estes contratos” (CASTRO; BRUCK, 2012, p. 41). Os autores enfatizam essa dinâmica a partir da multiplicidade de vozes concedidas através de operações enunciativas propostas tanto pelo enunciador, como ofertadas pelo destinatário.

De acordo com Castro e Bruck (2012, p. 41), ao menos dois compromissos de elo entre o público e a emissora são estabelecidos quando o ouvinte liga o aparelho e sintoniza a rádio de sua preferência. O primeiro deles é o reconhecimento. A audiência passa a se identificar com os atos de fala, com a abordagem feita no programa sobre os acontecimentos do mundo e transforma este vínculo como um lugar de proximidade construído pelo enunciador. Já o segundo é a adesão. A partir do momento que a audiência gosta desse lugar de fala é possível identificar que o ouvinte se sente como membro importante na construção do programa e cria uma sensação de laço tanto com o locutor, como também com a emissora.

Essa troca de fala garante uma influência no cotidiano do público e isso pode ser expressado por meio do desejo de o ouvinte ter sempre o seu nome lembrado pelo âncora durante a apresentação do programa. Segundo Moreira (1991), uma característica observada na relação entre emissora e ouvinte no Brasil é o fato de o apresentador estar favorável as necessidades da audiência. O rádio que presta um serviço à população ganha adesão do ouvinte a partir da “solução dos seus problemas”. A autora indica que o âncora “chega a assumir até mesmo o papel de protetor dos ouvintes mais necessitados” (MOREIRA, 1991, p. 40).

Conforme Moreira (1991), além de exercer a função de um profissional que entende dos mais variados assuntos e que, a partir deste domínio, passa a orientar o ouvinte diante das suas necessidades, o apresentador também leva a voz da população às autoridades competentes através das assessorias de imprensa para favorecer a resolução dos problemas sociais indicados pela audiência durante a execução do programa. Dessa forma, o programa “Banca de Sapateiro” vislumbra a prestação de serviço à população a partir do momento que acolhe os pedidos e as

queixas dos ouvintes e tenta dar um retorno positivo na solução do pedido do ouvinte. O apresentador Arimatéia Carvalho realiza esse intermédio entre o poder público com o objetivo de levar o retorno ao ouvinte e garantir a presença constante dessa audiência no programa de rádio. Em contrapartida, o ouvinte confia no apresentador e aguarda que ele intermedie o seu pedido. Verbos no imperativo como “Fale”, “Resolva”, “Mande” e “Pergunte” fazem parte do início da fala dos ouvintes quando esses desejam pedir algo para o apresentador do “Banca de Sapateiro”.

O programa funciona em muitos momentos como “uma central de reclamações” e coloca o âncora como solucionador dos problemas. No programa do dia 09 de janeiro de 2020, por exemplo, o ouvinte Adriano reclamou que estava esperando por 6 meses para realizar um exame de ressonância magnética pela Central de Regulamentação do SUS. O âncora diz que vai encaminhar aquela mensagem para o *WhatsApp* da assessoria de imprensa da Fundação Municipal de Saúde. A resposta veio em seguida por meio de Nota que, após ser lida pelo apresentador, esclareceu o motivo da demora do atendimento e contemplou a dúvida do ouvinte.

Desse modo, é possível observar que a reação/ação do ouvinte acontece quando a informação concedida pela emissora alcança um interesse pessoal. Diezhandino (1989 apud KLOCKNER, 2000, p. 89) define essa interferência entre rádio e audiência como “Radiojornalismo de Serviço”, ou seja, “quando a informação deixa de oferecer dados circunscritos ao acontecimento, para oferecer respostas e orientações”. A prestação de serviço no rádio surgiu, segundo o autor, com o próprio desenvolvimento do veículo e tem como característica marcante a possibilidade de flexibilizar a programação normal quando acontece um fato que logo precisa ser divulgado, ocasionando o aumento do interesse de participação da audiência.

Para Ferraretto (2014, p. 69), a prestação de serviço no rádio é definida como um tipo de formato denominado de *all-talk*. O autor diz que esse conceito se trata, de modo mais específico, de uma emissora jornalística que tem interesse em ter o seu conteúdo voltado ao gênero utilitário, que colabora com o cotidiano do cidadão e que conduz suas escolhas e seus interesses pessoais e sociais. Ferraretto (2014) também reitera que além das informações sobre hora, previsão do tempo, roteiro cultural, temperatura, trânsito etc., há uma constante intermediação da rádio e de seus comunicadores na resolução de problemas da população” (FERRARETTO, 2014, p. 69).

A partir da análise do programa “Banca de Sapateiro” pode-se inferir que ele contempla a categoria de radiojornalismo de serviço uma vez que atua tanto com o interesse de veicular o fato, como, a partir do fato noticiado, desperta o interesse da audiência na

participação do programa. Esse elo entre emissora e ouvinte é fortalecido na construção do programa, na medida em que favorece que o cidadão tenha os seus interesses atendidos, não só no sentido de estar bem informado, mas com a possibilidade de adquirir através do meio soluções para os seus questionamentos, problemas e inquietações.

4 ANÁLISE DE CONTEÚDO DO “PROGRAMA BANCA DE SAPATEIRO”, DA RÁDIO JORNAL MEIO NORTE

Quando se projetou o estudo do Programa “Banca de Sapateiro”, da *Rádio Jornal Meio Norte* como objeto de pesquisa, pensou-se também na metodologia adotada para análise do material empírico selecionado. Apesar das muitas possibilidades metodológicas que poderiam ser utilizadas nesta dissertação, optou-se pela Análise de Conteúdo. Ao mesmo tempo que se considerou relevante a opção pelo Estudo de Caso para que se pudesse compreender a rotina produtiva do programa, além da realização de entrevistas, visto que o objeto de estudo merecia um entendimento sobre a história e as práticas jornalísticas adotadas dentro da rotina do programa.

Desse modo, a abordagem metodológica adotada nesta dissertação enquadra-se em uma pesquisa qualitativa de natureza exploratória-descritiva, com o objetivo de descrever o fenômeno a partir de uma pesquisa empírica e teórica. Como explica Gil (2008, p. 27) e Triviños (1987, p. 109), a investigação a partir de um estudo exploratório é o primeiro passo para que os objetivos de um trabalho sejam atingidos, assim como o desenvolvimento da etapa da descrição traz a possibilidade de imergir no objeto estudado, através do detalhamento e do questionamento de teorias e autores que tem como base a pesquisa bibliográfica.

Para a abordagem qualitativa é necessária a realização da coleta de dados para que colaborem como complementação do conteúdo analisado, o que ajuda no entendimento das informações com mais precisão. Assim, após serem coletadas as informações a respeito das produções radiofônicas do Programa “Banca de Sapateiro” foi feita a categorização desses dados com o objetivo de compreender o conteúdo analisado.

Com isso, o *corpus* empírico da pesquisa foi definido após escuta de algumas edições do “Banca de Sapateiro” e realizar uma análise da produção do programa no ano de 2020. Após o conhecimento da rotina produtiva do programa e o conteúdo abordado pelo mesmo definiram-se o quanto e o que analisar. De tal modo que o *corpus* ficou definido a partir de um recorte temporal de 18 (dezoito) programas, sendo 10 (dez) no mês de janeiro (período de 13 a 24 de janeiro de 2020) e 8 (oito) no mês de março (período de 17 a 26 de março de 2020). Entende-se que esse é um período oportuno e representativo para a compreensão do objeto em estudo, já que é possível verificar, nesse espaço de tempo, aspectos relevantes do dia a dia da rotina de produção do programa. Os meses de janeiro e março foram escolhidos com o objetivo de verificar o quanto a participação do ouvinte ganha um aspecto colaborativo ou não na construção do conteúdo do programa, seja quando este está no palco do acontecimento ou em

casa, em virtude da pandemia do Novo Coronavírus. Os programas foram acompanhados na sintonia 90.3 FM do aplicativo *RádiosNet* e quando necessário recorria à TV, já que o “Banca de Sapateiro” é transmitido simultaneamente nas duas mídias.

4.1 Estudo de Caso

Desde o início da realização dessa pesquisa avaliou-se ser necessário o conhecimento da rotina de produção da notícia do Programa “Banca de Sapateiro”, por isso foi válido adotar o Estudo de Caso como procedimento metodológico desta dissertação. O Estudo de Caso (EC), de acordo com Yin (2001, p. 21), “contribui de forma inigualável para a compreensão que temos dos fenômenos individuais, organizacionais, sociais e políticos”. O autor permite entender que o EC se faz necessário na preservação das características significativas dos eventos da vida. De acordo com Yin (2001, 32), “um estudo de caso é uma investigação empírica que investiga um fenômeno contemporâneo dentro de seu contexto da vida real, especialmente quando os limites entre o fenômeno e o contexto não estão claramente definidos”. Neste caso, a observação do Programa “Banca de Sapateiro” ganha o embasamento metodológico do EC a partir do momento que há uma necessidade de compreensão do objeto de estudo, como um fenômeno contemporâneo, a partir das suas rotinas produtivas.

Yin (2001, p. 33) defende ainda que o Estudo de Caso “como estratégia de pesquisa compreende um método que abrange tudo – com a lógica de planejamento incorporando abordagens específicas à coleta de dados e à análise dados”. Nesse sentido, o autor apresenta que “os dados devem ser coletados de pessoas e instituições existentes, e não dentro dos limites controlados de um laboratório, de uma biblioteca ou das limitações estruturadas de um rígido questionário” (YIN, 2001, p. 92-93). A pesquisa deve, pois, ter um comportamento de análise que integre os acontecimentos do mundo real às necessidades vigentes do plano traçado para a coleta de dados. Para conduzir esta coleta de dados, Yin (2001, p. 105) indica que o pesquisador busque as fontes de evidências. Para o autor, seis fontes distintas podem ajudar na construção do EC como: documentos, registros de arquivos, observação direta, observação participante, artefatos físicos e entrevistas. Corroborando com a indicação de Yin (2001), esta pesquisa adotou como condução da coleta de dados a realização de entrevistas com os participantes da produção do Programa “Banca de Sapateiro” (âncora, produtor e repórter) e a observação direta da rotina produtiva do programa no dia 29 de janeiro de 2021, das 8h às 13h.

Yin (2001, p. 112) acredita que a entrevista é “uma das mais importantes fontes de informações para um estudo de caso” e que “é comum que as entrevistas para o estudo de caso

aconteçam de forma espontânea”. O autor diz ainda que “essa natureza das entrevistas permite que você tanto indague respondentes chave sobre os fatos quanto peça a opinião deles sobre determinados eventos” (YIN, 2001, p. 112). Em relação a observação direta, o autor indica que ao visitar o local escolhido para o estudo de caso, o pesquisador cria oportunidade de realizar observações que só *in locu* poderiam ser descobertas, desde os comportamentos ou condições ambientais relevantes.

A observação da rotina jornalística é fundamental para o entendimento dos processos produtivos da notícia. Gil (2008, p. 101) caracteriza essa observação como simples. De acordo com o autor, entende-se a observação simples como “aquela em que o pesquisador, permanecendo alheio à comunidade, grupo ou situação que pretende estudar, observa de maneira espontânea os fatos que aí ocorrem”. Ainda segundo o autor é neste procedimento que o pesquisador atua como um espectador e, por isso, essa observação pode ser comparada com as técnicas utilizadas jornalistas para a realização de reportagens. Gil (2008, p. 101) reafirma ainda que “embora a observação possa ser caracterizada como espontânea, informal, não planejada, coloca-se num plano científico, pois vai além da simples constatação dos fatos”.

A presença da pesquisadora nos estúdios da *Rádio Jornal Meio Norte*, emissora que transmite o Programa “Banca de Sapateiro”, possibilitou um olhar em relação ao que acontece nos bastidores da construção do programa, desde o trabalho desenvolvido pela produção, edição e apresentação. Além da observação feita na emissora, a pesquisadora também acompanhou a rotina produtiva da repórter Rannielly Veloso, em Brasília (DF). Rannielly Veloso é a correspondente da emissora direto da capital federal e desempenha uma função multimidiática, atuando como produtora, editora, repórter e cinegrafista. A observação da rotina da jornalista aconteceu no dia 25 de janeiro de 2020, das 8h às 13h.

4.2 Análise de Conteúdo

A Análise de Conteúdo (AC) é uma metodologia bastante aplicada nas ciências humanas. Segundo Moraes (1999, p. 7), a Análise de Conteúdo tem origem no século XX e suas características e diferentes abordagens foram desenvolvidas nos últimos cinquenta anos orientada pelo paradigma positivista e valorizando a objetividade e a quantificação. O autor afirma que apesar dessas características, a Análise de Conteúdo atinge novas possibilidades a partir do momento “que se integra cada vez mais na exploração qualitativa de mensagens e informações” (MORAES, 1999, p. 7).

Em 1970, Bardin (1977) adota uma perspectiva de estudo de modo ordenado. Para a autora, a Análise de Conteúdo deve ser definida como “um conjunto de técnicas de análise das comunicações, que utiliza procedimentos sistemáticos e objetivos de descrição do conteúdo das mensagens” (BARDIN, 1977, p. 38). Ela afirma que para que essa metodologia seja colocada em prática, o pesquisador precisar ter atitude de um arqueólogo, buscando descobrir com rigor o sentido do conteúdo da mensagem analisada. Bardin (1977, p. 39) indica que é preciso trabalhar com vestígios e deduzir de maneira lógica conhecimentos antes não percebidos pelo próprio emissor da mensagem. Segundo a autora, “tal como um detetive, o analista trabalha com índices cuidadosamente postos em evidência por procedimentos mais ou menos complexos” (BARDIN, 1977, p. 39).

A Análise de Conteúdo é usada nesta dissertação na visão de Bardin (1997), a partir de uma análise qualitativa do conteúdo produzido no Programa “Banca de Sapateiro”, da *Rádio Jornal Meio Norte*. Em relação ao uso da metodologia em estudos ligados ao jornalismo, Martinez (2012, p. 14) apresenta que este método vem sendo aplicado com seriedade e maturidade por parte da comunidade científica tanto de maneira qualitativa, quantitativa ou quali-quantitativa. Quanto a realização de análise qualitativa, a autora diz que é preciso que se tenha dedicação e experiência do pesquisador não somente com o método, mas com o entendimento da própria vida, o que pode garantir resultados mais relevantes nas análises empreendidas.

A análise busca identificar a prática jornalística do Programa “Banca de Sapateiro” a partir do uso do aplicativo *WhatsApp*. Definido o *corpus* através do conteúdo apresentado em 18 (dezoito) programas, dá-se os primeiros passos para a efetivação da análise a partir da interpretação dos dados da pesquisa.

Bardin (1977, p. 95) apresenta que a condução de uma pesquisa que tem a Análise de Conteúdo como metodologia deve ser definida em fases organizadas em três etapas. A primeira é a organização da análise “que corresponde ao período de intuições, mas tem por objetivo sistematizar as ideias iniciais, de maneira a conduzir um esquema preciso de desenvolvimento das operações sucessivas, num plano de análise” (BARDIN, 1977, p. 95). A segunda etapa é a da Codificação, onde é preciso que haja um recorte dos dados brutos da análise. Esse recorte “permite atingir uma representação do conteúdo, ou da sua expressão, susceptível de esclarecer o analista acerca das características do texto, que podem servir de índices” (BARDIN, 1977, p. 103). A última etapa indicada pela autora é a Categorização, responsável por operar a classificação de “elementos constitutivos de um conjunto, por diferenciação e, seguidamente,

por reagrupamento segundo o gênero, com critérios previamente definidos” (BARDIN, 1977, p. 117).

Tendo como base estas fases de condução da pesquisa apresentadas pela autora, é que o material coletado durante as análises feitas do dia 13 ao dia 24 de janeiro de 2020 e do dia 17 ao dia 26 de março de 2020 passou a ser organizado, codificado e categorizado com a finalidade de levantar resultados de uma análise qualitativa da rotina produtiva do Programa “Banca de Sapateiro”, a partir do uso da plataforma *WhatsApp*.

Após a organização das análises e sua codificação foram eleitas 05 (cinco) categorizações para os programas do mês de janeiro de 2020: 1) Ouvinte recebendo tratamento de repórter; 2) Conteúdo do ouvinte sendo transformado em pauta; 3) Reclamação do ouvinte que ganha resposta no programa; 4) “Repórter sentado” e multitarefa; 5) Mudanças na linguagem do âncora em virtude do programa de rádio está presente em mídias como a TV, redes sociais e portal. E 02 (duas) categorias referentes aos programas do mês de março de 2020: 1) Programa “Banca de Sapateiro” e o Radiojornalismo de serviço em tempo de pandemia e 2) Participação do ouvinte em isolamento social.

4.3 Análise de Conteúdo do programa “Banca de Sapateiro” da *Rádio Jornal Meio Norte*

4.3.1 Casos relacionados ao mês de janeiro de 2020

Durante o período de 13 a 24 de janeiro de 2020, 10 (dez) edições do Programa “Banca de Sapateiro” foram analisadas em busca de entender como se dá a prática jornalística no contexto de produção da notícia a partir da colaboração do ouvinte através do aplicativo *WhatsApp*. Durante as audições dos programas foram observados alguns pontos que ganharam visibilidade. Com isso, as categorias de análises foram formuladas com o objetivo de aprofundar o entendimento da dinâmica do programa de rádio na era digital, a partir de uma participação ampliada do ouvinte e de um fluxo de informações que chegam a redação a todo instante.

No período de análise realizado no mês de janeiro, o Programa “Banca de Sapateiro” seguiu com uma rotina produtiva pautada em entrevistas, reportagens, participação de repórteres na externa, participação ampliada do ouvinte por meio da plataforma *WhatsApp*, exibição de quadros sobre esporte, saúde, cultura, entre outros. É possível identificar que a participação do público tem destaque no programa, por isso foram pensadas algumas categorias

que apresentam essa realidade. As categorias também contemplam a atuação de uma prática jornalística multimidiática pelos profissionais engajados no programa, assim como as alterações sofridas na linguagem radiofônica em virtude do processo de convergência. A partir da análise do conteúdo do “Banca de Sapateiro” transmitido entre os dias 13 e 24 de janeiro de 2020 foi criada 5 (cinco) categorias, que se encontram listadas na Tabela 3 abaixo.

Tabela 3: Números de cada categoria

DATA	Ouvinte recebendo tratamento de repórter	Conteúdo do ouvinte sendo transformado em pauta	Reclamação do ouvinte que ganha resposta no programa	Profissional “sentado”, multitarefa e multimídia	Linguagem multimídia: Rádio e TV
13.01.2020	2	2	2	1	1
14.01.2020	1	1	1	1	2
15.01.2020	1	2	3	1	1
16.01.2020	1	1	2	1	1
17.01.2020	1	1	1	1	1
20.01.2020	2	1	1	1	2
21.01.2020	1	1	3	1	1
22.01.2020	1	1	1	1	1
23.01.2020	1	1	1	1	2
24.01.2020	1	1	1	1	2

Fonte: Dados da pesquisa 2020

4.3.1.1 Ouvinte recebendo tratamento de repórter

A colaboração do ouvinte faz parte da rotina produtiva do Programa “Banca de Sapateiro”. O produtor do programa, Renan Lopes (2021), explica que o público ajuda a construir o conteúdo porque ele está presente no local do acontecimento. O ouvinte encontra no programa de rádio um espaço para dialogar, criticar, solicitar um pedido e também para levar alguma informação sobre fatos que acontecem na cidade. De acordo com o âncora do “Banca de Sapateiro”, Arimatéia Carvalho (2021), “esse público passa a ser uma fonte em potencial para o processo produtivo do programa” e complementa que “esse ouvinte traz para nós informações a partir de diferentes espaços, o que ajuda muito já que nossas equipes de reportagens não conseguem dar conta de todos os acontecimentos da cidade”. Com isso, foi possível observar que o âncora, durante alguns momentos da apresentação dos programas analisados, caracteriza esse ouvinte como um “repórter”.

No programa do dia 13 de janeiro de 2020, Arimatéia Carvalho parabeniza o ouvinte identificado como “Wagner taxista” pela passagem do seu aniversário, após receber uma mensagem via *WhatsApp* do próprio ouvinte lembrando-o da data festiva. Arimatéia Carvalho

diz durante a apresentação: “Parabéns todo especial para o nosso amigo colaborador, repórter itinerante Wagner Taxista. O Wagner sempre repassa para nós informações e fatos daquilo que acontece por onde ele passa. Muito obrigado pela sua participação de sempre!”. A fala do apresentador Arimatéia Carvalho expõe a figura de um colaborador da notícia (ouvinte) presente com mais frequência na programação radiofônica do século XXI, em especial por meio do envio de mensagem via *WhatsApp*.

Chama a atenção também a consideração do âncora perante o ouvinte ao parabenizá-lo pelo seu dia. A lembrança da data do aniversário torna-se um agradecimento pelos conteúdos informados pelo Wagner Taxista. De acordo com o âncora do “Banca de Sapateiro”, este ouvinte é conhecido por participar praticamente todos os dias do programa e afirma que “ele sempre estar conosco, informando sobre locais engarrafados, problemas de falta de energia em sinais de trânsito, locais de difícil acesso em virtude das fortes chuvas, acidentes de trânsito, entre outros problemas que acontecem na cidade” (CARVALHO, 2020).

Segundo Costa (2018, p.43), “a chegada livre dessa mensagem do ouvinte para o centro da redação de radiojornalismo tem a capacidade de provocar alteração real no *script* e no roteiro do programa noticioso que por ventura esteja no ar”. A autora defende que, por meio do aplicativo *WhatsApp*, o conceito de audiência colaboradora da produção noticiosa pode ser rapidamente identificado, em especial quando se trata da utilização dessa plataforma em um ambiente onde o imediatismo da transmissão da notícia se faz necessário. Para Costa (2018, p. 43), a agilidade no envio de informação através do aplicativo de mensagens acontece, além do avanço tecnológico, a partir da iniciativa de “um ouvinte que não mais se comporta como mero agente receptor de informações por ter se tornado peça importante no processo de construção do conteúdo que vai ao ar” (COSTA, 2018, p. 43).

Um exemplo a respeito do que Costa (2018) defende pode ser identificado em uma participação do Wagner Taxista no programa do dia 14 de janeiro de 2020, quando o ouvinte manda um áudio para o *WhatsApp* do programa com o seguinte conteúdo: “Ari, estou passando pelo bairro São Pedro e vejo aqui um carro que aparentemente foi roubado. Estou mandando fotos da placa e também um vídeo para você ver como está a situação. É importante falar que essa área é muito isolada e isso pode ter facilitado para os bandidos abandonarem o veículo por aqui”. A informação de Wagner Taxista foi encaminhada pela produção do programa para a assessoria de imprensa da Polícia Militar para que tomasse as devidas providências.

A importância da participação desse ouvinte fica ainda mais evidente no dia 20 de janeiro de 2020, quando Arimatéia Carvalho reclama com Wagner Taxista, no ar, por ele não relatar um fato que aconteceu próximo ao ponto de táxi que trabalha. Nesse caso, quem levou

a informação para o programa foi o ouvinte Thiago, através de uma foto enviada via *WhatsApp*. Thiago indicou através da plataforma que havia acontecido um grave acidente de trânsito na Av. Dom Severino. Com isso, o âncora diz: “Wagner Taxista, repórter itinerante, cadê você? Esse local fica perto do seu ponto de táxi e não foi você que nos encaminhou. Eu por acaso lhe dei férias? [brinca o âncora]”. De acordo com Lopez (2009, p. 114), o ouvinte que assume o papel de repórter durante um programa “integra e o demarca como agente na transmissão dos acontecimentos, fidelizando-o”. A autora afirma ainda que “a presença do ouvinte como repórter no radiojornalismo brasileiro foi fortalecida com a mobilidade gerada pelos telefones celulares”, especialmente os *smartphones*, que possibilitam o uso de aplicativos de mensagens como o *WhatsApp*. Lopez (2009, p. 210) indica que

Antes, as participações se davam em conversas com os comunicadores, em relatos de acontecimentos e denúncias – feitas ao vivo, no ar, ou como sugestão aos jornalistas pelo telefone ou carta –, o que caracterizava o ouvinte mais como fonte de informação do que como repórter. Hoje, com celulares de última geração que permitem a realização de fotografias, áudios e vídeos, os ouvintes se tornaram mais ativos.

Um exemplo sobre o que destaca Lopez (2009) pode ser observado durante a análise feita no dia 20 de janeiro de 2020 quando o ouvinte Francisco envia um vídeo. O homem explica que é feirante do mercado do Satélite e que precisa apresentar como está a situação da reforma inacabada do mercado onde trabalha. No conteúdo da mensagem ele também realiza entrevista com os outros feirantes e diz: “Falo direto do mercado do Satélite. Trago para você informações sobre a atual situação da estrutura do mercado. Com as fortes chuvas o mercado se encontra completamente alagado (como você vê nas imagens) e a estrutura não é confiável”. O ouvinte complementa: “Vou entrevistar agora o seu José, feirante há muito tempo aqui do mercado, para saber dele o que ele acha dessa situação”. Após a exibição do vídeo, Arimatéia Carvalho agradece a participação do ouvinte e diz que vai encaminhar o conteúdo para a Superintendência de Desenvolvimento Urbano (SDU) Leste para que a Prefeitura de Teresina retorne com as obras no mercado. Nesse caso, o ouvinte tem espaço para conduzir a sua mensagem também como um agente que colabora com a informação e utiliza desse meio, não somente para fazer uma denúncia, mas para garantir visibilidade dentro da própria rotina produtiva do programa.

De acordo com Lopez (2009, p. 222), o ouvinte da contemporaneidade “não pode ser visto somente como ouvinte. Ele é também internauta, é produtor de conteúdo”. Segundo a autora,

[...] antes, as participações se davam em conversas com os comunicadores, em relatos de acontecimentos e denúncias – feitas ao vivo, no ar, ou como sugestão aos jornalistas pelo telefone ou carta –, o que caracterizava o ouvinte mais como fonte de informação do que como repórter. Hoje, com celulares de última geração que permitem a realização de fotografias, áudios e vídeos, os ouvintes se tornaram mais ativos (LOPEZ, 2009, p. 210).

No dia 21 de janeiro de 2020, com a participação do ouvinte Carlos Moisés, através de um áudio enviado para a emissora via *WhatsApp*, Arimatéia Carvalho também indica a importância da presença do ouvinte na colaboração da informação quando denomina Carlos Moisés como um “locutor de rua”. A participação desse ouvinte no programa ganha caráter de responsabilidade e confiança na informação que vai ser repassada. O ouvinte diz:

Bom dia, Ari! Bom dia, ouvintes! Aqui é o Carlos Moisés e eu falo diretamente do bairro Dirceu, zona Sudeste de Teresina, e por aqui um caso inédito. Um jovem andava roubando casas da região e a população se reuniu para linchar o rapaz. Correndo dos populares, o jovem foi se proteger no 8º Distrito Policial, localizado na Vila Tupiacanga. Por lá o rapaz mesmo se entregou e pediu socorro para a polícia para não ser morto. Carlos Moisés, direto do bairro Dirceu, para o Banca de Sapateiro! (MOISÉS, 2020).

A dicção e a narrativa de Carlos Moises durante a sua participação no “Banca de Sapateiro” deram a entender, para quem estava na escuta do programa, o interesse do ouvinte em levar o conteúdo como se de fato ele fosse um repórter da emissora. Mesmo não tendo nenhum compromisso trabalhista com o Sistema Meio Norte de Comunicação, Carlos Moises percebe que no programa encontra espaço para se expressar ao seu modo, ser ouvido e ser prestigiado pelo próprio âncora do programa. Logo após a participação do ouvinte, Arimatéia Carvalho parabeniza Carlos Moises pela forma como levou a informação no ar e afirma que vai encaminhar a pauta para o plantão policial da Rede Meio Norte para que a *TV Meio Norte* possa fazer a cobertura do caso. Nessa ocorrência, é possível perceber que além da informação concedida pelo ouvinte ao Programa “Banca de Sapateiro”, o conteúdo também foi transformado em pauta para o “Banca de Sapateiro” e encaminhado a produção de uma outra mídia do Sistema Meio Norte de Comunicação como sugestão.

4.3.1.2 Conteúdo do ouvinte sendo transformado em pauta

Durante a realização das análises foi possível observar que algumas informações concedidas pela audiência eram disponibilizadas como uma pauta para o Programa “Banca de Sapateiro”. O ouvinte que participa do “Banca de Sapateiro” está presente em Teresina, no

Piauí, e até em outros Estados do Brasil. Segundo Arimatéia Carvalho, “o conteúdo enviado pelo público via *WhatsApp*, em muitos casos, é uma pauta em potencial para a emissora de rádio porque essa audiência está presente em diferentes locais”.

Um exemplo a ser citado é o da participação do ouvinte Bernardo, no dia 13 de janeiro de 2020. O ouvinte expressa em um áudio enviado via *WhatsApp* a seguinte mensagem: “Ari, todo cuidado é pouco para quem vai participar das missas na Igreja do Amparo, localizada no Centro de Teresina. Lá tem flanelinha especializado no golpe de não permitir que o motorista trave o carro. Eles estão usando um dispositivo eletrônico para realizar roubos”. Após o áudio ir ao ar, a produção do programa levou o caso para a assessoria de imprensa da Secretaria de Segurança do Piauí e entrou em contato com um especialista na área de segurança pública para dar dicas de como o motorista de um carro deve se proteger contra roubos. Ainda no programa foi possível incluir essa abordagem de pauta sugerida pelo ouvinte através da entrevista com um especialista e a leitura de uma nota concedida pela assessoria de imprensa da Secretaria de Segurança indicando que o órgão ia averiguar a questão e tomar as medidas cabíveis para solucionar o caso.

No programa do dia 13 de janeiro de 2020, outro fato desperta atenção. Um ouvinte denominado Geraldo envia para o programa um vídeo com imagens de um engarrafamento no cruzamento da Av. Miguel Rosa com Av. Joaquim Ribeiro, em Teresina. O congestionamento também foi registrado por outros ouvintes que estavam no local. De acordo com o apresentador do programa “Banca de Sapateiro”, uma sequência de mensagens sobre o mesmo assunto passou a chegar na redação. A informação concedida por esse grupo de pessoas presentes no local do acontecimento era de que outros motoristas evitassem pegar aquela determinada rota de trânsito. O registro do trânsito engarrafado foi feito através dos celulares dos próprios ouvintes e o envio do conteúdo para a emissora acontece praticamente de modo instantâneo via *WhatsApp*. Esse público também solicitava nas participações que a emissora fizesse um pedido de ajuda ao órgão responsável pela organização do trânsito em Teresina, que é a Superintendência Municipal de Trânsito (STRANS). O pedido foi feito pela produção do programa.

Neste caso, é possível perceber a função ativa do *smartphone* e da mobilidade concedida pelo aparelho através da internet. Além do mais, o cenário dessas participações no dia 13 de janeiro de 2020 revela o poder que o rádio tem de transmitir o aqui e agora e de trabalhar a favor da utilidade pública para que a sociedade fique ciente de assuntos que interessam a coletividade. Durante o programa deste dia, Arimatéia Carvalho continuou recebendo o retorno do público avisando que os guardas da STRANS já estavam presentes no

local organizando o fluxo do trânsito e que a situação já estava sendo resolvida. É identificado nessa situação que não foi preciso a presença de uma equipe de reportagem para que o fato fosse informado. Com a colaboração do público, outros ouvintes ficaram cientes do engarrafamento no local através do Programa “Banca de Sapateiro” e evitaram dirigir pela região.

Já no programa do dia 14 de janeiro de 2020 um ouvinte (com nome não identificado) mandou um áudio indicando que presenciou um homicídio na cidade de Parnaíba, localizada na região Norte do Piauí. Além de narrar a cena do crime, o ouvinte também envia uma foto da vítima estendida no chão. Arimatéia Carvalho comenta sobre a imagem, agradece a participação do ouvinte e solicita que o correspondente da rádio em Parnaíba, Carlos Mesquita, conceda ao programa mais informações sobre o acontecimento. Uma hora após a participação do ouvinte, o repórter Carlos Mesquita já entrava ao vivo direto do Mercado Municipal de Parnaíba, local onde aconteceu o homicídio. Além de noticiar o fato o repórter também entrevistou um Policial Militar que estava acompanhando o caso para que o mesmo pudesse esclarecer o ocorrido.

Tal cenário leva ao entendimento de que o rádio na era da tecnologia digital permanece com a função de informar em tempo real o acontecimento. Com a ampliação do espaço de participação e colaboração do ouvinte, a agilidade do conteúdo informativo apresentado no aqui e agora do rádio ficou ainda mais evidente. Contudo, é importante salientar que apesar da informação ter sido dada pelo ouvinte e ter sido confirmada através de uma fotografia enviada pelo mesmo, a informação só ganha caráter de notícia a partir do momento que o jornalista vai ao local apurar o fato. Alsina (2009, p. 46) defende que o “processo de construção da realidade social depende completamente da prática produtiva do jornalismo”. De acordo com o autor, esse processo é o único capaz de caracterizar a atividade jornalística “como um papel socialmente legitimado para gerar construções da realidade publicamente relevantes” (ALSINA, 2009, p. 46). Ainda segundo Alsina (2009), essa competência é gerada por meio da institucionalização dos processos produtivos que devem ser trabalhados pela própria mídia. Ele assegura que é a partir desse processo de produção, formado de modo institucional, que se ganha a credibilidade do público.

Contudo, a ação de deslocamento do jornalista até o local do acontecimento para realizar a apuração de um fato, por exemplo, está cada vez mais rara e a internet pode ser considerada uma potencial ferramenta para que a informação chegue a ser transmitida como se fosse uma notícia, sem passar pelo devido processo produtivo. Lopez (2010, p. 97) lembra que apesar do avanço das tecnologias digitais, o profissional precisa entender que “a internet pode ser utilizada como complemento à apuração convencional, auxiliando no processo de produção,

além de ser uma boa fonte para a confirmação de dados apurados através de ferramentas, como o telefone ou mesmo a observação do repórter em campo”, mas não deve ser vista como uma plataforma exclusiva de confirmação da notícia. Contudo, Ortriwano (1985, p. 91), defende que a informação tem conteúdo importante a ser divulgado e que, mesmo quando ainda não é considerada notícia, pode ser transmitida no rádio, já que o veículo exige imediatismo e mobilidade. De acordo com a autora, “esse processo apresenta variações, muito mais em função dos objetivos pretendidos pela emissora com a transmissão da informação do que com relação a suas realidades operacionais” (ORTRIWANO, 1985, p. 95).

Outro conteúdo que foi enviado pelo público e entrou no programa como sugestão de pauta foi constatado através da participação do ouvinte Thiago. No dia 14 de janeiro de 2020, o ouvinte enviou um áudio com a seguinte mensagem para o *WhatsApp* do Programa: “Ari, gostaria que você falasse no seu programa sobre a lei de inspeção predial que foi aprovada na Câmara Municipal de Teresina nesta semana”. O apresentador Arimatéia Carvalho agradece pela sugestão e promete convidar para uma entrevista no estúdio, o engenheiro civil Daniel Brito, presidente da Associação Brasileira de Patologia das Construções no Piauí (Alconpat). No programa do dia 15 de janeiro de 2020, a lei de inspeção predial foi a pauta da entrevista do dia. Durante a entrevista com Daniel Brito, o âncora do “Banca de Sapateiro” evidencia que a pauta foi uma sugestão do ouvinte Thiago e reforça a importância das sugestões concedidas pela audiência para a concretização da rotina produtiva do programa.

A interação entre o público e a produção do Programa “Banca de Sapateiro” cria uma relação de proximidade e colaboração. Contudo, neste contexto interativo há uma troca de interesses. Costa (2018, p. 34) afirma que “os impactos sofridos pelo jornalismo nos últimos anos, principalmente aqueles nascidos a partir do avanço tecnológico são alguns dos maiores responsáveis pelo surgimento de um novo perfil de público enquanto produtor de conteúdo”. A autora acredita que “as práticas comunicacionais e de interação no campo do radiojornalismo estão sendo ressignificadas ao mesmo tempo em que a experiência interativa entre radiojornalistas e ouvintes também acontece sob nova ótica a partir de velhos incentivos em nome do interesse mercantil do retorno financeiro da audiência” (COSTA, 2018, p. 35). Para Costa (2018, p. 35) “esta é, portanto, uma nova forma de comunicação em um mundo globalizado onde todos podem interagir, receber e também enviar informações em tempo real”. Quando o ouvinte encaminha uma sugestão de pauta e percebe que foi atendido pela equipe de produção é provável que o mesmo tenha interesse em continuar colaborando com informações. Esse engajamento entre ouvinte e emissora gera audiência e possibilita que a rotina produtiva

cumpra o seu papel como rádio de serviço, além de diminuir os custos empresarial, já que o ouvinte está presente em diferentes regiões informando acontecimentos para a emissora.

De acordo com Chagas (2020, p. 134), por meio de uma análise feita na rádio *BandNews Rio*, “a interação com os ouvintes como estratégia de seleção de novas vozes na programação aparece com o objetivo de aumentar o fluxo de cobertura noticiosa diante do contexto econômico e profissional” vividos pelas empresas de rádio. O autor defende ainda que uma rádio

ao submeter vozes populares que lançam mão da espetacularização de seus interesses por meio do *WhatsApp* a questões de trânsito e segurança com foco no interesse humano, o radiojornalismo põe em xeque uma oportunidade de ampliar os debates políticos, sociais e econômicos por uma ampla camada da sociedade. Por outro lado, apresenta potencialidades que podem agregar informações, aprofundar denúncias e mobilizar a produção cotidiana com as percepções de diferentes ouvintes espalhados pela cidade (CHAGAS, 2020, p. 206).

Foi possível observar durante a análise feita para esta dissertação que alguns conteúdos enviados pelo público, além de ajudarem na rotina produtiva do programa “Banca de Sapateiro” também servem como sugestão para outras mídias do Grupo Meio Norte de Comunicação (GMNC). Arimatéia Carvalho (2021) explica que quando ele percebe que a sugestão concedida pela audiência pode colaborar com a rotina produtiva de algum programa da *TV Meio Norte*, por exemplo, é feito tanto o encaminhamento da mensagem como o contato do ouvinte para que a equipe avalie a sugestão e produza uma matéria. No dia 15 de janeiro de 2020, um ouvinte (com nome não identificado) envia para o aplicativo *WhatsApp* um vídeo narrando a situação de um alagamento na Av. João Elias Tajra, zona Leste de Teresina, após uma forte chuva que caiu na região. O ouvinte indica que o trecho está impossibilitado para tráfego e que carros estão parados na região evitando passar no local. A informação é confirmada através das imagens enviadas pelo ouvinte. Depois que Arimatéia Carvalho comentou sobre o vídeo, o apresentador afirma que vai enviar o conteúdo para o jornalismo da *TV Meio Norte* também informar sobre a situação.

Outro exemplo que pode ser citado é o da participação de um ouvinte (com nome não identificado) no dia 24 de janeiro de 2020 indicando um acidente fatal na Av. Marechal Castelo Branco, zona Sul de Teresina. Segundo Arimatéia Carvalho (2021), o vídeo apresentava imagens de um motociclista estendido no chão após bater com a moto em um poste. O ouvinte afirma no vídeo que fez que o condutor da moto faleceu no local. Após receber a informação, Arimatéia Carvalho (2021) reforça que a partir do vídeo “é possível perceber também que o

trânsito está lento no local”. O material encaminhado pelo ouvinte foi enviado a produção da *TV Meio Norte* para que houvesse a apuração do caso. A equipe de reportagem da TV se deslocou até o local do acidente e, além de produzir a matéria para a televisão, entrou ao vivo no Programa “Banca de Sapateiro” para informar que o motociclista não estava morto e sim recebendo atendimento pela equipe do Serviço de Atendimento Móvel de Urgência (SAMU) para ser encaminhado a um hospital.

Sobre a integração entre os veículos de comunicação do Grupo Meio Norte de Comunicação (GMNC), Arimatéia Carvalho (2021) esclarece que “é uma exigência da empresa que esse contato entre mídias aconteça” e afirma que “esse diálogo acontece de imediato com a ajuda do aplicativo *WhatsApp*”. O produtor do “Banca de Sapateiro”, Renan Lopes (2021), também atua nesse contato com as demais equipes do Grupo Meio Norte. Ele afirma que muitas entrevistas que vão ao ar no programa são encaminhadas para a equipe do portal e lá eles fazem a matéria com base no conteúdo exibido no “Banca de Sapateiro”. De acordo com Lopez (2009, p. 198), “de maneira geral, as emissoras de rádio, ao buscarem se consolidar, se manter ou se fortalecer em um mercado de comunicação reconfigurado, passam por um processo de reconstrução e de reestruturação que envolve diretamente a convergência”. A autora defende que essa convergência perpassa “por definições de gestão, de investimento e de coordenação de redações que influenciam diretamente na configuração do jornalismo da emissora” (LOPEZ, 2009, p. 198), o que influencia na prática da utilização de redações integradas, que compartilham conteúdos em diferentes mídias de um mesmo sistema de comunicação.

4.3.1.3 Reclamação do ouvinte que ganha resposta no programa

Ao longo da análise de conteúdo do Programa “Banca de Sapateiro” foi notado a presença de ouvintes que recorrem ao programa para realizar reclamações que envolvam o cotidiano dessa audiência, seja em uma rua, seja em um bairro, ou em uma zona ou cidade. É necessário levar em consideração que o público, diante das mensagens enviadas, sempre coloca o apresentador Arimatéia Carvalho como alguém capaz de intermediar a solução do problema, principalmente diante do poder público. O ouvinte se posiciona perante o âncora com verbos no imperativo como: “Ari, fale!”, “resolva”, “mande”, “pergunte”, entre outros. Diante desta realidade de solucionar o pedido do público, Arimatéia Carvalho possibilita a resolução do caso reclamado através do envio dessa mensagem do ouvinte às assessorias de imprensa. O âncora do programa relata que com isso os órgãos públicos tomam conhecimento do caso e

podem utilizar o próprio espaço do programa para responder o ouvinte levando a ele uma solução.

No dia 13 de janeiro de 2020, um ouvinte (com nome não identificado) envia uma mensagem para o aplicativo *WhatsApp* do programa reclamando que o Instituto de Identificação de Floriano, cidade localizada no Sul do Piauí, está demorando quatro meses para emitir uma carteira de identidade. Após ler a mensagem no ar, Arimatéia Carvalho diz que vai enviar a reclamação para a assessoria de imprensa da Secretaria de Segurança Pública, órgão responsável pelo Instituto. Cerca de 10 minutos depois do envio da mensagem a assessoria de imprensa responde que a Secretaria vai agilizar a apuração do caso. Ainda no mesmo programa, Arimatéia Carvalho recebe pelo aplicativo *WhatsApp* um áudio da diretora do Instituto de Identificação de Floriano, Cleide Neves, justificando que o atraso na emissão de documentos está acontecendo em virtude de problemas com a internet. A diretora também esclarece no áudio que, com esse problema na rede, a demanda da carteira de identidade feita em Floriano precisa ser encaminhada para Teresina e pede que Arimatéia Carvalho encaminhe o contato dela ao ouvinte para esclarecer qualquer outra dúvida.

Também no programa do dia 13 de janeiro de 2020, outra participação de um ouvinte identificado como João chama atenção. Na mensagem, João reclama que não conseguiu realizar uma perícia médica através do INSS e que já estava na terceira tentativa de atendimento, mas não teve êxito. Cerca de quarenta minutos depois, um gestor do INSS entra em contato com Arimatéia Carvalho e pede que o apresentador fale em seu programa que é para João procurar uma pessoa identificada como Daniel, no sexto andar da própria sede do INSS em Teresina, para que a perícia médica fosse agendada para o dia 15 de janeiro de 2020.

De acordo com Ferraretto (2014, p. 40-41), “o rádio, em qualquer de suas manifestações comunicacionais, objetiva criar uma relação de empatia com o público. É algo que envolve sentimentos, anseios e interesses de cada ouvinte”. Segundo o autor, a prestação de serviço, a partir de um formato de rádio com gênero utilitário, ajuda o cidadão em suas necessidades e suas atividades do dia a dia. Klockner (2000, p. 8) também entra na defesa do rádio como veículo de serviço para a coletividade quando afirma que “o jornalista e o radiojornalismo são agentes da cidadania e por isso realizam um serviço social”. Nessa mesma esfera, o autor diferencia serviço e cidadania. Para Klockner (2000, p. 16), o serviço é capacidade que o rádio tem de oferecer caminhos para que o público obtenha a resolução de problemas, já cidadania “é cobrar dos órgãos competentes uma solução” (KLOCKNER, 2000, p.16).

Nesse sentido, é necessário que também o apresentador tenha o domínio do conteúdo para colaborar com essa intermediação entre público e órgãos governamentais. O “Banca de Sapateiro” exige do âncora um conhecimento sobre variados assuntos para que a reclamação do ouvinte possa ser encaminhada ao órgão competente em resolver a questão. O contato com as assessorias de imprensa torna-se fundamental para a rotina produtiva do programa. Durante as análises do *corpus* da pesquisa foi possível observar que há uma troca de favores entre produtores do programa e assessores de imprensa. O programa tem espaço para que os assessores divulguem suas informações, seja por meio de nota, seja áudio ou vídeo dos assessorados, assim como os assessores de imprensa agilizam os pedidos de pautas, sugestões ou reclamações dos ouvintes, para a produção do programa. O produtor do “Banca de Sapateiro”, Renan Lopes (2021), afirma que é preciso ter um elo com “as assessorias de imprensa para que as pautas sejam produzidas”. Ele diz que a produção recebe muitos *releases* das assessorias e que boa parte desses conteúdos vão ao ar. Em contrapartida, quando o programa solicita alguma pauta para esses assessores o retorno não fica a desejar.

Contudo, existem casos que a assessoria de imprensa não responde com tanta facilidade e isso é comentado pelo apresentador durante o programa. Um exemplo que pode ser citado é o caso de um ouvinte que, no dia 15 de janeiro de 2020, reclama que o Departamento Estadual de Trânsito (Detran) não emitiu ainda a sua Carteira Nacional de Habilitação (CNH) e que quer saber mais informações sobre o motivo da demora. O ouvinte explica que já foi a sede do Detran por três vezes e o caso não havia sido solucionado. Logo após essa participação, outro ouvinte da cidade de Oeiras também relata queixas sobre a demora do Detran em resolver problemas com documentação. Com o programa no ar, Arimatéia Carvalho aproveita o gancho da reclamação dos dois ouvintes e diz em tom irônico: “Hoje a assessoria do Detran trabalha. Espero que hoje eles respondam nossos ouvintes” (CARVALHO, 2021). Nesse caso, além de responder o ouvinte, a fala de Arimatéia Carvalho indica ao mesmo tempo um descontentamento do contato entre a produção do programa e essa assessoria de imprensa.

Destaca-se também na análise desta categoria a participação do ouvinte (com nome não identificado), no dia 17 de janeiro de 2020, que fez uma reclamação sobre a empresa de fornecimento de energia em Teresina. No áudio enviado para o *WhatsApp* do programa, o ouvinte diz o seguinte: “Ari, me ajude! Liguei para a Equatorial para trocarem o contador da minha casa e até agora nada foi resolvido. Se fosse para cortar a luz já estavam aqui era cedo!”. Arimatéia Carvalho responde que o envio da reclamação para a assessoria de imprensa da empresa já foi feito e que assim que eles derem uma resposta o ouvinte será comunicado.

O Programa “Banca de Sapateiro” funciona, em muitos momentos, como uma Central de Reclamações e isso faz com que o âncora seja o solucionador dos problemas do público. De fato, a atitude de prestação de serviço mediante o apelo do ouvinte é própria do rádio informativo. De acordo com Meditsch (2007, p. 31), o rádio informativo “aprofunda e contrapõe opiniões com facilidade e orienta as massas urbanas como cão de cego”, além do mais é capaz de conceder um amplo espaço para a audiência se manifestar quase sempre de maneira gratuita. No “Banca de Sapateiro”, por exemplo, o ouvinte tem direito até de cobrar caso a reclamação feita não tenha tido uma resposta. Isso pode ser verificado na participação do ouvinte Francisco, quando ele indaga o apresentador com a seguinte mensagem enviada ao programa no dia 21 de janeiro de 2020: “Ari, você já tem a resposta sobre a reforma do mercado do Satélite?”. Francisco havia participado do programa um dia antes e mostrou através de um vídeo as obras inacabadas do mercado. Ele pediu que Arimatéia Carvalho providenciasse um pedido as autoridades para a resolução do problema e ainda não tinha tido retorno sobre o assunto. O âncora do programa pede desculpas ao ouvinte e diz reforçar a solicitação junto as autoridades competentes.

É próprio do público “Banca de Sapateiro” também agradecer quando a reclamação feita no programa ganha uma solução. No programa do dia 21 de janeiro de 2020, o ouvinte Ariel diz através de um áudio: “É bom quando a gente vê os defeitos da cidade e reclama no seu programa e quando a gente retorna na rua denunciada a prefeitura já está arrumando o problema. Quero lhe dizer, Ari, que os buracos do Centro de Teresina já foram tapados. Deu certo! Muito obrigado!”. O ouvinte Matos tem atitude parecida ao enviar para o *WhatsApp* do programa uma foto do asfalto colocado na sua rua após realizar a reclamação no Programa “Banca de Sapateiro”. A figura do apresentador termina sendo forte para essa audiência e isso pode ser percebido quando no conteúdo das mensagens do ouvinte o Programa “Banca de Sapateiro” passa a ser denominado de Programa “do Ari”, nome como o âncora do programa é mais conhecido entre os ouvintes.

De acordo com Ferraretto (2014, p. 26), o rádio é marcado pela particularidade de ser companheiro do ouvinte e o que centraliza esse elo é a figura do âncora. Segundo o autor, essa proximidade, que ganhou força com o processo de transistorização do rádio, quebra a solidão do público radiofônico porque é missão do comunicador do veículo conversar com o ouvinte e entendê-lo como alguém próximo, conhecido ou até mesmo amigo.

4.3.1.4 Profissional “sentado”, multitarefa e multimídia no ambiente de convergência jornalística

A produção jornalística do século XXI exige que o profissional da área esteja submetido à uma busca incessante por informação. A necessidade de atuar com agilidade, praticidade e com o uso dos recursos tecnológicos virtuais provocam uma reconfiguração na rotina produtiva do rádio.

O Programa “Banca de Sapateiro” está inserido nessa nova configuração de otimização do processo produtivo do jornalismo. Os profissionais que trabalham na produção do programa precisam atuar tanto de modo multitarefa, já que existe um número reduzido de pessoas na equipe, como de maneira multimidiática, em virtude de o programa ser exibido em mais de uma plataforma de mídia. Também é válido destacar que os integrantes da equipe do “Banca de Sapateiro” desempenham a função muito mais dentro da redação do que no local do acontecimento. Além das entrevistas e da participação de ouvintes e repórteres, o programa radiofônico conta com a apresentação de quadros que permitem que o jornalista transmita a informação a partir do próprio espaço de trabalho, indicando o que Pereira (2004) caracteriza como “jornalista sentado”.

Foi observado no período de análise do Programa “Banca de Sapateiro” que o quadro “Direto da Redação” oferecia aos ouvintes alguns destaques de notícias publicadas nos principais portais do Brasil. O quadro, que não tinha um horário fixo de ir ao ar, era apresentado como conteúdo do programa de segunda-feira à sexta-feira. Desse modo, o jornalista responsável pela apresentação do “Direto da Redação” cumpria como rotina fazer a busca dessas informações sem realizar a devida apuração para que o assunto chegasse ao ar. Embora o objetivo do quadro fosse o de atualizar o ouvinte sobre os principais fatos do dia, havia nesse contexto uma deficiência na produção jornalística diante da não realização do processo produtivo da notícia.

De acordo com Lopez (2010, p. 188) “algumas tecnologias adotadas pelos jornalistas na produção do conteúdo da emissora geram reflexos diretos no produto”. A autora explica que a ferramenta mais utilizada nas rotinas produtivas do rádio no século XXI é a internet e que o uso dessa tecnologia facilita o trabalho de um jornalista sem precisar que o mesmo esteja presente no palco do acontecimento. Nesse sentido, o quadro do “Banca de Sapateiro” denominado como “Trânsito” também pode ser citado como exemplo. O quadro tem o objetivo de levar ao ouvinte informações sobre a intensidade do trânsito em determinados locais da cidade. Através do aplicativo *Waze*, Arimatéia Carvalho noticiava aos ouvintes os trechos que

estavam com trânsito lento em Teresina. Algumas emissoras do Brasil utilizam o serviço de repórter aéreo, através de um helicóptero, para transmitir em tempo real a situação do trânsito em determinada região. Até o ano de 2005, a informação que favorecia motoristas e usuários do transporte público era privilégio apenas das grandes emissoras do eixo Rio-São Paulo. Com o surgimento de aplicativos de trânsito como *Waze* e *Google Maps* é provável que essa informação chegue ao público sem necessariamente haver deslocamento de jornalista para cobrir a situação do tráfego urbano.

O apresentador do programa, Arimatéia Carvalho (2021), aponta que a construção de um conteúdo aliado a tecnologia passa a ser uma realidade do jornalismo contemporâneo no espaço de convergência. Com isso, compreende-se necessário avaliar, no quesito profissional, os reflexos causados por essa inovação tecnológica imposta pela condição de mercado radiofônico do século XXI. Partindo desse pressuposto, é preciso considerar que, apesar do jornalista atuar cada vez mais no ambiente interno da redação, o volume de conteúdo que ele recebe via internet amplia o campo de ação do comunicador. De acordo com Lopez (2010, p. 199), “pode-se afirmar que a rede mundial de computadores foi a que permitiu maior aproximação entre os jornalistas e suas fontes, novas técnicas para a construção da notícia e, conseqüentemente, a que demanda do jornalista maior atualização em relação às suas habilidades e técnicas”. A autora também indica que as revisões na configuração das práticas jornalísticas, a partir do uso da internet, demanda do profissional da área uma atitude pró ativa para que o veículo acompanhe as tendências mercadológicas.

Segundo o dicionário da língua portuguesa ser proativo significa a ação de uma pessoa que se comporta ou pensa de modo antecipado diante de qualquer necessidade ou mudança. A partir desta definição é importante mencionar que os profissionais que tem como base a proatividade passam a ser valorizados diante do contexto da convergência jornalística. Segundo o âncora do “Banca de Sapateiro”, Arimatéia Carvalho (2021), “o profissional de um programa jornalístico precisa estar atento com as atualizações das notícias que circulam nos portais e redes sociais quase que 24h por dia”. Ele também considera importante que o comunicador esteja preocupado em conhecer o funcionamento de ferramentas tecnológicas que contribuam para a prática jornalística, já que a atuação no rádio agora exige habilidades multimidiática e multitarefa.

Durante a escuta dos programas analisados é possível perceber que Arimatéia Carvalho consegue conciliar o papel de apresentador e produtor a partir da dinâmica de condução do programa. Essa multitarefa acontece principalmente quando chega à redação um pedido do ouvinte que precisa de uma resposta imediata. De acordo com o âncora do programa,

essa ação facilita o andamento do “Banca de Sapateiro” já que a equipe é reduzida e há uma sobrecarga de informação que chega através do aplicativo *WhatsApp*, quando o programa está no ar. Arimatéia Carvalho (2021) esclarece que no momento que ele abre a plataforma de mensagens instantâneas e verifica que o conteúdo rende uma pauta para o programa, ou pode gerar um boa discussão para a rotina do dia, ele mesmo já encaminha o material para quem pode esclarecer mais informações a respeito do assunto apresentado.

A função multitarefa não é a única exigência do trabalho realizado por Arimatéia Carvalho. O âncora lida com uma apresentação simultânea do Programa “Banca de Sapateiro” na TV, no Rádio e na Internet e, por isso, é preciso adotar posturas que atendam a instância da multimídia. O apresentador Arimatéia Carvalho (2021) considera que as atuações multitarefa e multimidiática são desafiadoras, mas confessa que o jornalista precisa se adaptar a essa (nova) rotina produtiva para se manter presente no mercado de trabalho. O âncora exemplifica o contexto da rotina jornalística na era da multimídia. Ele faz um comparativo entre o período que o “Banca de Sapateiro” era transmitido apenas na *Rádio Jornal Meio Norte* e que mudanças foram necessárias com o programa sendo transmitido em outras mídias.

Quando o programa era transmitido apenas no rádio, eu tinha condições de me comunicar com o Renan (produtor) com mais agilidade, sem necessariamente estar preocupado com o meu comportamento de imagem na TV. Havia também uma maior possibilidade de apurar mais conteúdos. Por exemplo, enquanto tinha um áudio do ouvinte ou tinha a participação de um repórter no ar, eu não perdia tempo em estar mexendo no *WhatsApp* ou fazendo algum tipo de ligação para investigar algum outro assunto. Hoje o programa exige de mim uma postura de televisão, mais concentração e uma preocupação com a linguagem adotada (CARVALHO, 2021).

O produtor do programa Renan Lopes também atua em uma rotina multitarefa e multimidiática. De acordo com Renan Lopes (2021), o seu cotidiano jornalístico não é focado apenas no entendimento da funcionalidade do processo de produção da notícia. Ele aponta que a rotina envolve conhecimento da utilização das ferramentas digitais, agilidade na condução do processo jornalístico tanto no rádio como na TV e disposição para acompanhar a atualização dos fatos a nível regional, nacional e internacional (independentemente de estar ou não no seu horário de trabalho). A jornalista Ranielly Veloso (2021), correspondente da emissora em Brasília, reitera a fala dos colegas e afirma que todas as etapas da produção de notícias da capital federal são de responsabilidade dela. Além do mais, Ranielly Veloso (2021) precisou aprender a manusear equipamentos e aplicativos que proporcionassem a transmissão das participações

feita no modo ao vivo e gravado. A videorepórter entra em contato com as fontes, agenda com os entrevistados, faz apuração dos acontecimentos do dia, se desloca até o local da transmissão sem apoio de motorista pago pela emissora, monta o seu equipamento composto por tripé, *led*, microfones de lapela, de punho e o *boom*, faz os devidos testes para verificar imagem e som, escreve matérias, edita o seu material e realiza entrevistas e participações ao vivo.

4.3.1.5 Linguagem multimídia – Rádio e TV

O “Banca de Sapateiro” é um programa que tem matriz de transmissão no rádio, com migração para a televisão e para a internet. No jornalismo, cada mídia tem características próprias, como é o caso de uma linguagem específica utilizada em cada um dos meios de comunicação. A linguagem do rádio é sensorial, imaginária, de conquista do ouvinte, por exemplo; enquanto a linguagem da TV precisa unir o texto à imagem para passar a informação ao público. No universo digital a tecnologia proporciona a unidade dessas mídias, antes transmitidas de modo individual.

De acordo com Lopez (2010, p. 203), é certo que o jornalista faça adaptações na construção da narrativa radiofônica para diferentes plataformas, já que o sinal do rádio está cada vez mais presente em diferentes mídias. Segundo a autora, “trata-se de um rádio hipermediático, que fala em diversas linguagens, em distintos suportes e, ainda assim, mantém no áudio seu foco” (LOPEZ, 2010, p. 206). Contudo, ela defende que apesar da informação radiofônica se difundir em múltiplas plataformas e linguagens para atrair consumidores em diferentes meios, o áudio precisa ser independente e ao mesmo tempo complementar, pois “nem todo ouvinte pode – ou quer buscar um aprofundamento, uma multiplicidade de linguagens – seja através do rádio digital ou de um suporte de web da emissora” (LOPEZ, 2010, p. 206).

Mediante a observação do Programa “Banca de Sapateiro” é possível averiguar que ainda há dificuldade na adoção de uma linguagem que atenda o público radiofônico e televisivo ao mesmo tempo em alguns momentos da apresentação do programa. No dia 13 de janeiro de 2020, Arimatéia Carvalho recebe um vídeo do ouvinte Geraldo com imagens de ruas e casas alagadas em um bairro de Teresina e com áudio do barulho de chuva. No ar, Arimatéia Carvalho (2020, grifos do autor) diz: “*Vamos ver o vídeo* que o Geraldo mandou para a gente”. O âncora solta o vídeo no programa, mas quem está apenas no rádio escuta somente o som da chuva. Logo em seguida, o apresentador comenta: “Gente, *olha* como ficaram os carros no bairro Torquato Neto com a chuva!”. Mais uma vez o ouvinte não consegue identificar o que de fato está sendo transmitido no vídeo, em virtude do não esclarecimento das imagens.

Outro problema de compreensão da linguagem radiofônica na era da convergência aconteceu no programa do dia 14 de janeiro de 2020. O repórter da TV Meio Norte, Kilson Jonh, entra ao vivo no “Banca de Sapateiro” para informar sobre um acidente que aconteceu na BR 316. No decorrer da participação o repórter afirma: “*Você está vendo* aí as imagens desse veículo que capotou no início da manhã de hoje e deixou duas pessoas feridas” (JONH, 2020, grifos do autor). Nesse caso, o repórter deixa a desejar quando na narração da notícia prevalece a linguagem adequada apenas para a televisão.

Também no programa do dia 14 de janeiro, o ouvinte Lauro César envia para o *WhatsApp* do programa o link do seu canal do *Youtube* e pede, através de mensagem de texto, que o âncora divulgue um vídeo que apresenta o resgate histórico das principais ruas e avenidas da capital piauiense através de imagens. O vídeo, com duração de 8 minutos, é composto por fotos e trilhas. Quando Arimatéia Carvalho colocou o conteúdo no ar, o público ouvinte só conseguia identificar o som da trilha sonora do vídeo. Após 1h40min de exibição do vídeo é que o locutor do programa de rádio faz uma referência as imagens que estava olhando na tela. Na figura 7 segue a imagem do vídeo do canal do *Youtube* do ouvinte Lauro César, divulgado no “Banca de Sapateiro”.

Figura 7: Vídeo do ouvinte Lauro César



Foto: Liana Nunes

Por sua vez, no dia 20 de janeiro de 2020, o Programa “Banca de Sapateiro” colocou no ar uma matéria do jornalismo da *TV Meio Norte*, sobre a Premiação Social do GMNC.

Apesar do aproveitamento de um conteúdo relevante para emissora, o VT foi apresentado ao ouvinte na íntegra, sem as devidas edições que seguem o padrão de uma matéria jornalística para o rádio.

As matérias ou reportagens construídas para exibição na televisão seguem uma formatação de texto diferente, já que é preciso casar texto com a imagem. No caso do telejornalismo, não é considerado importante que o repórter apresente no seu *off* quem foi entrevistado para compor uma sonora, em virtude da existência dos créditos na matéria. Contudo, para um programa radiofônico esse critério é fundamental. É necessário, por exemplo, que o áudio da matéria apresente o nome e a função do entrevistado, porque no rádio não há presença visual de créditos que identifique a pessoa.

Também foi identificado que não há uma adaptação no conteúdo das vinhetas do Programa “Banca de Sapateiro”. O ouvinte, por exemplo, escuta a seguinte frase na chamada da abertura de cada bloco: “Você está assistindo “Banca de Sapateiro”. A identidade de trilha sonora e frase desta vinheta é a mesma tanto para a Televisão como para o Rádio.

Segundo Del Bianco (2010, p. 91), é possível identificar o impacto das mudanças na linguagem radiofônica a partir da inserção da frequência do rádio no ambiente de convergência multimídia de base interativa. No caso do Programa “Banca de Sapateiro”, o apresentador Arimatéia Carvalho considera importante e necessário trabalhar a linguagem pensando nos públicos que acompanham no programa. Ele afirma que tem esse cuidado de descrever as imagens para o ouvinte quando possível e considera que “a notícia do rádio quando é transmitida também na TV potencializa a legitimidade da informação” (CARVALHO, 2021).

4.3.2 Casos relacionados ao mês de março de 2020

Em março de 2020 o mundo vivia uma crise sanitária de saúde pública em virtude da pandemia do novo Coronavírus ou Covid-19. Medidas de isolamento social, prevenção com o uso de máscara e álcool em gel, higienização das mãos foram adotadas para evitar a infecção da doença. A rotina da população foi alterada significativamente em um processo que ganhou repercussão social, econômica, cultural, política etc. em prazo que perdura ainda até o momento da escrita desta dissertação. De acordo com Lopez, Kischinhevsky e Benzecry (2020, p. 7), a situação da pandemia da Covid-19 afetou também o cotidiano dos meios de comunicação e em particular a rotina do rádio, “que tradicionalmente assume protagonismo em situações extremas, mas que desta vez precisou se reinventar”. Para os autores, dentre os desafios estavam a exigência de “novos cuidados com a saúde de equipes, e o crescimento dos circuitos de

desinformação, tendo como alvo sobretudo o conhecimento científico e a mídia profissional” (LOPEZ; KISCHINHEVSKY; BENZECRY, 2020, p. 7).

Outro impacto causado em virtude da pandemia foi o aumento do consumo de rádio por parte do público. Rodero (2002, p. 3) explica que isso se deve em virtude do confinamento das pessoas em casa para evitar o contágio da doença. A autora enfatiza ainda que este período proporcionou ao rádio não só a ampliação do período da escuta, mas também a variedade de programas focados em ampliar a difusão de informações atualizadas e de utilidade pública sobre a Covid-19. Segundo uma pesquisa realizada pelo Inside Rádio 2020, da Kantar Ibope Media, 78% dos entrevistados passaram a escutar rádio em casa e 18% no carro. Desse público, ainda de acordo com a pesquisa citada, 81% voltaram a utilizar o aparelho de rádio, 23% usaram o celular para escutar a programação radiofônica e 3% ouviram rádio através do computador. Outro dado importante apresentado pela pesquisa é que 75% dos ouvintes mantiveram ou aumentaram o tempo de escuta e 17% voltaram a escutar rádio depois das medidas de isolamento social.

A participação do público neste período de pandemia e as alterações na rotina produtiva do Programa “Banca de Sapateiro”, de 17 a 26 de março de 2020, também fazem parte das análises desta pesquisa. No dia 16 de março de 2020, o Governo do Piauí baixou um decreto com medidas restritivas em prevenção ao novo Coronavírus. A prefeitura de Teresina seguiu as mesmas recomendações do decreto estadual. Por isso, achou-se importante a escolha desse período de observação para analisar a rotina produtiva do Programa “Banca de Sapateiro” no período da pandemia e como acontecia a participação do ouvinte no momento de isolamento social. De acordo com o apresentador Arimatéia Carvalho (2021), o programa precisou fazer alguns ajustes em virtude da nova realidade. Ele afirma que com a pandemia da Covid-19 “foi possível observar a mudança no comportamento do ouvinte, tanto por este público estar presente em casa, como também pela necessidade de ser bem informado sobre o movimento do mundo em relação a uma doença até então desconhecida pela saúde” (CARVALHO, 2021). De acordo com a análise feita de 17 a 26 de março de 2020 foi possível selecionar duas categorias para que os resultados fossem melhor explanados, como está explicado na tabela 4.

Tabela 4: Números de cada categoria

DATA	Programa “Banca de Sapateiro” e a acentuação da dependência do uso da internet na rotina produtiva durante a pandemia	Participação do ouvinte em isolamento social
17.03.2020	2	2
18.03.2020	1	3
19.03.2020	1	7
20.03.2020	1	5
23.03.2020	1	5
24.03.2020	2	4
25.03.2020	0	6
26.03.2020	1	5

Fonte: Dados da pesquisa 2020

4.3.2.1 Programa “Banca de Sapateiro” e a acentuação da dependência do uso da internet na rotina produtiva durante a pandemia

Informações de utilidade pública, entrevistas com especialistas por telefone, participação de repórter em *home office*, intenso fluxo de notas, áudios e vídeos concedidos pelas assessorias de imprensa e ouvinte com presença reduzida durante a programação. Essas são algumas características observadas no primeiro dia da rotina produtiva do Programa “Banca de Sapateiro” após a emissão dos decretos estadual e municipal para a contenção da Sars-CoV-2. O objetivo das pautas do programa do dia 17 de março de 2020 era informar a população sobre as medidas restritivas, os cuidados com higiene das mãos, o uso correto da máscara, como fazer o distanciamento social de modo correto, entre outros assuntos relacionados a pandemia.

A frase repetida várias vezes por Arimatéia Carvalho durante a apresentação do programa “Banca de Sapateiro” foi: “Se você puder, fique em casa!”. O âncora também dialogou com o ouvinte sobre os procedimentos adotados pelo Grupo Meio Norte de Comunicação para evitar a transmissão no ambiente de trabalho e também explicou que a partir daquele dia alguns profissionais do sistema de comunicação precisariam trabalhar da própria casa, sem perder a qualidade e a credibilidade da informação, com o objetivo de deixar o ouvinte sempre informado.

Durante a apresentação do “Banca de Sapateiro” do dia 17 de março de 2020, Arimatéia Carvalho enfatizava informações que causassem interesse e atenção do público, como: fechamento das escolas, frota de ônibus reduzida, fechamento do comércio e localidades

com Unidades Básicas de Saúde voltadas para atendimento de pessoas com a doença. Foi possível perceber que o conteúdo deste programa foi amparado pelas atualizações de *sites* de notícias e por material encaminhado pelas assessorias de imprensa. O intuito era apresentar ao ouvinte como agir e como se prevenir da contaminação do novo Coronavírus. A repercussão dos assuntos apresentados como pauta foram ganhando visibilidade a partir do momento que especialistas de determinadas áreas eram entrevistados no programa para legitimar a informação.

No programa do dia 18 de março de 2020, a informação de utilidade pública mais uma vez ganha evidência no programa. Foi percebido que o diálogo do âncora durante a abertura do programa estava diferente dos programas analisados durante o mês de janeiro de 2020. Já não havia tanto incentivo para a participação do ouvinte e o foco estava nas orientações de cuidados que todos precisavam ter para encarar a situação de calamidade na saúde pública. A primeira pauta do programa foi informar a audiência os setores que suspenderam as atividades ou que estavam funcionando parcialmente. Leituras de portais sobre atualização de notícias, participação de repórteres no estúdio ou em *home office*, matérias aproveitadas do jornalismo da *TV Meio Norte* e entrevistas fizeram parte da rotina produtiva do programa deste dia.

Nota-se, a partir da análise do *corpus*, que a produção do programa recorre com mais evidência às fontes oficiais. Segundo Renan Lopes (2021), as fontes oficiais estavam presentes no programa através da marcação prévia de uma entrevista no estúdio ou via aplicativo, ou por meio de algum questionamento do ouvinte respondido por gestores públicos. Com a rotina produtiva do “Banca de Sapateiro” em tempo de pandemia, a busca pelas fontes responsáveis em esclarecer a sociedade sobre pontos relevantes no combate a Covid-19 ganhou mais espaço no programa. No dia 19 de março de 2020, por exemplo, aconteceram as seguintes entrevistas, todas via *WhatsApp*: Lilian Lopes, nutricionista, falando sobre alimentos que melhoram a imunidade do organismo contra a doença; Kledson Batista, diretor de atenção básica de saúde da Fundação Municipal de Saúde, sobre o funcionamento das UBS em Teresina; Adriana Castelo Branco, contadora, falou sobre as novas regras da Medida Provisória do Governo Federal; Daniela Aita, presidente do Instituto da Assistência à Saúde dos Servidores do Piauí (Iaspi), comentou sobre como os usuários do plano de saúde podiam realizar atendimento por telemedicina.

Os ouvintes, em contrapartida, participavam através do envio de mensagens via *WhatsApp* para tirar dúvidas e fazer comentários. O taxista Pedro Paulo encaminhou para o programa o seu comentário a respeito da falta de clientes para realizar as corridas. O ouvinte Francisco entrou em contato com o “Banca de Sapateiro” para tirar dúvidas sobre o

funcionamento das lojas do comércio de Teresina. Outro ouvinte (com nome não identificado) envia um áudio parabenizando pela cobertura feita pelo programa para deixar o público bem informado. A audiência estava interagindo, contudo, foi possível identificar que a ação colaborativa do ouvinte para ajudar na rotina produtiva do programa estava escassa.

Foi observado que a integração entre as mídias do Sistema Meio Norte de Comunicação ganhou força. O produtor do “Banca de Sapateiro” admite que o contato com a produção da TV, do Portal e do Impresso foi necessário para a rotina do programa ter um reforço na produção. Ele garante que as equipes estavam sempre compartilhando assuntos relacionados a pandemia, além das pautas produzidas. Dessa forma, Renan Lopes esclarece que:

[...] os repórteres da TV passaram a ganhar mais espaço no programa radiofônico levando a informação quente do dia, as notícias do portal meionorte.com estavam sendo atualizadas também pelo apresentador do programa de rádio com mais intensidade e o jornal impresso utilizava algumas das nossas entrevistas para produzir matérias (LOPES, 2021).

De acordo com o produtor Renan Lopes, foi a rede mundial de computadores “que ajudou na presença *online* de repórteres, entrevistados e ouvintes, o que salvava a produção do dia” (LOPES, 2021). Ele garante que a equipe precisou se readaptar com as possibilidades que a tecnologia podia favorecer a produção do programa, além de aprender novas técnicas de uso de instrumentos tecnológicos favoráveis a rotina produtiva do jornalismo em período de pandemia. Embora a garantia do uso da internet fosse essencial para o andamento da rotina produtiva do “Banca de Sapateiro”, é observado durante o período de análise de 17 a 26 de março de 2020 que a equipe passou por algumas dificuldades, principalmente por conta da qualidade e velocidade de uma rede que ficou com uso sobrecarregada.

No programa do dia 20 de janeiro de 2020, Arimatéia Carvalho coloca no ar a participação da jornalista da *TV Meio Norte*, Cíntia Lages, para trazer informações sobre a “Caravana Meu Novo Piauí”. A entrada ao vivo da jornalista começa a falhar após queda na rede de internet. O âncora do programa justifica a situação para o ouvinte com o seguinte discurso: “A instabilidade da internet está dificultando o nosso trabalho. A gente tenta, mas está difícil! Não são falhas técnicas. É a internet do Piauí que já não é muito boa e agora com aumento do uso da rede por conta da pandemia é que complicou mesmo” (CARVALHO, 2021). Houve também reclamação do âncora no programa do dia 24 de janeiro de 2020:

Estamos mais uma vez sem internet. A rede está sendo usada por muito brasileiros que agora estão em casa, trabalhando de *home office*. Esse pode ser um dos motivos da baixa qualidade de internet nos últimos dias. Eu não consigo, por exemplo, colocar nenhum áudio que os ouvintes mandaram através do *WhatsApp*. Com isso vamos chamar o quadro giro internacional (CARVALHO, 2021, grifos do autor).

Ainda no programa do dia 24 de janeiro de 2020, a jornalista Ranielly Veloso, correspondente de Brasília, não conseguiu realizar uma entrada ao vivo com transmissão via internet, assim como o repórter Kilson Dione no dia 25 de janeiro de 2020. Do mesmo modo, no dia 26 de janeiro de 2020 Arimatéia Carvalho reclama no ar sobre a falta de internet no estúdio para dar andamento ao programa. Mesmo assim é notório que o apresentador consegue manter o ritmo do “Banca de Sapateiro” através de informações que já são de seu conhecimento. O comunicador também diz recorrer a internet do seu próprio celular para atualizar as notícias. De acordo com o âncora, “a adaptação da rotina jornalística no início da pandemia foi delicada. Houve um esforço da equipe para sempre encontrar soluções diante dos desafios, porque era preciso pensar no público que estava sedento por uma informação de qualidade” (CARVALHO, 2021). Ele afirma que o objetivo e o padrão de prestação de serviço ao ouvinte precisavam ser mantidos, principalmente com a necessidade de informar a respeito da pandemia da Covid-19.

O fazer jornalístico do século XXI está dependente de uma boa conexão de internet. As redações sobrevivem, em boa parte da rotina produtiva, a partir do uso de plataformas que utilizam a rede não somente para ficar por dentro das atualizações dos portais de notícias, mas para compartilhar *script*, espelhos, fazer gerenciamento de créditos e entrar em contato com as fontes, seja por meio de áudio ou vídeo. Sem internet o programa ou a produção da notícia pode parar ou ficar comprometido. De acordo com Costa (2018, p. 28), “a incorporação de recursos digitais no setor da produção de notícias é um dos divisores de tempo mais importantes registrados na história do radiojornalismo que hoje vive um tempo de acesso amplificado às informações”. A autora afirma ainda que não tem como o jornalismo de rádio se manter apenas com informações vindas de no máximo três agências de notícias, como na década de 1950, quando se teve a consolidação dos departamentos de radiojornalismo.

Lopez (2009, p. 35) também discorre sobre o assunto ao afirmar que “entre as tecnologias recentes a que mais gerou alterações nas rotinas do jornalismo de rádio foi a internet. Ela demanda hoje alterações nas redações sob duas perspectivas: considerada como fonte e como suporte para a informação”. A internet é essencial para o andamento produtivo do meio, expande horizontes e faz do rádio um veículo presente e atual. Por isso, o âncora do Programa “Banca de Sapateiro”, Arimatéia Carvalho, realiza queixas no ar em virtude da má

qualidade de internet durante a apresentação do programa de rádio. O processo lento da rede interferiu tanto na condução do programa de rádio, como na atualização de informações, na participação de repórteres, bem como na participação do ouvinte via aplicativo de mensagens.

4.3.2.2 Participação do ouvinte em isolamento social

Esta categoria de análise partiu do interesse de compreender como se deu a rotina produtiva do programa com o ouvinte como colaborar da informação em tempo de isolamento social. O recorte de 17 a 26 de março de 2020 foi definido por ser a primeira semana com medidas restritivas de isolamento social no Piauí. Os órgãos de saúde, nesta época, já alertavam para o rápido contágio da Sars-CoV-2 e orientavam que as pessoas permanecessem em casa, com o objetivo de evitar a transmissão do vírus.

É possível perceber durante as audições dos programas que compreendem o *corpus* desta análise, que nos dias 17 e 18 de março de 2020, o ouvinte praticamente não participou do programa, como é identificado na tabela 5.

Tabela 5 – Número de participação dos ouvintes

DATA	QUANTIDADE DE PARTICIPAÇÕES	HORÁRIO	CONTEÚDO
17 de março de 2020	2	12h25 min	Opinião
		12h44 min	Dúvida
18 de março de 2020	3	11h38min	Parabenizando pela cobertura da rádio
		12h10min	Dúvida
		12h13min	Dúvida

Fonte: Dados da pesquisa - 2020

Entretanto, algumas interrogações surgiram no decorrer da análise, a saber: 1) O ouvinte realmente estava querendo entender mais sobre o assunto de uma doença que era desconhecida pela humanidade? 2) O público não estava presente no palco do acontecimento por que estava em isolamento social? 3) A produção do “Banca de Sapateiro” realizou uma seleção mais apurada de conteúdos importantes para o dia, com a opção de colocar no ar as fontes oficiais e não conceder tanto espaço aos ouvintes? De acordo com Arimatéia Carvalho

(2021), nos primeiros dias de medidas restritivas em Teresina, a produção tinha em mãos um conteúdo relevante para ser colocado no ar com o intuito de atender uma prestação de serviço ao ouvinte. Contudo, o apresentador também declara que a pandemia acelerou o número de ouvintes querendo participar do programa e que os conteúdos abordados, em sua maioria, eram para tirar alguma dúvida sobre o assunto que estava no ar ou para fazer alguma denúncia e reclamação.

A partir do dia 19 de março de 2020 foi possível identificar uma maior presença da audiência na participação do programa. Nota-se que os conteúdos enviados pelo público, para o *WhatsApp* da emissora, só eram colocados no ar após o quarto bloco. No programa do dia 19 de março de 2020, Arimatéia Carvalho diz, às 13h07min: “Vamos agora fazer uma rodada de participação de ouvintes. Vou abrir aqui as mensagens do *WhatsApp* para que a gente possa interagir” (CARVALHO, 2020). O posicionamento do âncora indica que no programa do dia 19 de março de 2020 a presença do público como colaborador da informação não foi prioridade. Ele mesmo afirma no ar no programa do dia 23 de março de 2020: “Estamos dando prioridade as notícias sobre a Covid-19”.

Embora o âncora alertasse para a prioridade das notícias sobre covid-19, a participação do ouvinte via *Whatsapp* continuou a todo vapor, inclusive, com informações não verídicas. No programa do dia 20 de março de 2020, um ouvinte (com nome não identificado) encaminhou um áudio avisando que, em virtude das fortes chuvas, a ponte do bairro Poty Velho tinha caído. Enquanto a equipe de produção checava a informação, outro ouvinte do programa foi até o local, fez o vídeo da ponte e desmentiu o conteúdo. No programa do dia 25 de março de 2020, Arimatéia Carvalho se posiciona perante a sua audiência pedindo cuidado com as informações enviadas ao programa:

A gente precisa confirmar também essas informações de ouvintes, porque o *WhatsApp* transmite muita informação falsa. Peço desculpas ao meu público por, às vezes, essas informações chegarem a ir ao ar. Mas nossa equipe está sempre à disposição para checar os fatos. Sei que muitas vezes você só quer informar e não tem culpa, mas nosso jornalismo é sério e de credibilidade. Não podemos aceitar situações como essas no programa. Precisamos combater as *Fake News* (CARVALHO, 2021).

O alerta feito pelo âncora Arimatéia Carvalho durante o Programa “Banca de Sapateiro” reflete para um problema vivenciado de forma sintomática pela sociedade do século XXI. De acordo com Ferraretto (2019, p. 155), o rádio contemporâneo, frente aos desafios provocados pelas redes sociais, prolifera alta quantidade das chamadas *FakeNews*. Por isso é

fundamental que o veículo esteja preocupado em confirmar os fatos antes de noticiar o acontecimento. O autor defende que a expressão *FakeNews* soa absurda, já que “se algo é *Fake* jamais poderia ser associado a *News*” (FERRARETTO, 2019, p. 165). O combate a desinformação, dentro de uma sociedade cada vez mais conectada, é um desserviço à sociedade. Ainda segundo Ferraretto (2019, p. 166), “em uma sociedade tão plena de informações inconsequentes e mentirosas com alto grau de radicalização e, como consequência, sob forte crise institucional, ao rádio deve caber o papel de companheiro, certificador, guia e mediador”.

A partir da tabela abaixo é possível perceber que os conteúdos fornecidos pelo ouvinte do programa “Banca de Sapateiro”, durante as primeiras semanas das medidas restritivas adotadas no Estado do Piauí, predominavam para as categorias: denúncia, opinião e dúvida.

Tabela 6: Conteúdo dos ouvintes de 17 a 26 de março de 2020

DATA	QUANTIDADE	CONTEÚDO
17 de março	2	Opinião/Dúvida
18 de março	3	Parabenizando pela cobertura/Dúvida/Dúvida
19 de março	7	Opinião/Denúncia/Denúncia/Opinião/ Dúvida/Dúvida/Denúncia
20 de março	5	Denúncia/Denúncia/Denúncia/Colaboração/Colaboração
21 de março	5	Denúncia/Denúncia/Denúncia/Dúvida/Dúvida
24 de março	4	Reclamação/Reclamação/Opinião/Dúvida
25 de março	6	Parabenizando pelo dia do pedreiro/Opinião/Dúvida/Opinião/Dúvida/Dúvida
26 de março	5	Dúvida/Denúncia/Opinião/Denúncia/Opinião

Fonte: Dados da pesquisa 2020

Foi identificado que as denúncias sempre são sobre locais de aglomeração em Teresina e preços abusivos do álcool em gel. Já as dúvidas fazem referência a vacina contra a gripe, o auxílio emergencial concedido pelo governo federal, os locais de atendimentos de pessoas com Covid-19, a realização do pagamento de uma conta e a solicitação de um médico através de telemedicina em tempo de pandemia. O conteúdo da opinião do ouvinte volta-se ao trabalho *home office*, ao fechamento do comércio, a sobrevivência dos empregados autônomos, as medidas restritivas adotadas pela Prefeitura de Teresina e pelo Governo do Estado. Quadros e Lopez (2015, p. 177) denominam conteúdos de dúvidas ou opinião enviados pelo ouvinte como uma participação espontânea simples. De acordo com as autoras, “este tipo de participação diz respeito às manifestações espontâneas do ouvinte para com a rádio, isto é, sem que o mesmo esteja reagindo a uma provocação”. Quadros e Lopez (2015, p. 177) afirmam ainda que “esse

tipo de participação não há diálogo com a emissora, apenas uma ação isolada por parte do ouvinte que, contudo, pode evoluir para uma interatividade dialógica a partir do momento que a emissora responder à manifestação”.

Diante do conteúdo da participação do público, entre os dias 17 e 26 de março de 2020, é preciso considerar que o ouvinte permanece presente no Programa “Banca de Sapateiro”, mas não com tanta ênfase na ação colaborativa do processo produtivo da notícia. Em vez disso, é o programa que intensifica e potencializa uma das características essenciais do rádio: a prestação de serviços.

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

O rádio sempre foi atual porque consegue, ao longo de cada etapa de sobrevivência, reconfigurar-se frente as novas exigências técnicas e tecnológicas. No século XXI, o veículo acompanhou o desenvolvimento da tecnologia digital para permanecer presente na vida de um ouvinte que, na contemporaneidade, está conectado, em especial através do aparelho *smartphone*. Ao longo da história do rádio, nota-se que os desafios para manter a audiência e uma programação no ar foram constantes. Desde a chegada da televisão, da Frequência Modulada (FM) e da internet, por exemplo, as emissoras radiofônicas buscaram não só sobreviver no mercado, como também mudaram suas práticas e rotinas, de maneira que o radiojornalismo e a prestação de serviço ganharam cada vez mais espaço dentro da programação.

No Piauí, não diferentemente do que aconteceu no Brasil, as rádios não só importaram tecnologias como também fórmulas de sobrevivência e sucesso. Isso é perceptível quando se analisa a história do rádio e se verifica que programas de larga audiência foram implementados nas rádios locais de maneira que fidelizasse seu público cativo e o tornasse cada vez mais partícipe da programação oferecida. O rádio nunca abandonou seu ouvinte. Antes, criou estratégias para conquistar o público arranjando meios para que ele continuasse participando e colaborando com a programação radiofônica.

Desde cartas a telefonemas, historicamente, registra-se que o ouvinte quis se fazer presente na programação do rádio, seja através do pedido de uma música, seja na transmissão de um recado para um parente que se encontrava em outro Estado, seja reclamando, seja enviando uma informação ou a espera dela etc. Com a chegada da internet, dos dispositivos móveis e dos aplicativos, a forma de o ouvinte entrar em contato com as emissoras de rádio ganhou um novo formato, em particular, nos programas que solicitam sua participação. Com a popularização do *WhatsApp* e a sua utilização na rotina produtiva do rádio, verificou-se que a participação do ouvinte se amplia, na medida em que ele agora não apenas envia uma mensagem de texto ou de voz, mas também produz imagens e as compartilha com os radialistas de sua preferência.

Foi através dessas mudanças no âmbito da produção do conteúdo informativo no rádio, a partir da colaboração do ouvinte por meio do *WhatsApp*, que a presente dissertação se dedicou a analisar as alterações da prática jornalística e a rotina de produção de conteúdo do Programa “Banca do Sapateiro”, da *Rádio Jornal Meio Norte*. Por meio do uso do aplicativo *WhatsApp* como espaço de interação com o público, o Programa “Banca de Sapateiro” amplia a

participação do ouvinte por meio de áudio, vídeo, foto ou documentos enviados via aplicativo de mensagens. Dessa forma, o público utiliza as diferentes funções do aplicativo na tentativa de não apenas informar o acontecido, mas confirmar o fato através da imagem.

Por meio da metodologia da Análise de Conteúdo, proposta por Bardin (1977), em concomitância com a metodologia do Estudo de Caso, analisou-se o Programa “Banca de Sapateiro” de 13 a 24 de janeiro de 2020 e de 17 a 26 de março de 2020. Nos dois períodos, nota-se de maneira sintomática que o “Banca de Sapateiro” se enquadra num perfil de um programa de rádio reconfigurado, como definem Salaverría, Garcia Avilés e Masip (2010, p. 58). Ou seja, as dimensões empresarial, tecnológica, profissional e de ampliação do espaço da audiência, podem ser identificadas no programa, particularmente, com o investimento em inovação por meio do uso das ferramentas digitais, o interesse empresarial em reduzir os custos através da contratação de profissionais multimidiáticos, redações integradas e a colaboração do ouvinte como parte do processo produtivo da notícia.

Qualquer emissora de rádio que tenha interesse em ofertar uma programação *all-news* precisa lançar mão de investimento técnico e profissional, como pontua Ferrareto (2011). No entanto, nem sempre é isso acontece. No tocante ao conteúdo produzido pela *Rádio Meio Norte*, observou-se que boa parte é encaminhada pela audiência e, conseqüentemente, algumas dessas informações enviadas são transformadas em pautas para o programa “Banca de Sapateiro”. A emissora investe nessa estratégia de troca de mensagens com o ouvinte do “Banca de Sapateiro” com o objetivo de diminuir custos, em especial o profissional. Por isso que, em muitos momentos do programa, o ouvinte recebe tratamento não apenas de receptor da informação, mas de produtor da mesma. Sendo assim, os ouvintes que colaboram com a produção do programa sentem-se partícipes de um processo que é jornalístico. Na era digital, o rádio continua sendo não apenas o companheiro do ouvinte, mas um espaço no qual a audiência também amplia a sua capacidade como produtora de conteúdo. No caso do programa “Banca de Sapateiro”, tal lugar reservado ao ouvinte como produtor da notícia é suscitado pelo âncora por meio da denominação “colaborador”, “repórter itinerante”.

No período em que o rádio contava com a participação do ouvinte por meio de cartas e telefonemas já havia uma triagem do que ia ser levado ao ar ou não. Com o aparecimento do *WhatsApp* e sua utilização como ampliador de interação com o público essa realidade mudou bastante. Logo, a possibilidade de registrar um acontecimento no lugar do ocorrido e encaminhar de forma instantânea para o *WhatsApp* do programa “Banca de Sapateiro” gerou um fluxo enorme de informação, de maneira que o processo de seleção do que pode ou não ser transmitido é atualmente maior. De acordo com produtor do programa, Renan Lopes (2021), as

mensagens que não são lidas no programa e que podem render pautas para a emissora são utilizadas em outros horários da grade de programação. Até porque o “Banca de Sapateiro” conta com um grande número de participações e é preciso filtrar o conteúdo de acordo com linha editorial do programa, que é concernente a visão dos produtores.

Como se destaca, nem todo o conteúdo encaminhado pela audiência é irradiado. No caso do “Banca de Sapateiro”, a produção tem interesse em selecionar as participações que podem render conteúdo informativo para o programa e, estrategicamente, prioriza os ouvintes que participam praticamente todos os dias. A preferência na participação de determinados ouvintes gera o elo colaborativo entre emissora e público e, algumas vezes, a colaboração passa a ser confundida com profissionalismo.

Como foi apontado, a ampliação da participação do ouvinte por meio do *WhatsApp* na construção do conteúdo informativo, acabou gerando uma economia para determinadas empresas, uma vez que não precisa mais deslocar um profissional até o local do acontecimento. No caso da *Rádio Meio Norte*, a emissora aproveita o ouvinte para transmitir na rádio informações de diferentes regiões sem necessariamente proporcionar que o jornalista contratado se desloque até o local do acontecimento para checar a informação. Foi observado que a checagem e a produção da notícia, em muitos casos, acontece na própria redação, com o “jornalista sentado”. Contudo, com o alto volume de informações que chegam via aplicativo de mensagens, nem sempre é possível que tudo seja checado de imediato e, em alguns momentos, o conteúdo do ouvinte é dado como notícia no programa.

Confere também, a partir do material empírico analisado, que o “Banca de Sapateiro” atua no formato de prestação de serviço funcionando muitas vezes como uma central de resolução de problemas de ouvintes, em especial quando o assunto está relacionado a burocratização de órgãos público. O apresentador envia as demandas para o contato das assessorias de imprensa e consegue receber as devidas respostas também via aplicativo de mensagens. Nesse ponto, percebe-se que há uma troca de interesses. Enquanto as assessorias tentam resolver o problema do ouvinte e, com isso, o programa garante audiência, os assessores de imprensa conseguem espaço garantido no “Banca de Sapateiro” quando estão interessadas em divulgar algum assunto relacionado aos seus assessorados.

A linguagem radiofônica é outro ponto que merece observação. A *Rádio Jornal Meio Norte* tem transmissão integrada com a *TV Rádio Jornal Meio Norte* e os comunicadores sentem dificuldades em transmitir a notícia para o radiouvinte, quando preferencialmente o profissional opta por utilizar uma linguagem voltada para a construção de um texto que exige imagem. Verifica-se que a empresa atua com profissionais multitarefas. Por exemplo, o repórter que sai

para cobrir matéria para o jornalismo de TV é o mesmo que tem a responsabilidade de encaminhar o material ou fazer participações ao vivo para a rádio. A multimídia e a intensa rotina, com *deadlines* cada vez mais curtos, comprometem a linguagem do rádio. No caso do Programa “Banca de Sapateiro” foi verificado que o jornalista não realiza duas matérias sobre o mesmo assunto para serem utilizadas uma no rádio e outra na TV e assim usar a linguagem apropriada para cada mídia. Há um aproveitamento de informação para que de modo simultâneo as informações entrem no ar no mesmo horário em duas mídias diferentes. O uso da mesma linguagem em duas mídias também acontece durante a apresentação do programa ou participação ao vivo de um repórter que está cumprindo pauta na externa.

Assim, os resultados acerca do estudo realizado no mês de janeiro de 2020 revelam que os impactos na prática jornalística do Programa “Banca de Sapateiro” tem relação direta com o processo de convergência jornalística exigente para que o rádio se mantenha no mercado. Isso requer do profissional um acompanhamento de trabalho em um nível multimidiático que caracteriza não somente o domínio das variadas mídias, mas acarreta um aumento na carga horária de trabalho sem recompensas financeiras.

Já no período de análise de 17 a 26 de março de 2020 observou-se que o ouvinte já não é o centro das atenções do Programa “Banca de Sapateiro” e também não colabora com tanta frequência com a produção noticiosa, em virtude da pandemia da Covid-19 e do isolamento social imposto pela doença. O serviço de utilidade pública foi evidenciado desde a leitura de portais, recebimento de notas dos órgãos públicos, recebimento de áudios e vídeos das assessorias de comunicação, entrevistas coletivas ao vivo via internet, entre outras ações da rotina jornalística. Também foi analisado a importância do uso do aplicativo *WhatsApp* como instrumento de trabalho na rotina produtiva, tanto para o recebimento de material, como para colocar no ar as fontes oficiais que pudessem esclarecer mais detalhes para a população a respeito da crise sanitária instalada em todo o mundo. Porém, nesse período de análise a emissora sofreu com as constantes quedas na rede de internet e a rotina produtiva ficou comprometida. A dependência da conexão na *web* é fator relevante para o andamento do processo produtivo do jornalismo na contemporaneidade, mas é necessário perceber que com as intercorrências outras atitudes e ferramentas de produção precisam ser adaptadas para dar continuidade aos trabalhos.

A observação feita no mês de março de 2020 indica uma valorização na transmissão de informações de como órgãos públicos estavam trabalhando naquele momento para desacelerar a contaminação do vírus na capital e no interior do Piauí. Desse modo, foi verificado a importância do papel do jornalismo para a sociedade e a credibilidade do mesmo ao noticiar

os fatos para informar a população a partir das fontes oficiais no processo de produção da notícia. É o rádio em cenário de emergência que permanece exercendo sua função ao atuar em prol da sociedade.

A reconfiguração na rotina produtiva da redação, através da inserção do uso da plataforma de mensagens instantâneas, de fato acontece através da ampliação da participação do público e das adaptações realizadas pelos profissionais para se adequarem em um mercado multimídia. Contudo, o protagonismo da audiência colaborativa perde espaço nas análises feitas no mês de março de 2020, tanto pela necessidade de abrir espaço no programa para que fontes oficiais comentem sobre a pandemia da Covid-19, como pelo fato de o ouvinte não estar mais tão presente nas ruas da cidade, em virtude do isolamento social.

Ainda há muito o que se pesquisar sobre a *Rádio Jornal Meio Norte*. O estudo enveredou apenas para o entendimento de um só programa, o “Banca de Sapateiro”, centrando o olhar para as práticas jornalísticas e a rotina produtiva num determinado período selecionado para a análise. Contudo, tanto a *Rádio Jornal Meio Norte* como o Programa “Banca de Sapateiro” são um campo fértil para pesquisadores que tem interesse em estudar a história e o desenvolvimento do rádio no Piauí, visto que a emissora oferece um formato *all-news* e que em determinados programas se evidencia o *all-talk*, que pode ainda render muitas outras questões e análises. Ainda, como foi apontado, não houve interesse em fazer um estudo de recepção, o que pode ser verificado como outra possibilidade para futuras pesquisas, na medida em que se pode pensar como o ouvinte se sente não só como partícipe do rádio, mas como pode estar envolvido por ele ao se sentir como um colaborador, ou um repórter, por fim, um jornalista nessa configuração em que ele se encontra inserido. Além do mais, é possível analisar também que aplicativos como o *WhatsApp* lhe proporciona um protagonismo frente a informação, ou mesmo o furo jornalístico. Nesta perspectiva, foi possível, longe de qualquer fechamento do tema aqui proposto, levantar discussões importantes a respeito da própria função do jornalismo para a sociedade, já que os meios de comunicação podem e devem, em especial o rádio, servir para ampliar o conhecimento científico e a prestação de serviço para contribuir com a população.

REFERÊNCIAS

- AGRELA, Lucas. Este é o hábito mais comum dos brasileiros no *WhatsApp*. In: **Exame**. 8 de outubro de 2019. Seção Tecnologia. Disponível em: <<https://exame.com/tecnologia/este-e-o-habito-mais-comum-dos-brasileiros-no-whatsapp/>> Acesso em: 14 set. 2020.
- ALSINA, Miquel Rodrigo et al. **La construcción de la noticia**. España: Paidós, 2009.
- BARDIN, Laurence. **Análise de Conteúdo**. Lisboa: Edições 70, 1977.
- BENZECRY, Lena; LOPEZ, Débora Cristina; KISCHINHEVSKY, Marcelo. Rádio reassume protagonismo em situações extremas. In: **Radiofonias**. Revista de Estudos em Mídia Sonora, Mariana, MG, v. 11, n. 02, p. 7, 14 maio/ago. 2020.
- BERTOLINI, Jeferson. Jornalista multimídia e multitarefa: o perfil contemporâneo do trabalho precário no jornalismo. In: **Animus**. Revista Interamericana de Comunicação Midiática, v. 16, n. 31, 2017.
- BITTENCOURT, Maria Clara Aquino. **Convergência midiática e redes digitais: modelo de análise para pesquisas em comunicação**. Curitiba: Appris, 2017.
- BRIGATTO, Gustavo. **Acesso à internet cresce no Brasil, mas 28% dos domicílios não estão conectados**. Globo. 26 de maio de 2020. Seção Econômico Valor. Disponível em: <<https://valor.globo.com/empresas/noticia/2020/05/26/acesso-a-internet-cresce-no-brasil-mas-28percent-dos-domicilios-nao-estao-conectados.ghtml>> Acesso em: 14 set. 2020.
- BRUNS, Axel. Gatekeeping, Gatewatching, Realimentação em tempo real: novos desafios para o jornalismo. In: **Brazilian Journalism Research**. v. II, n. 2, 2014.
- BOLAÑOS, César Ricardo Siqueira; VIEIRA, Eloy Santos. Economia Política da Internet: sites de redes sociais e luta de classes. In: **Anais XXXVI Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação**, INTERCOM, Manaus, 2012.
- CARVALHO, José de Arimatéia. **Entrevista 1** [jan. 2021]. Entrevistador: Liana Nunes. 2021. 1 arquivo. Áudio Teresina, 2021. (40 min.). Apêndice 1 dessa dissertação.
- CASTRO, Kátia; BRUCK, Mozahir Salomão. **Radiojornalismo: retórica e vinculação social**. São Paulo: Intermeios, 2013.
- CHAGAS, Luã José Vaz. Rádio Expandido e o jornalismo: as redações radiofônicas na fase da multiplicidade da oferta. In: **Comunicologia**. Brasília, v. 10, n. 1, p. 29-45. jan./jun. 2017.
- _____. A seleção das fontes via *WhatsApp* no BandNews Rio, 1ª edição, e os conceitos de participação, interação e acesso. In: **Novos Olhares**. São Paulo, v. 7, n. 2, p. 53-63, dez. 2018.
- _____. **A seleção das fontes no rádio expandido**. Cuiabá: Edufmt, 2020.
- CEBRIÁN HERREROS, Mariano. **Modelos de rádio, desarrollos e innovaciones**. Madrid: Fragua, 2007.

COSTA, Adriana Simone. *WhatsApp e a notícia no programa CBN João Pessoa: reconfiguração da produção jornalística na redação de radiojornalismo*. Dissertação (Mestrado em Jornalismo). Centro de Comunicação, Turismo e Arte. Universidade Federal da Paraíba. 2018.

DANELLI, Carolina; ORLANDO, Simone. O uso do *WhatsApp* na rotina produtiva da emissora de rádio BandNews Fluminense FM. In: **Anais do XXXVIII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação**, INTERCOM, Rio de Janeiro, 2015.

DEL BIANCO, Nelia Rodrigues. **Radiojornalismo em mutação: a influência tecnológica e cultural da Internet na transformação da noticiabilidade no rádio**. 2004. 330 f. Tese (Doutorado). Curso de Doutorado em Ciências da Comunicação, Jornalismo e Editoração, Universidade de São Paulo, São Paulo, 2004.

_____. As transformações técnicas na produção do radiojornalismo e os valores notícias. In: MOREIRA, Sonia Virgínia (org.). **70 anos de radiojornalismo no Brasil, 1941-2011**. Rio de Janeiro: EdUERJ, 2011.

_____. Promessas de mudanças na programação e na linguagem das emissoras digitalizadas. In: MAGNONI, Antonio Francisco; CARVALHO, Juliano M. de. (org.). **O novo rádio: cenários da radiodifusão na era digital**. São Paulo: Ed. Senac, 2010. p.91.

DUARTE, Jorge. Entrevista em profundidade. In: DUARTE, Duarte.; BARROS, Antonio (Orgs.). **Métodos e técnicas de pesquisa em Comunicação**. São Paulo: Atlas, 2006, p. 62-83.

ERBOLATO, Mário. **Dicionário de propaganda e jornalismo**. Campinas: Papius, 1985.

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

_____. Alterações no modelo comunicacional radiofônico: perspectivas de conteúdo em um cenário de convergência tecnológica e multiplicidade da oferta. In: **Anais XXXII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação**, INTERCOM, Curitiba, 2009.

_____. **Rádio: teoria e prática**. São Paulo: Summus Editorial, 2014.

_____. Rádio contemporâneo: o modelo de negócio e o poder de referência do meio sob tensão. In: **Revista Eptic**. São Cristóvão, v. 21, n. 2, p. 154-170, maio/ago. 2019.

FERREIRA, Gabriela. Jornalismo do Esgotamento: Estudo sobre o trabalho jornalístico na pandemia e seus reflexos na saúde dos jornalistas. In: **Anais do XLIII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação – Virtual**, INTERCOM, 2020.

GIL, Antonio Carlos. **Métodos e técnicas de pesquisa social**. São Paulo: Atlas, 2008.

JENKINS, Henry. **Cultura da convergência**. São Paulo: Aleph, 2009.

JERÔNIMO, Pedro. Jornalismo de proximidade e mobilidade. In: CANAVILHAS, João (Org.). **Notícias e mobilidade: o jornalismo na era dos dispositivos móveis**. Covilhã: Livros Labcom, 2013, p. 364.

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

KLOCKNER, Luciano. Radiojornalismo de serviço: o rumo da AM em tempos de internet. In: **Anais do XXIII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação**, INTERCOM, 2000.

LEMOS, André. Cidade e mobilidade. Telefones celulares, funções pós-massivas e territórios informacionais. In: **Matrizes**. n. 01, out. 2007.

LOPES, Renan. **Entrevista 3** [jan. 2021]. Entrevistador: Liana Nunes. 2021. 1 arquivo. Áudio Teresina, 2021. (30 min.). Apêndice 1 dessa dissertação.

LOPEZ, Débora Cristina. (Re)construindo o conceito de audiência no rádio em cenário de convergência. In: **Anais do XXXIX Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação**, INTERCOM, São Paulo, 2009.

_____. **Radiojornalismo hipermediático: tendências e perspectivas do jornalismo de rádio all news brasileiro em um contexto de convergência tecnológica**. Covilhã: LabcomBooks, 2010.

_____; QUADROS, Mirian Rending. O Rádio e a relação com o ouvinte no cenário de convergência: uma proposta de classificação dos tipos de interatividade. In: **Famecos: mídia, cultura e tecnologia**. Porto Alegre, v. 22, n. 3, p. 164-181, jul./ago./set. 2015.

MARTINEZ, Monica. O Uso da Análise de Conteúdo em Jornalismo: pesquisas feitas com o método na Intercom de 1996 a 2012. In **Anais XXXVII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação – Foz do Iguaçu, PR – 2 a 5/9/2014** Disponível em: <http://www.intercom.org.br/papers/nacionais/2014/resumos/R9-0126-1.pdf>. Acesso em: 10 abr. 2019.

MEDITSCH, Eduardo. **O rádio na era da informação**. Florianópolis: Insular, 2007.

MORAES, Roque. Análise de conteúdo. In: **Revista Educação**, Porto Alegre, v. 22, n. 37, p. 7-32, 1999. Disponível em: http://cliente.argo.com.br/~mgos/analise_de_conteudo_moraes.html>. Acesso em: 02 mar. 2021.

MOREIRA, Sonia Virgínia. **O rádio no Brasil**. Rio de Janeiro: Rio Fundo Editora, 1991.

PANORAMA mobile time on-line. 2020. Disponível em: <https://panoramamobiletime.com.br/pesquisa-mensageria-no-brasil-fevereiro-de-2020/> .> Acesso em: 14 set. 2020.

PEREIRA, Fábio Henrique. O “jornalista sentado” e a produção da notícia *on-line* no Correio Web. In: **Em Questão**. Porto Alegre, v. 10, n. 1, p. 95-108, jan./jun. 2004.

PINTO, Manuel. Fontes Jornalísticas: contributos para o mapeamento do campo. In: **Comunicação e Sociedade 2**, Cadernos do Noroeste, Série Comunicação, v. 14 (1-2), 2000, p. 277-294.

PRIMO, Alex. O aspecto relacional das interações na Web 2.0. In: ANTOUN, Henrique. (org.). **Web 2.0: participação e vigilância na era da comunicação distribuída**, São Paulo: Mauad X, 2008, p. 101-122.

QUADROS, Mirian Rendin de. **As redes sociais no jornalismo radiofônica: as estratégias interativas adotadas pelas Rádios Gaúcha e CBN**. Dissertação de Mestrado em Comunicação pelo Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Universidade Federal de Santa Maria (UFSM), Santa Maria (RS), 2013.

RAMONET, Ignácio. **A tirania da comunicação**. Trad. Lúcia Mathilde Endlich Orth. Petrópolis, RJ: Vozes, 1999.

ROST, Alejandro. Interatividade: Definições, estudos e tendências. In: CANAVILHAS, João (Org.). **Webjornalismo: 7 características que marcam a diferença**. 93 Covilhã: Livros LabCom, 2014.

RUTILLI, Marizandra. **Rotinas produtivas e relação com as fontes no rádio informativo em ambiente de convergência: um estudo de caso de emissoras de Porto Alegre**. Dissertação (Mestrado em Comunicação). Centro de Ciências Sociais e Humanas. Universidade Federal de Santa Maria, 2014.

ORTRIWANO, Gisela Swetlana. **A informação no rádio: os grupos de poder e a determinação dos conteúdos**. São Paulo: Summus Editorial, 1985.

SALAVERRIA, Ramón; GARCÍA AVILÉS, José Alberto; MASIP, Pere Masip. Concepto de Convergência Periodista. In: LÓPES, X.; PEREIRA, X (Orgs.). **Convergência digital: reconfiguración de los médios de comunicación em Espanha**. Santiago de Compostela, 2010, p. 41-64.

TEIXEIRA, Juliana Fernandes. **Jornalismo Audiovisual para dispositivos móveis: um estudo das formas de inserção de conteúdos audiovisuais em produtos exclusivos para tablets**. Tese (Doutorado em Ciências da Comunicação) – Faculdade de Comunicação. Universidade Federal da Bahia. 2015.

TRAQUINA, Nelson. **As teorias do jornalismo: porque as notícias são como são**. Florianópolis: Insular, 2005.

TRIVIÑOS, Augusto Nivaldo Silva. **Introdução à pesquisa em ciências sociais: a pesquisa qualitativa em educação**. São Paulo: Atlas, 1987.

TOKARNIA, Mariana. **Celular é o principal meio de acesso à internet no país**. Agência Brasil. 29 de abril de 2020. Disponível em: <[THOMAZ, Patricia. **A linguagem experimental da videorreportagem**. Dissertação \(Mestrado em Comunicação\). Universidade de Marília, Marília, 2007.](https://agenciabrasil.ebc.com.br/economia/noticia/2020-04/celular-e-o-principal-meio-de-acesso-internet-no-pais#:~:text=O%20uso%20do%20celular%20para%20acessar%20a%20internet%20cresceu%20no%20Brasil.&text=Os%20dados%20mostram%20que%2079,%C3%A0%20rede%20por%20meio%20dele s>. Acesso em: 14 set. 2020.</p>
</div>
<div data-bbox=)

VELOSO, Ranielly. **Entrevista 2** [jan. 2021]. Entrevistador: Liana Nunes. 2021. 1 arquivo. Áudio Brasília, 2021. (35 min.). Apêndice 1 dessa dissertação.

VERÓN, Eliseo. **Quand lire c'est faire: l'énonciation dans le discours de l'impression écrite**. In: *Sémiotique* 11, Paris: IREP, 1983.

WOLF, Mauro. **Teorias da Comunicação**. Lisboa: Editorial Presença, 1999.

ZUCULOTO, Valci Regina. Alô, alô radiouvintes: no ar e na web, transformações de linguagem, modelos, formatos e fazer radiojornalísticos na era do virtual e digital. In: **Anais do XXXV Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação**, INTERCOM, Fortaleza, 2012.

_____. **No ar: a história da notícia de rádio no Brasil**. Florianópolis: Insular, 2

APÊNDICE 1 – QUESTIONÁRIOS PARA ENTREVISTAS

QUESTIONÁRIO APLICADO COM ARIMATÉIA CARVALHO (APRESENTADOR)

- 1- Como acontece a rotina produtiva do programa Banca da Sapateiro?
- 2- O ouvinte, como fonte popular, ganha destaque no programa através das participações via WhatsApp. Qual o perfil do público do Banca de Sapateiro? Tem alguma pesquisa feita pela emissora, nesse sentido?
- 3- É possível fazer um comparativo em relação a intensidade de participação do ouvinte antes da pandemia e no início da pandemia, já que esse público colaborativo precisou ficar em casa sem condições de estar *in locu* para informar algum acontecimento da cidade?
- 4- Durante a análise é possível perceber que nem sempre é possível colocar todos os ouvintes no ar. Como é feito o filtro dessas participações?
- 5- As mensagens dos ouvintes que não foram ao ar são recuperadas no dia seguinte ou ao final do programa são analisadas pela equipe com o objetivo de perceber outras informações importantes que podem ajudar como sugestão de pauta?
- 6- A partir da velocidade de circulação de informação, proporcionada pela internet, a equipe do programa sente alguma dificuldade no processo de apuração da informação concedida pelo ouvinte? Como acontece esse processo de apuração?
- 7- É possível perceber durante a análise que existe uma interação jornalística entre o programa de rádio e os demais veículos de comunicação do Sistema Meio Norte de Comunicação. Isso tem favorecido a produção da notícia do Banca de Sapateiro? De que modo?
- 8- Como você avalia o Programa de “Banca de Sapateiro” sendo transmitido tanto pelo Rádio como pela TV, simultaneamente?
- 9- Houve mudanças na rotina produtiva do programa quando iniciou o período de restrições em virtude da pandemia da Covid-19?

- 10- Como você observa a participação do ouvinte em tempo de isolamento social?

QUESTIONÁRIO APLICADO COM RANNIELLY VELOSO (REPÓRTER)

- 1- Como acontece a sua rotina produtiva em Brasília-DF?
- 2- Você tem uma equipe disponível ou é responsável pela produção de todo o material?
- 3- Como acontece a sua rotina no Programa “Banca de Sapateiro”? Quais conteúdos são abordados no programa?
- 4- Qual a sua opinião em relação ao trabalho de um jornalista multimidiático?

QUESTIONÁRIO APLICADO COM RENAN LOPES (PRODUTOR)

- 1- Como acontece o processo produtivo do Programa “Banca de Sapateiro”?
- 2- Como é a sua rotina na produção do programa?
- 3- Como vocês monitoram a participação do ouvinte antes dela ir ao ar?
- 4- O ouvinte tem prioridade no programa?
- 5- Você dar um retorno para o ouvinte que não teve a participação veiculada?
- 6- Que critérios você utiliza para realizar a marcação das entrevistas?
- 7- Você precisou dominar algumas técnicas para produzir um programa de Rádio que ao mesmo tempo é retransmitido na TV?
- 8- Houve mudanças na rotina produtiva do programa quando iniciou o período de restrições em virtude da pandemia da Covid-19?