



Universidade Federal da Paraíba
Centro de Comunicação, Turismo e Artes
Programa de Pós-Graduação em Jornalismo

**WhatsApp e a notícia no programa CBN João Pessoa -
reconfiguração da produção jornalística na redação de
radiojornalismo**

Adriana Simone da Costa

JOÃO PESSOA
Setembro/2018

ADRIANA SIMONE DA COSTA

**WhatsApp e a notícia no programa CBN João Pessoa -
reconfiguração da produção jornalística na redação de
radiojornalismo**

Dissertação apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Jornalismo da Universidade Federal da Paraíba, como requisito parcial para a obtenção do título de Mestra em Jornalismo, área de concentração em “Produção Jornalística”, linha de pesquisa “Processos, Práticas e Produtos”

Orientador: Prof. Dr. Fernando Firmino da Silva

João Pessoa
Setembro/2018

ADRIANA SIMONE DA COSTA

**WhatsApp e a notícia no programa CBN João Pessoa -
reconfiguração da produção jornalística na redação de
radiojornalismo**

Aprovado em: _____

Banca examinadora:

Prof. Dr. Fernando Firmino da Silva (Presidente - UEPB/UEPB)

Profa. Dra. Joana Belarmino de Sousa (Examinadora interna - UFPB)

Profa. Dra. Goretti Maria Sampaio de Freitas (Examinadora externa - UEPB)

João Pessoa
Setembro/2018

À minha família e aos melhores amigos que alguém pode ter, pelas inspirações.
Aos meus colegas de turma pelo incentivo, parceria e colo quando precisei.
Ao meu orientador Fernando Firmino pelas orientações e parceria fundamentais.

LISTAS DE ILUSTRAÇÕES

TABELA:

TABELA 1 - Períodos de observações e entrevistas	43
--	----

FIGURAS:

FIGURA 1 - Logomarca da Rádio CBN João Pessoa	53
FIGURA 2 - Sede da Rádio CBN João Pessoa	54
FIGURA 3 - Página do site da Rádio CBN João Pessoa	55
FIGURA 4 - Variáveis da pesquisa	57
FIGURA 5 - A estrutura da Rádio (estúdio principal, ilha de edição e redação)	62
FIGURA 6 - Equipe e momento de convergência realizando o “Giro de Notícias” no ar com jornalistas da Rádio CBN, do Jornal da Paraíba Online e do G1 Paraíba	64
FIGURA 7 - Estrutura convergente	69
FIGURA 8 - Estrutura não convergente	69
FIGURA 9 - Assistente de estúdio atenta ao fluxo de informações recebidas pelo WhatsApp do celular corporativo	71
FIGURA 10 - Imagem de tela do grupo “Convergência” no WhatsApp durante troca de informações entre jornalistas de diversos veículos da empresa	72
FIGURA 11 - Imagem da conversa de jornalistas acertando últimos detalhes antes do “Giro de Notícias” no CBN João Pessoa	74
FIGURA 12 - Jornalistas da Rádio CBN, Jornal da Paraíba Online e G1 Paraíba posando para foto antes do “Giro de Notícias” do programa CBN João Pessoa	75
FIGURA 13 - Imagem da conversa de jornalistas pedindo e enviando áudios de entrevista de terceiro via WhatsApp	80

SUMÁRIO

INTRODUÇÃO	8
CAPÍTULO 1 - CONVERGÊNCIA NO RADIOJORNALISMO	12
1.1 DEFINIÇÃO DO CONCEITO DE CONVERGÊNCIA	15
1.2 CONVERGÊNCIA E O PROFISSIONAL	20
1.3 CONVERGÊNCIA E AS PLATAFORMAS	23
CAPÍTULO 2 - PRODUÇÃO DA NOTÍCIA EM RADIOJORNALISMO	26
2.1. INTERATIVIDADE NO RADIOJORNALISMO NA ERA DIGITAL	28
2.2. O OUVINTE NO RÁDIO CONTEMPORÂNEO	32
2.3. PRODUÇÃO NO CONTEXTO DE INSTANTANEIDADE E DE REDES SOCIAIS	34
2.4 REPÓRTER MULTITAREFA E AUDIÊNCIA ATIVA	37
CAPÍTULO 3 - ESTRATÉGIAS METODOLÓGICAS	44
3.1 A SELEÇÃO DO CASO ESTUDADO	52
3.2 A RÁDIO CBN JOÃO PESSOA	53
3.3 A ESTRUTURA DO VEÍCULO	54
3.4 O ALCANCE DO SINAL	55
3.5 MÉTODOS DE COLETA E ANÁLISE DE DADOS	56
CAPÍTULO 4 - RESULTADO DA PESQUISA: A ROTINA DE PRODUÇÃO NO RÁDIO ALL NEWS NO PROGRAMA CBN JOÃO PESSOA	61
4.1 A ESTRUTURA DE PRODUÇÃO	62
4.2 REESTRUTURAÇÃO DO VEÍCULO	64
4.3 A CONVERGÊNCIA TECNOLÓGICA E PROFISSIONAL NA PRODUÇÃO DO PROGRAMA CBN JOÃO PESSOA	66
4.4 ROTINA DOS JORNALISTAS COM O PROCESSO DE CONVERGÊNCIA NA CBN	71
4.5 DOIS DIAS NA REDAÇÃO DA CBN ACOMPANHANDO A ROTINA DE PRODUÇÃO NO PROGRAMA CBN JOÃO PESSOA	77
DISCUSSÃO DOS RESULTADOS	83
CONSIDERAÇÕES FINAIS	86
REFERÊNCIAS	88
APÊNDICE	96

RESUMO

A pesquisa visa compreender a reconfiguração da produção jornalística na redação do programa de rádio CBN João Pessoa a partir da introdução do aplicativo multiplataforma WhatsApp como ferramenta destinada para a captação de informações durante o fazer jornalístico diário do produto radiofônico. A investigação ainda pretende refletir sobre a capacidade interativa do WhatsApp entre profissionais da radiofonia e o público-alvo através do aplicativo e da utilização de uma lógica colaborativa que proporciona o envolvimento do ouvinte de rádio que também é usuário do multiplataforma. Os resultados apontam para mudanças na rotina de produção no programa da CBN João Pessoa em decorrência da introdução do aplicativo WhatsApp como ferramenta de convergência e elo entre todos os veículos da Rede Paraíba de Comunicação e para a percepção de reconfiguração de afetação da rotina dos jornalistas e da velocidade informativa do radiofônico a partir da implantação do multi-aplicativo.

Palavras-chaves: Jornalismo Móvel. Mobilidade. Dispositivos Móveis. Rádio All News. WhatsApp. Radiojornalismo.

ABSTRACT

The research aims to understand the reconfiguration of journalistic production in the writing of the radio program CBN João Pessoa from the introduction of the multiplatform application WhatsApp as a tool destined to capture information during the daily journalistic making of the radiophonic product. The research also aims to reflect on WhatsApp's interactive ability between radio professionals and the target audience through the application and the use of collaborative logic that engages the radio listener who is also a multiplatform user. The results point to changes in the routine of production in the CBN João Pessoa program due to the introduction of the WhatsApp application as a tool for convergence and link between all the vehicles of the Paraíba Communication Network and for the perception of reconfiguration of affectation of journalists' routine and of the informative speed of the radiophonic from the implantation of multi-aplicative.

Key-Words: Mobile Journalism. Mobility. Mobile devices. Radio All News. Whatsapp. Radiojournalism.

INTRODUÇÃO

O jornalismo, ao longo dos anos, passou por diversas mudanças estruturais que alteraram o modo de produção e distribuição da notícia. Como lembra Bradshaw (2014, p. 116) uma nova era chegou e “as notícias estão a ser produzidas sem as limitações do espaço físico que sustentava a organização das redações. A captação de notícias, a produção e distribuição podem, agora, ocorrer simultaneamente – e serem potencializadas.” Portanto, falar sobre o avanço e as novas formas do fazer jornalístico também é pensar sobre novos recursos utilizados e modificações registradas no comportamento humano ao longo da história da prática jornalística e sua capacidade de influência no cotidiano dos cidadãos.

Segundo Abreu (2002, p. 7) "transformações de grande envergadura ocorreram na imprensa brasileira". Assim, "esse movimento de modernização se refletiu na própria atividade jornalística e no perfil do profissional da imprensa". Deste modo, o Jornalismo tornou-se uma atividade em constante movimento e adaptação, a partir da introdução de novas técnicas e mudanças estruturais inclusive do profissional do setor que, em nome da sobrevivência e manutenção do ofício apresenta-se como figura submissa e dependente da obrigação constante de acompanhar e dominar novos e velhos recursos advindos, principalmente, do avanço tecnológico, mantendo-se obrigado a provar a necessidade do domínio de técnicas específicas do fazer jornalístico.

Os avanços na tecnologia registrados nas últimas décadas são impulsionadores da maioria dos impactos no campo do Jornalismo como os refletidos a partir do início do processo da convergência, inclusive no Brasil. Essa nova realidade engloba alterações nos aspectos tecnológicos, profissionais, empresariais e de conteúdos que impulsionam o profissional a adotar uma postura polivalente, numa época em que a velocidade se tornou, ao mesmo tempo, aliada e inimiga no processo de produção e divulgação de produtos noticiosos.

A popularização do WhatsApp Messenger (da empresa Facebook) – aplicativo de mensagens multiplataforma criado em agosto de 2009, no Vale do Silício, nos Estados Unidos, que permite o envio e troca de mensagens de texto, fotos, vídeos, áudios e compartilhamento de locais – é mais que realidade nos dias atuais e uma das

convergências de linguagem mais reconfigurantes na rotina da produção jornalística.

A propagação do aplicativo criado para *smartphones* foi tão rápida que, segundo dados do site oficial do WhatsApp (<https://www.whatsapp.com/about/>), atualmente mais de 1 bilhão de pessoas, em mais de 180 países, usam o aplicativo tornando a troca de informações muito mais rápida e acessível do que outros recursos poderiam proporcionar.

Os números referentes à quantidade de usuários no Brasil também surpreendem e, de acordo com dados da Pesquisa Brasileira de Mídia – 2016¹ realizada pelo Ibope Inteligência à pedido da Secretaria de Comunicação Social da Presidência da República (SECOM), cerca de 50% da população brasileira possui acesso à internet, dos quais 91% costuma utilizar o recurso via telefone celular e 57% desse total utiliza o aplicativo multiplataforma WhatsApp inclusive enquanto assiste TV, ouve rádio, lê jornal ou revista.

A participação do leigo no processo da produção de material noticioso numa redação de radiojornalismo a partir da interferência de um aplicativo multiplataforma que atende a uma característica ubíqua e que se destaca pela velocidade de envio e recepção de mensagens em detrimento de outros recursos comunicacionais como o tradicional telefone ou o moderno e-mail é uma realidade. Ainda assim, o fazer jornalístico pede que critérios sejam observados para seleção, aproveitamento e incorporação de determinada informação, inclusive aquela enviada por algum usuário do multiplataforma WhatsApp, para que, como bem lembra Moretzsohn (2014) “a profecia do fim do jornalismo tal como o conhecemos: munido de um celular com câmera, operando um blog na internet, qualquer um se transformaria em repórter” não se realize de fato e a figura do profissional do meio se mantenha necessária.

As reconfigurações registradas a partir da incorporação deste recurso tecnológico na rotina de produção jornalística despertam curiosidades e alimentam a necessidade de compreender esse novo momento do setor. Portanto, investigar o impacto do aplicativo WhatsApp na redação de radiojornalismo de um dos produtos radiofônicos da Rádio CBN João Pessoa é o foco central dessa pesquisa de Mestrado de modo a identificar as

¹ Dados disponíveis no site da Secretaria de Comunicação Social da Presidência da República (SECOM) no endereço: <http://www.secom.gov.br/atuacao/pesquisa/lista-de-pesquisas-quantitativas-e-qualitativas-de-contratos-atuais/pesquisa-brasileira-de-midia-pbm-2016.pdf/view> acesso em 14. ago. 2018.

apropriações da ferramenta nas estratégias de produção de conteúdos da emissora.

Para elaborar um pensamento de modo a contribuir com o aperfeiçoamento e atualização dos conceitos e processos de produção do material jornalístico para o veículo rádio, faz-se necessária uma contextualização histórica, cultural e de linguagens, uma vez que, o radiojornalismo, bem como os profissionais da área, em mais uma ocasião, se viu obrigado a sofrer outra mutação com o passar dos tempos a partir do advento de uma nova tecnologia que incentiva cidadãos ditos comuns a se tornarem mais participativos e atentos aos fatos cotidianos.

Escolher como objeto de estudo a redação de radiojornalismo do programa CBN João Pessoa, da Rádio CBN João Pessoa, afiliada da rede de rádios da Central Brasileira de Notícias – Rede CBN, emissora pertencente ao Sistema Globo de Rádio (SGR) e que trouxe ao Brasil o conceito “*all news*” de veiculação de conteúdo exclusivamente noticioso durante toda a programação, justifica-se por ser um ambiente inteiramente dedicado à produção de conteúdo jornalístico.

A identificação da reconfiguração da produção jornalística acerca dos materiais finais que vão ao ar justifica a necessidade de analisarmos, durante o processo investigativo, as notícias produzidas na emissora a partir de informações coletadas via aplicativo multiplataforma WhatsApp e veiculadas no programa CBN João Pessoa no período de observação realizado no ano de 2017 e em 2018.

A partir de tais dados foi possível traçar o perfil das notícias e reportagens, investigar critérios que são utilizados pela editoria e coordenação do programa para a construção da pauta até a veiculação do material e, sobretudo, identificar não apenas as contribuições, mas, as complicações que o aplicativo oferece ao jornalista profissional no exercício da produção de conteúdo radiojornalístico e na manutenção do seu posto no mercado de trabalho.

Ao mesmo tempo, a consulta ao WhatsApp se apresenta atualmente como método de coleta compulsório que é somado a outras demandas já existentes dentro de uma rotina produtiva de notícias, sem se traduzir em motivo para ampliação da equipe do fazer jornalístico nas redações. Tal fato faz com que, do mesmo modo que a mídia de massa seja desafiada pelas facilidades oferecidas no universo da Web que dão poder de voz e escrita a quaisquer pessoas, inclusive as não-profissionais, que queiram publicar, de modo regular, informações sobre quaisquer temas através de blogs ou vlogs, o

WhatsApp também surja não apenas como “benesse”, mas, também, como desafio para o jornalista profissional no cotidiano produtivo de notícia.

A **hipótese de trabalho** é de que a introdução do aplicativo WhatsApp na prática jornalística na CBN reconfigura a produção na redação de radiojornalismo quanto à rotina dos jornalistas.

A pesquisa parte do **objetivo geral** de "Identificar como informações enviadas através do aplicativo multiplataforma WhatsApp interferem na produção de material noticioso na redação de radiojornalismo do programa CBN Cotidiano da Rádio CBN João Pessoa e nos critérios de noticiabilidade." A partir deste contexto, delimitamos os **objetivos específicos**:

1. Caracterizar o impacto do aplicativo WhatsApp na rotina de produção da CBN;
2. Identificar quais critérios são observados para aproveitamento e incorporação na produção jornalística de conteúdos enviados por usuários de WhatsApp à redação;
3. Identificar quais mudanças a partir da incorporação da prática rotineira de consulta compulsória ao WhatsApp durante a realização de produção jornalística no ambiente de rádio;
4. Observar os critérios e estratégias utilizados pelos jornalistas para transformar as informações coletadas via WhatsApp em produto noticioso radiofônico;

O trabalho está organizado a partir de quatro capítulos ao longo dos quais refletimos sobre temas unicamente ligados à nova realidade instalada no campo do Radiojornalismo. No *Capítulo 1* tratamos sobre a convergência no setor, perpassando sobre conceitos e a relação da realidade do termo com o profissional da comunicação e as plataformas digitais. No *Capítulo 2* abordamos a questão da produção da notícia em radiojornalismo falando sobre a interatividade no setor na era digital, o ouvinte no rádio contemporâneo, a produção no contexto de instantaneidade e de redes sociais, bem como, também, sobre o repórter multitarefa e a audiência ativa. No *Capítulo 3* apresentamos as estratégias metodológicas da pesquisa explicando sobre a seleção do caso estudado, a rádio CBN João Pessoa e os métodos de coleta e análise de dados. Já no *Capítulo 4* falamos sobre o resultado da pesquisa, apresentando a rotina de produção

no rádio *all news* no programa CBN João Pessoa e discorrendo sobre a estrutura de produção, a convergência tecnológica e profissional na produção do programa CBN João Pessoa, a rotina dos jornalistas com o processo de convergência na CBN e, também, a descrição de dois dias na redação da CBN acompanhando a rotina de produção no programa observado. Por fim, trazemos além dos capítulos, a introdução e as considerações finais.

CAPÍTULO 1 - CONVERGÊNCIA NO RADIOJORNALISMO

A relação dos cidadãos com as mídias mudou de forma substancial nas últimas décadas. A multiplicidade tecnológica e a facilidade de acesso às diversas formas de recursos digitais permitiram o aumento das formas de interação pessoal em todos os setores. As mudanças permitiram que pessoas se informassem e emitissem mensagens de modo muito mais dinâmico e, sobretudo, com rapidez atípica aos menos próximos dos universos tecnológico e digital. Para Palacios (2014, p. 94) esse é um tempo em que estamos “testemunhando e vivenciando um fato de imensas proporções, que altera a secular imobilidade das polaridades tradicionais: emissores e receptores”.

Palacios (2014, p. 94), ao citar Gomez (2009), ainda menciona a mutação do perfil do ouvinte e lembra que a partir do fenômeno da convergência tecnológica "as audiências vão deixando de ser apenas isso e vão se tornando usuárias, produtoras e emissoras, uma vez que a interatividade que as novas telas possibilitam ultrapassa a mera interação simbólica entre elas, para situar as audiências".

As mídias impressas, audiovisuais e sonoras foram forçadas a se adaptar à nova realidade para que pudessem sobreviver a partir de novas experiências. Bradshaw (2014, p. 111) lembra que à “medida em que as empresas jornalísticas têm competido em termos de velocidade, estas elegeram as novas tecnologias como suporte para lhe darem vantagem”. No setor do radiojornalismo, especificamente, não foi diferente e, ao longo dos anos, os conteúdos passaram a ser veiculados em diversas plataformas digitais, ao vivo ou gravada, e não apenas através do modo radiofônico original e tradicionalmente emitido pelas frequências AM (Amplitude Modulada) ou FM (Frequência Modulada).

A partir da convergência tecnológica, o diálogo radiofônico com a audiência ganhou nova possibilidade e maior alcance, uma vez que um mesmo programa de rádio antes ouvido apenas em determinada região devido à limitação de alcance de cobertura da antena de transmissão, agora pode ser escutado no mundo inteiro a partir de um aplicativo, que possibilita audição de emissoras de rádio através de celulares e *smartphones*.

Este contexto é demarcado pelo processo de convergência. Jenkins (2009) aponta a cultura da convergência como um momento de colisão entre velhas e novas mídias e "onde o poder do produtor de mídia e o poder do consumidor interagem de maneiras imprevisíveis" (2009, p. 29). Entretanto, no campo da discussão científica, a convergência é tema que divide opiniões quanto às vantagens e desvantagens para o radiojornalismo e do Jornalismo como um todo.

A reconfiguração do fazer jornalístico a partir do fenômeno da convergência está ocorrendo nas organizações jornalísticas com necessidade de compreensão de diversas linguagens. Para Freitas (2016, p.1), o rádio não ficou imune às transformações tendo em vista que "a digitalização do Rádio tem gerado mudanças significativas nas formas de captar, armazenar, editar e transmitir o som, um processo capitaneado pela internet que possibilitou reconfigurações, tornando assim as transmissões mais acessíveis e baratas". No caso específico do ambiente do radiojornalismo, um produto radiofônico, a partir da convergência, também vem recebendo tratamento visual (texto) e tecnológico (arquivo) para ser veiculado ou armazenado em outra plataforma além da tradicional hertziana. Lopez (2009) denomina esse processo de rádio hipermidiático pela incorporação de formatos que vão além do áudio como vídeo, fotografia, texto e outros recursos próprios da web. E, a partir do momento em que a maneira de praticar uma operação ou de desenvolver determinada atividade sofre alteração o profissional que desenvolve tal *modus operandi* precisa se adaptar ao novo processo e se inteirar de novos procedimentos de modo a atender à modernização da área de trabalho a qual se dedica.

Díaz Noci e Salaverría (2003, p. 51) defendem que "a convergência multimídia se traduz em uma mudança do perfil profissional"². Deste modo, é possível perceber que a mudança convergente provoca efeitos muito mais profundos e abrangentes alcançando o fazer radiojornalístico, de modo a exigir do profissional uma performance multitarefa, indo além da habilidade com áudio. Se por um lado a convergência exige investimento em novos recursos tecnológicos, o mesmo fenômeno provocou a redução do número de

² "La convergencia multimedia se traduce en un cambio de perfil profesional, que es ya una realidad" (DÍAZ NOCI; SALAVERRÍA, 2003, p. 51, tradução nossa).

profissionais fazendo com que um só profissional se torne realizador de diversas outras tarefas além da originalmente sua, como por exemplo: fotografar, publicar reportagens, entrevistas, gravar vídeos ou em sites próprios para hospedagem dos materiais digitais radiofônicos sem esquecer a aplicação de linguagem própria do recurso digital que deverá ser aplicada para o texto, o som e a imagem.

1.1 DEFINIÇÃO DO CONCEITO DE CONVERGÊNCIA

O termo “convergência” no campo do Jornalismo e da Comunicação como um todo fez emergir a discussão no mundo acadêmico sobre seu significado uma vez que a expressão passou a ser utilizada de modo geral ou mais diretamente relacionado à tecnologia. Ao expressar preocupação neste sentido, Saad (2007), em meados da década passada, lembrava que o real significado da expressão “convergência” no setor da comunicação ainda era um conceito em construção.

O termo “convergência” tem sido utilizado exaustiva e diversificadamente em toda a literatura que envolve o status das mídias contemporâneas, as tecnologias digitais de informação e comunicação – TIC’s, a cibercultura, as linguagens e narrativas, apenas para ficarmos no campo maior das Ciências da Comunicação. (CORREA; CORREA, 2007, p.3)

O cuidado acerca da compreensão do termo “convergência” é um processo de relevância para o setor uma vez que o desenvolvimento de um bom trabalho se torna plenamente plausível a partir do correto entendimento do sentido da missão. Portanto, uma compreensão clara deste fenômeno que demarca os campos da comunicação e do Jornalismo e da área do radiojornalismo de modo específico.

A potencialização do papel dos meios de comunicação, conforme lembra Lopez (2010), é uma realidade em decorrência da gradual implementação do processo de convergência. E, ainda, segundo a estudiosa, esse fenômeno pode ser encarado como um novo contexto para a apresentação da informação, de um novo ambiente de leitura e de novas formas de fruição da notícia.

O fenômeno da convergência é encarado por Correa e Correa (2007) como um conjunto de possibilidades decorrentes da cooperação entre meios impressos e

eletrônicos na distribuição de conteúdos multimídia por meio do uso de computadores e da internet. Para clarear o entendimento, a estudiosa deixa claro que diferentes plataformas utilizadas para distribuição da notícia são apenas ambientes que dão forma a um resultado convergente.

(...) computadores e a rede são as fontes agregadoras de conteúdos gerados por diferentes meios, a exemplo do rádio, da TV e dos meios impressos; e distribuídos em diferentes plataformas como conexões sem fio, cabos e satélites. Computadores e internet são os elementos determinantes, ou o espaço de configuração da convergência. (CORREA; CORREA, 2007, p. 4).

O termo convergência, porém, não pode ser confundido com a multimídia que, segundo Salaverría (2014), já convive no ambiente da comunicação há pelo menos duzentos anos e pode ser compreendida como a combinação de pelo menos dois tipos de linguagem em apenas uma mensagem.

(...) um conteúdo pode expressar-se, efetivamente, através de um único tipo de linguagem – texto, som, fotografia... – ou através de vários tipos de linguagem em simultâneo. Quando o conteúdo se expressa através de um único tipo de linguagem, encontramos perante um conteúdo monomídia. Seguindo o mesmo critério, se combinarmos dois tipos de linguagem estamos perante um conteúdo bimídia; se forem três, trimídia, e assim sucessivamente. Segundo este critério, todos os conteúdos que contam com pelo menos dois tipos de linguagem associados entre si são, por natureza, multimídia. Dito de outro modo, qualquer mensagem que não seja monomídia é multimídia. Se aceitarmos este silogismo, estamos obrigados a concluir algo bastante surpreendente: que os conteúdos multimídia já têm cerca de dois séculos de história nos meios jornalísticos. (SALAVERRÍA, 2014, p. 30)

Neste sentido de reflexão acerca de um ambiente convergente, Lopez (2010) chama atenção e alerta para os complicadores inerentes a este fenômeno, principalmente, em se tratando do radiofônico onde o impulso para realização de uma rotina multifuncional dos profissionais já “apresenta reflexos trabalhistas” pelo “aumento das atividades sem alteração salarial” (p. 21) e, ao mesmo tempo, faz surgir de forma compulsória a necessidade de aquisição de novas aptidões por parte dos profissionais:

A tendência, para o futuro do rádio em sua configuração hipermediática, é que ele passe a congregar produções audiovisuais, fotográficas, infográficas e de texto, buscando a complementação e ampliação do conteúdo sonoro. Com isso, novas habilidades serão demandadas do profissional deste meio de comunicação e novas funções serão criadas para esse jornalista do rádio em ambiente de convergência. (LOPEZ, 2010, p.41)

Para Meditsch (2001, p. 4), o rádio se traduz como “um meio de comunicação sonoro invisível e que emite em tempo real”, portanto, o sentido da convergência que se apresenta hoje como uma fusão necessária de linguagens tecnológicas que dialogam com os vários públicos adeptos de diversos meios, não proporciona uma descaracterização da linguagem radiofônica em si, uma vez que esta continuará tendo como base a oralidade, a palavra falada e, porque não dizer, a mensagem expressada por uma voz.

As mudanças aplicadas ao jornalismo proporcionaram uma reconfiguração no modo tradicional do fazer radiojornalístico sendo que o que antes exigia um profissional específico para cada função desenvolvida na área como, por exemplo, repórter para coletar informações, redator para redigir, revisor para corrigir, fotógrafo para fotografar e radialista para falar em rádio. Hoje, a convergência nas organizações jornalísticas sugere que o jornalista, além de ter a obrigação de coletar as informações e transformá-las em notícias, também adote um perfil polivalente e domine, pelo menos, o básico da arte de fotografar para trabalhar também com imagens e publicar matérias em sites da respectiva empresa onde trabalha.

Lopez (2009), ao citar Salaverria e Negredo (2008), lembra que antes do fenômeno da convergência, as “regras do jogo”, diferentemente de hoje “estavam claras: ao impresso cabia a interpretação, ao rádio o imediatismo e à televisão o entretenimento” (p. 37). Este raciocínio aponta para o fato de que a convergência provocou alterações não apenas tecnológicas, mas, também, estruturais em todas as áreas jornalísticas, de modo impactante, que os limites entre as funções, praticamente, sucumbiram à polivalência hoje exigida para sobrevivência no campo jornalístico, uma área onde os profissionais caminham fragilizados por se virem obrigados a travarem uma luta diuturna pela valorização da categoria que segue cada vez mais desvalorizada e compulsoriamente impelida a dominar cada vez mais conhecimentos além dos antes considerados unicamente necessários para a prática do fazer jornalístico na respectiva área de atuação.

O impacto das inovações tecnológicas sentidas no modo de fazer jornalismo já era motivo de preocupação e análise de Fidalgo (2004) a partir da popularização da internet que impulsionava, de modo natural e inevitável, alterações na própria natureza do Jornalismo.

(...) o jornalismo é uma actividade informativa com uma história, e como todas as actividades humanas tem sofrido evoluções, umas decorrentes certamente de factores mais gerais da própria sociedade, de natureza cultural, económica ou política, mas outras, em contrapartida, provocadas simplesmente por inovações tecnológicas. (2004, p.1-2)

Mas, para perceber com mais clareza a dificuldade de adaptação dos setores do Jornalismo à realidade convergente dos veículos de comunicação, em especial no ambiente radiofônico, faz-se necessário compreender o fenômeno da convergência a partir de uma observação realizada com olhar sobre o passado, uma vez que, apesar de ser encarado como uma manifestação moderna, atual e híbrida de aprimoramento da forma de comunicar, Fragoso (2005, p. 1-2) lembra que “a combinação de diferentes linguagens compondo meios essencialmente intersemióticos é muito anterior à digitalização” e que a televisão, por exemplo, “sempre foi multimídia: embora palavras escritas na tela de televisão fossem mais raras há algumas décadas, tecnicamente o som, a imagem e o texto escrito sempre puderam conviver – e conviveram – na TV”. Já Ferrareto (2007) lembra que o processo de convergência tecnológica no rádio começou na década de 1990 com a utilização de telefone celular e internet nas redações, corroborando o pensamento de que a modernização da forma de dialogar com os respectivos públicos-alvos são menos recentes do que muitos imaginam.

O ponto de conflito provocado pela modernização convergente no rádio é a sobrecarga provocada junto aos profissionais do setor que foram apresentados às novidades e obrigados a se inteirar e realizar esse novo diálogo com maestria junto ao ouvinte dentro do menor espaço de tempo possível, uma vez que as novidades no setor tecnológico que alimentam e dão suporte importante ao fenômeno da convergência, principalmente, no radiojornalismo são renovadas em uma temporalidade insuficiente para uma perfeita adaptação do profissional que, compulsoriamente, tem que se tornar multitarefa.

A nova rotina que impera o cotidiano do fazer jornalístico, inclusive no rádio, é a que desperta uma das mais relevantes reflexões desde a implantação do rádio no Brasil por Edgar Roquette-Pinto, precursor da radiodifusão brasileira. A respeito disto, Lopez (2010, p.402) lembra que:

Naquela época, as tecnologias eram outras. Não se realizavam reportagens de campo, grandes transmissões ou radiojornais com a participação ao vivo

de repórteres espalhados pelos país. Tratava-se das transmissões de Roquette-Pinto, um jornal marcado e os comentários sobre as principais notícias do dia. O jornal falado, que surgiu em 1925 no Brasil, deteve-se neste formato. Com o desenrolar dos anos, novas tecnologias surgiram e desafiaram os jornalistas de rádio a construir novas rotinas. (LOPEZ, 2010, p, 402).

As primeiras alterações nas rotinas laborais dos jornalistas, especificamente, do rádio, construíram dificuldades logísticas que exigiam do profissional radiofônico muito mais esforço físico, para se locomover com novos, grandes e pesados equipamentos de transmissão, do que intelectual, como lembra Lopez (2010, p. 403) “no final da década de 40, surgem as primeiras iniciativas de reportagens de rua, utilizando equipamentos de grande porte e de difícil mobilidade, que mantinham os repórteres ao lado de um telefone fixo, restringindo seu campo de ação”. Diferentemente da atualidade, a convergência não mais exige força, os equipamentos são minúsculos quando comparados aos primeiros utilizados na radiofonia brasileira, porém, conhecimento e domínio intelectual de outras linguagens são exigidos, uma vez que a publicação da notícia se dará em diversas plataformas.

A velocidade e praticidade oferecidas pelo aplicativo WhatsApp para envios e recebimentos de informações atraíram profissionais de vários setores, inclusive, dos de ambientes jornalísticos como redações de radiojornalismo em vários locais do mundo que passaram a compreender o recurso como canal de comunicação eficiente entre produção e ouvintes que, bastando ter acesso a esta tecnologia, podem enviar comentários, sugestões de pautas e contribuições diversas para enriquecimento do conteúdo informativo final que vai ao ar.

De acordo com Moura (2009), as evoluções tecnológica e digital apresentam e nos obrigam a conviver com uma nova realidade que é a da inserção e popularização de *smartphones* e aplicativos no dia a dia dos cidadãos que provocam sensíveis alterações na forma como os indivíduos se relacionam em todos os campos da vida.

A tecnologia móvel provocou diferenças radicais na maneira como a sociedade trabalha, aprende e se diverte. (...) O telemóvel está a alterar as possibilidades e os aspectos práticos de muitos componentes da vida quotidiana. Está a mudar a natureza da comunicação, a afectar as identidades e as relações. (MOURA 2009, p. 50).

A utilização desse recurso modificou a relação entre comunicador e ouvinte,

deslocando este último da condição – antes única – de público-alvo para a categoria de colaborador na construção de notícias que ele mesmo irá consumir. Passo que, para Pavlik (2014), seria de interferência inevitável no processo da construção do produto jornalístico, uma vez que o cidadão do mundo se deparou com uma comunicação ubíqua, que se traduz naquela que pode ser encontrada em todo lugar.

No contexto da mídia, ubiquidade implica que qualquer um, em qualquer lugar, tem acesso potencial a uma rede de comunicação interativa em tempo real. Quer dizer que todos podem não apenas acessar notícias e entretenimento, mas participar e fornecer sua própria contribuição com conteúdos para compartilhamento e distribuição global. (2014, p. 160).

O fato representa a manifestação de um “jornalismo cidadão” –antes mais discreto e menos reputado–, de modo mais arrojado, revolucionário e perturbador. Manifesto este que, de acordo com Rost (2014, p. 71), é “muito mais controverso porque adjudica diretamente a atividade jornalística a pessoas não profissionais”.

1.2 CONVERGÊNCIA E O PROFISSIONAL

Os efeitos do fenômeno da convergência sobre o dia a dia dos profissionais do setor da comunicação, de todas as épocas, são os mais significativos já observados junto à realidade laboral de uma redação a partir de uma tendência que mantinha como expectativas principais a modernização e a facilitação do fazer jornalístico diário. Antigamente, apenas o jornalista classificado como “*freelancer*” vivia uma realidade mais próxima do fenômeno da convergência, uma vez que ele, por não ter emprego fixo e possuir liberdade para oferecer seu trabalho a quaisquer segmentos de empresas de comunicação – rádio, TV ou impresso – se mantinha familiarizado com diversas linguagens jornalísticas como a radiofônica, televisiva, impressa e fotográfica. Porém, o que antes era realizado por opção, se transformou em obrigação e recurso de sobrevivência profissional dentro das redações da atualidade.

A partir da modernização das empresas e inserção da possibilidade de publicação de notícias em ambiente multiplataforma os jornalistas se viram diante de

novas funções com característica multifacetadas ou polivalentes, como bem lembra Salaverría (2014):

A evolução das empresas jornalísticas também contribuiu nos últimos anos para estimular a polivalência dos seus jornalistas. As empresas procuram poupar custos mediante a implementação de um perfil de profissionais capazes de desempenhar tarefas que outrora eram realizadas por várias pessoas. (SALAVERRÍA, 2014, p. 28-29).

No ambiente radiofônico especificamente, a rotina produtiva do jornalista sofreu impacto dos mais expressivos, quando em comparação aos outros setores do fazer jornalístico, uma vez que o profissional do setor que, no máximo, tinha que saber redigir e falar, hoje se vê obrigado a redigir, falar, fotografar, coletar e editar sonoras, além de publicar informações em ambientes multiplataformas como o aplicativo WhatsApp e outros hospedados em espaços digitais como páginas de internet e redes sociais. Afinal, como bem lembra, Del Bianco (2010), a convergência atinge todos os campos do fazer jornalístico, portanto, de modo conseqüente também alcança quem faz acontecer a rotina de produção jornalística.

O processo de convergência implica em mudanças na produção, marketing, venda e distribuição de serviços de informação e comunicação. Significa disponibilizar as mesmas informações através de diferentes plataformas de rede (celular, internet), e das mais variadas maneiras (texto, vídeo, som, de forma interativa ou não). (DEL BIANCO, 2010, p. 558)

A necessidade do profissional radiofônico em desenvolver um perfil polivalente se justifica pela ação necessária de atender as exigências de um veículo com linguagens convergentes para conquista e estabelecimento de diálogo com um público também convergente e adeptos de novas formas de emissão e recepção de informações, como diz a reflexão de Bufarah Junior (2003) acerca da função complementar do uso da internet junto às características do meio rádio.

(...) vivemos em uma fase de mudanças no perfil das audiências dos veículos de comunicação. Estamos diante da segmentação de mercados em públicos que se reunirão em torno de produtos e serviços que estejam alinhados com suas ideologias de vida, gostos e necessidades. Por isso, o engajamento nas redes sociais com questões ambientais, culturais e políticas passa a ter um peso diferenciado no dia-a-dia das emissoras. É preciso ter uma nova forma de gestão para este novo conceito de rádio que surge da interação com a rede mundial de computadores. (BUFARAH JUNIOR, 2010, p. 591)

Ainda segundo Bufarah Junior, a necessidade de uma empresa contratar profissionais com conhecimentos diversos sobre essas novas formas de emissão de informações através das mais diversas plataformas virtuais é uma realidade inegável que colabora para o desenvolvimento de uma forma moderna de negócios empresariais no setor da comunicação e da radiofonia como um todo.

(...) é urgente a necessidade de buscarmos formar novos profissionais com uma cultura maior sobre os produtos e serviços possíveis nessas redes. Fundamentalmente, o rádio está mudando e as emissoras brasileiras precisam se adequar à esta nova realidade, pois caso contrário, a médio e longo prazo, as possibilidades de negócios tendem a ser cada vez mais rarefeitas até o total estrangulamento do formato balizado pela era analógica. (BUFARAH JUNIOR, 2010, p. 591).

Para Lopez (2010) a convergência trouxe para as empresas de comunicação a necessidade de possuir em seu *casting* profissionais versáteis e com capacidade de produção de conteúdos para qualquer plataforma.

Um repórter que cobre um acontecimento para qualquer plataforma deve ter, além de rapidez e versatilidade, capacidade de executar diversos formatos. Esse novo perfil do profissional de comunicação se deve à reconstrução do espaço e das rotinas profissionais propiciadas pela convergência em seus diversos níveis. (LOPEZ, 2010, p. 22)

Este é, portanto, o novo perfil dos profissionais da comunicação e da radiofonia, em tempos de convergência, que também enfrentam um grave problema de “disputa” com o ouvinte “repórter cidadão” que, graças a utilização de um recurso tecnológico como o aplicativo WhatsApp que proporciona a possibilidade de uma comunicação ubíqua, passa a contribuir para uma nova postura empresarial do setor que ensaia apostar na retração de oferta de postos de trabalho no setor por ter acesso “natural” a uma mão-de-obra barata como bem lembra Moretzsohn (2014):

(...) os acenos das empresas de comunicação ao “repórter cidadão” têm inapelavelmente esse sentido mistificador de sugerir que o “povo” fala, embora não edite. Além disso, representam uma econômica alternativa para obter matéria-prima a partir de uma mão de obra informal, que ao mesmo tempo se comove com a súbita valorização e retribui com sua audiência fiel. (MORETZSOHN, 2014, p. 263)

Os postos de trabalho do jornalista não encerram suas convocatórias, porém, estão se tornando mais escassos criando, ao mesmo tempo, uma situação de sobrecarga

para os profissionais do setor que, a partir de uma demanda considerável de informações recebidas através do aplicativo multiplataforma WhatsApp transformado em canal oficial de interação do ouvinte para com profissionais da radiofonia, tem que checar a veracidade ou “utilidade” da informação recebida de um cidadão qualquer que está em algum ponto da cidade. Em tempos de convergência e comunicação ubíqua é importante lembrar a preocupação de Moretzsohn (2014) ao mencionar Pinto (2005) que fez uma reflexão importante afirmando que em época de grande oferta de informações vindas de leigos “não é tanto o problema da informação instantânea, mas o da informação inútil” e, em época de uma “proclamada revolução no jornalismo” se faz necessário um “rigor ainda maior no critério de seleção das informações”.

Ao analisar a realidade compulsória da polivalência do profissional do campo jornalístico na era da convergência, Lopez (2009), ao citar García Avilés e Carvajal (2008, p. 230), faz uma reflexão e lembra que alguns jornalistas “ainda se sentem desconfortáveis com o multimídia e são forçados a adquirir as habilidades necessárias para produzir bem em todos os suportes”.

1.3 CONVERGÊNCIA E AS PLATAFORMAS

Ao falar sobre convergência no campo da produção jornalística discorreremos sobre a produção e distribuição da notícia com auxílio de diversas plataformas digitais como bem traduz diz Rasêra (2010) ao citar Salaverría, Garcia Avilés y Massip (2007) afirmando que a demanda convergente é um processo ligado a multidimensionalidade.

A convergência jornalística é um processo multidimensional que, facilitado pela implantação generalizada das tecnologias digitais de telecomunicação, afeta o âmbito tecnológico, empresarial, profissional e editoriais dos meios de comunicação, propiciando uma integração de ferramentas, espaços, métodos de trabalho e idiomas anteriormente desagregados, de forma que os jornalistas elaborem conteúdos que se distribuem através de plataformas múltiplas, mediante a linguagem própria de cada um. (RASÊRA, 2010, p. 7).

Abraçando a nova realidade convergente o veículo rádio adotou, em seu processo produtivo de notícias, a incorporação de novas plataformas para diálogos com

o público-alvo – que a cada dia se moderniza a partir da popularização de tecnologias portáteis –, como, por exemplo, site na internet, redes sociais como Facebook, Twitter e Instagram, além do aplicativo multiplataforma WhatsApp.

Porém, no setor radiofônico foi o WhatsApp que ganhou um expressivo destaque ao assumir o papel de mais um elo de ligação entre ouvintes, âncoras e redação de notícias. Tanto que, toda emissora de rádio que leve a sério o desafio diário da conquista e expansão da audiência passou a disponibilizar um aparelho do tipo *smartphone* e um número de telefone para uso exclusivo do multiplataforma para troca de informações e interações com os ouvintes.

O aplicativo multiplataforma se apresenta junto à ambiência da radiofonia, em especial, aquela que adota o conceito “*all news*” de programação, como um dos recursos interativos mais bem sucedidos junto ao objetivo de aproximação e *feedback* entre público-alvo e emissora, tornando-se, inclusive, uma ferramenta de incentivo e estímulo à manutenção de audiência através da prática interativa entre integrantes do campo de produção e os ouvintes e, com capacidade reconfigurante junto a produção jornalística em uma redação, como bem lembra Castilho (2004) ao ponderar sobre os novos moldes do jornalismo colaborativo envolvendo web e a participação do público.

O novo conceito de notícia que está emergindo das experiências informativas na web está apoiado na ideia de participação do público, que até agora estava limitado a um papel mais ou menos passivo. Com isto a notícia passa a ser, cada vez mais, um processo em vez de algo estático. (CASTILHO, 2004, apud CASTRO, 2011:10)

A nova realidade de interação segundo Herreros (apud Haussen, 2010, p.165) representa uma mudança profunda no campo da comunicação e do diálogo com a audiência:

(...) agora se observa a modificação no próprio processo do modelo de comunicação. É uma mudança radical que vai da difusão à comunicação, ao diálogo e usos compartilhados com a audiência de informações, experiências e relatos. É uma mutação que contagia todos os conteúdos e dá entrada a outras modalidades de relações com a audiência até modificar a função dos usuários ao permitir o intercâmbio de papéis de emissores e receptores nos processos interativos.

A utilização interativa do WhatsApp por parte dos ouvintes junto aos que fazem o processo produtivo de uma redação de rádio implantou mais velocidade e dinamismo

no campo do fazer jornalístico com feedback em tempo real, ao mesmo tempo, despertou a visível necessidade da realização de uma triagem e checagem mais rápida das informações que chegam até a redação.

CAPÍTULO 2 - PRODUÇÃO DA NOTÍCIA EM RADIOJORNALISMO

A produção de notícias é tarefa das mais pertinentes e é um direito para as sociedades, principalmente, para as democráticas. Sousa (1999, n.p) vai além e diz que “o acesso à informação, mais do que um direito, pode ser entendido como uma necessidade que emana dos próprios fundamentos do sistema”, mais ainda, que o jornalismo, apesar de todos os problemas e crises que vez por outra enfrenta, inclusive por certas “vicissitudes” de alguns profissionais do setor, continua sendo um fenômeno socialmente relevante uma vez que é através da atividade jornalística que há uma contribuição importante para a “existência pública de grande parte das notícias para a construção de significações sobre acontecimentos e idéias” que possam entrar na lista do interesse público.

Considerando esse cenário, é fundamental compreender que as novas ferramentas digitais provocaram uma reconfiguração da produção da notícia no campo do jornalismo como um todo, sem deixar, portanto, de influenciar decisivamente também o setor do radiojornalismo ao ponto de inovar o modo de fazer jornalístico. Ferrareto (2009), em suas reflexões, faz registros das mudanças vivenciadas pelo ambiente de rádio a partir da rede mundial de computadores, lembrando que a alteração da própria forma de fazer jornalismo a partir da chegada da tecnologia às redações forçou uma reorganização das rotinas produtivas. Fausto Neto (2009), em um de seus estudos, fez um alerta sobre a complexidade das mudanças que estavam por vir no campo do Jornalismo e disse:

Mudanças complexas que avançam sobre o sistema jornalístico, repercutindo sobre as condições de produção da noticiabilidade, têm sido descritas por investigações, ao longo dos últimos anos. A ênfase destes estudos chama a atenção para, dentre outras coisas, o deslocamento de certas atividades – como as que envolvem o controle de suas operações – das fronteiras do ambiente jornalístico para âmbitos das instituições e dos atores sociais, aqui entendidos como as fontes de informação. (FAUSTO NETO, 2009, p.18).

Estes mecanismos de influência provocados pela chegada da internet à vida dos populares contribuem para a confirmação desse acontecimento reconfigurante do

processo produtivo da notícia conforme observava Frazão (2013) ao refletir que tradicionais veículos de comunicação “em função do surgimento de canais informativos na internet” passaram a rotinizar “práticas diferenciadas na produção da notícia” incluindo até o público-alvo, que antes era apenas a parte receptora dos conteúdos noticiosos, na colaboração do processo produtivo da notícia.

O fazer jornalístico no ambiente do radiojornalismo mudou e levantou questões relevantes para reflexão sobre o campo do jornalismo, tanto na perspectiva profissional quanto acadêmica. Com tais mudanças, o ambiente da rotina produtiva noticiosa aparentemente perdeu força enquanto modelo de referência e capacidade de produção privada e o público-alvo acreditou na ideia de que possui potencial para ser não mais apenas o mero ouvinte das notícias, mas, também colaborador ativo do processo de produção do material final noticioso veiculado na emissora de rádio. Acerca dessa nova realidade Fausto Neto (2009) enxergou uma re-conceitualização da essência jornalística que ressalta a perda de um poder simbólico antes presente no jornalismo em si:

Estamos diante da existência de um novo dispositivo que re-conceitualiza o ato jornalístico, em relação às feições identitárias que demarcavam até então, sua existência e seu funcionamento. Trata-se do enfraquecimento de um lugar simbolicamente investido de referência e/ou de potencia para referir, segundo determinados atributos e competências, que parece sofrer desinvestimentos por parte desses novos regimes de produção de sentido. (FAUSTO NETO, 2009, p.26)

Apesar do modo de produção da notícia ter sofrido alterações, o significado do resultado final mantém-se atual tal qual o pensamento de Rodrigo Alsina (1989, p.147, tradução nossa) que afirma ter a produção noticiosa um fim inalterado que segue como “uma representação social da realidade cotidiana produzida institucionalmente manifestada na construção de um mundo possível³”. Assim, fica claro que, apesar de todos os impactos visíveis no universo jornalístico os conceitos de Jornalismo não foram alterados, mas, sim, os moldes aplicados no fazer jornalístico que, no ambiente do radiojornalismo alcançou proporções diferenciadas das registradas em outros veículos trazendo, ao mesmo tempo, implicações de diversas ordens como lembra Del Bianco (2004) ao falar que as novas ferramentas digitais despertam “implicações de

³ “Es una representación social de la realidad cotidiana producida institucionalmente que se manifiesta en la construcción de un mundo posible” (RODRIGO ALSINA, 1989, p. 147, tradução nossa).

ordem técnica, ética, jurídica e profissional para o jornalismo” uma vez que há uma completa reestruturação do exercício da profissão como um todo.

Podemos observar, portanto, que 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 e que transforma redações, como sugere Del Bianco (2004), em um ambiente “sobre-informado” quando em comparação a outras épocas em que o trânsito de informações nas redações vinham de “no máximo, três agências de notícias”.

Tem razão Lopez (2009) ao analisar a realidade atual das redações de radiojornalismo como um momento em que “novas tecnologias surgiram e desafiaram os jornalistas de rádio a construir novas rotinas”, uma vez que essas mudanças não estacionaram. Portanto, tais transformações seguem em ritmo de aprofundamento no seio de uma redação de radiojornalismo que por força de uma impressão equivocada por parte do empresariado acerca do real sentido da convergência tecnológica luta para manter o ritmo informacional com cada vez mais recursos digitais, menos profissionais e mais leigos envolvidos na rotina produtiva.

Logo, uma das mudanças está no processo de interatividade e de aproximação com a audiência por meio das novas ferramentas de comunicação multidirecionais que ampliam o papel do rádio junto ao seu público.

2.1. INTERATIVIDADE NO RADIOJORNALISMO NA ERA DIGITAL

Um dos aspectos que foi alterado na rotina do radiojornalismo refere-se à participação mais ativa do ouvinte através de diferentes fontes como o aplicativo multiplataforma de rede social WhatsApp. A interatividade ou interação mediada por computador (PRIMO, 2007) e dispositivos móveis, recompõe a relação do ouvinte com as emissoras e a produção jornalística. Meditsch (2001) ao elencar algumas razões para que o rádio fosse apontado como um veículo que apresenta desvantagem em relação a outros, evidenciou o meio como invisível em um tempo em que a imagem e a escrita

eram mais solicitadas pela população, fazendo, ao mesmo tempo, menção a sua peculiar fugacidade no meio de uma sociedade que “prestigia a posteridade”. Mas, o rádio também coleciona características positivas, uma delas é o poder de alcançar e falar para várias camadas sociais, inclusive aquelas que o estudioso chama de “elites urbanas do primeiro mundo”.

Ao refletir sobre as novas ferramentas e recursos mais modernos e popularizados nos últimos tempos no seio da sociedade, este autor lembra do discurso recorrente que sempre pondera sobre a possibilidade da extinção do veículo rádio:

O velho fantasma da extinção do rádio ronda mais uma vez os nossos estúdios, trazendo angústias e incertezas a seus profissionais e gerando confusão entre os estudiosos do meio. Agora, a ameaça se chama internet, o fenômeno que parece querer subjugar o mundo nesta virada do milênio, devorando todas as mídias que o antecederam, até mesmo a televisão, até há pouco tão garbosa no seu domínio sobre a civilização. Diante de tal poder e voracidade, quem tem chance de sobreviver? (MEDITSCH, 2001, p. 1)

O uso cotidiano de novas ferramentas foi, praticamente, o principal responsável pelo renascimento do rádio a cada ameaça de sepultamento e, mesmo em época de televisores e jornais, este veículo continuou inserido na lista das mídias favoritas, dado que corrobora o pensamento de Kischinhevsky (2007) de que “uma tecnologia não erradica necessariamente a outra”, afinal, o rádio segue vivo e com audiência renovada a partir da possibilidade de interação participativa dos ouvintes incentivada através de recursos digitais práticos e prontos para emissão de resposta imediata de contato como é o caso do aplicativo multiplataforma WhatsApp que conta com um recurso que comprova o recebimento/visualização da mensagem enviada, dando ao ouvinte uma impressão de necessidade interativa saciada.

O renascimento do recurso radiofônico não significa, entretanto, a comprovação de ausência de desafios para este veículo e é esta realidade que nos suscita interesse em investigar algumas das diversas provocações manifestadas no dia a dia de uma redação de radiojornalismo que trabalha com produção de notícias 24 horas por dia. Desafios que chegaram com força suficiente para moldar presente e futuro do rádio e sua luta diária por audiência, transformando este num dos mais delicados momentos da história de toda a radiofonia mundial, uma vez que a partir da convergência alguns postos de trabalho no setor passam a sofrer com sobrecarga de demandas, outros, com ameaças de

extinção e, todos, com a remuneração abaixo do devido, uma vez que deveria ser reajustada a partir da inserção de novas obrigações oriundas de um processo convergente.

Esta breve exposição lembra a manifestação de Salomão (2003) sobre os desafios que precisavam ser vencidos no campo da radiofonia para a própria sobrevivência do meio:

os desafios que o presente e o futuro colocam para o rádio: continuar existindo como meio de comunicação de massa, em meio a tecnologias cada vez mais envolventes e completas; satisfazer receptores sempre mais exigentes diante de uma superoferta de meios de informação que se tornam cada vez mais eficientes, e disponibilizando para o consumidor uma enorme variedade nos produtos. (SALOMÃO, 2003, p. 32).

A agregação de recursos digitais fez surgir uma nova era do rádio e, diferente de todas as outras, esta é uma ocasião que proporciona condições de sobrevivência frente a mais um contexto de modernidade e surgimento de novos recursos tão ou até mais atrativos que a radiofonia. Este panorama inspira reflexão acerca da resistência que o veículo radiofônico apresentou quando do surgimento e popularização da televisão e da internet, bem como, sobre a inquietação maior que despontou no campo radiofônico com a chegada da era da realidade digital e sua respectiva propagação. Afinal, um novo tempo se fez com novidades nunca vistas antes e com poder de conquista sobre um número expressivo de cidadãos forçando, em simultâneo, uma reinvenção do universo da radiofonia através da chamada interatividade digital que oferece inclusive uma reordenação de postura e perspectiva do profissional do setor, mas, também, do público-alvo que em um momento importante da história surge como incentivador desta ocasião de mudança através da utilização operacional de recursos digitais, já devidamente popularizados, como os *smartphones*, com modelos preparados para ações interativas.

A interatividade no radiojornalismo na era digital também surge como ferramenta que impulsiona o entendimento de um novo conceito de cidadania para o ouvinte que põe em prática, de modo facilitado através de poucos cliques, o exercício do seu respectivo trabalho cidadão de cobrar os direitos básicos de sobrevivência para si e a comunidade onde habita.

Rost (2014) entende a interatividade “como a capacidade gradual que um meio de comunicação tem para dar maior poder aos utilizadores tanto na seleção de conteúdos como em possibilidades de expressão e comunicação” (ROST, 2014, p. 55).

Portanto, o percurso desse raciocínio convida ao entendimento dos efeitos da realização de ações interativas por um veículo culturalmente percebido como interativo e, essa abordagem não pode ignorar a importância do que foi proporcionado pela realidade convergente nos veículos de comunicação e, destes ditos veículos para a sociedade, no tocante a construção de diversas novidades no contexto social que ela alcança através de suas respectivas audiências.

A abordagem que ora se delinea evidencia que, com o passar do tempo, a interatividade a partir da digitalização e do processo de convergência dos meios, passou a ser uma ferramenta de atração para velhos e novos públicos o que, para Rost (2014), segue como um conceito chave para compreensão do jornalismo atual seja ele digital ou não. Vale ressaltar que, em se tratando especificamente do veículo rádio, as novas relações de interações e sociabilidade marcam uma nova fase da radiofonia que experimenta uma era em que recursos digitais popularizados e de baixo custo se fazem presentes nas mãos de cidadãos de todas as classes sociais e escolaridades que se vem envolvidos em um sistema de interação digital que, mesmo sendo proporcionado por uma máquina, vai muito além dessa percepção superficial e envolve a realização de uma comunicação organizada e mais profunda entre os participantes da ação interativa do espaço digital. Afinal, como lembra Primo (2003) “estudar a interação é observar as ações entre os interagentes (...) e como a relação recíproca modifica o processo da mesma” (p. 15).

Portanto, falar sobre interatividade no radiojornalismo na era digital é refletir sobre uma reciprocidade comunicacional mais latente entre público-alvo e integrantes de uma redação radiojornalística a partir de uma comunicação mais veloz realizada não mais apenas através de um telefone convencional, mas, de um aparelho eletrônico portátil que é o *smartphone*, quando abastecido de dados para acesso a internet. Comunicação esta que tem, oportunamente, o poder de interferir na rotina de produção de uma redação de radiojornalismo, a partir de um dinamismo provocado por uma interação.

Diante de tal conjuntura compreende-se que através desta oportunidade as

corporações midiáticas se percebem diante da compulsoriedade de ter que se adaptar à nova realidade de trabalhar para “uma audiência munida de meios para encontrar e publicar por si mesma a informação” (PRIMO; TRÄSEL, 2006, p. 54), fato que se traduz nas novas relações de interações e sociabilidade que marcam o novo rádio que é produzido numa era em que recursos digitais popularizados e de baixo custo se fazem presentes nas mãos de cidadãos de todas as classes sociais e escolaridades.

Em vista disso, refletir sobre os efeitos da interatividade no ambiente corporativo e dentre os ouvintes de um programa de radiojornalismo merece nosso interesse, uma vez que testemunhamos um fenômeno que reconfigura por completo o fazer radiojornalístico no cotidiano.

2.2. O OUVINTE NO RÁDIO CONTEMPORÂNEO

O veículo rádio, em 95 anos de fundação no Brasil, praticamente se tornou um especialista em superar desafios e, de modo surpreendente, ressurgir mais forte no mercado. De acordo com dados do levantamento mais recente realizado pelo Ministério da Ciência, Tecnologia, Inovações e Comunicações, no Brasil existem 3209 emissoras em FM, 1781 em OM (ondas médias), 66 em OC (ondas curtas), 74 em OT (ondas tropicais) e 4641 em frequência comunitária (MCTIC, 2016)⁴.

Assim, como bem lembra Neuberger (2012, p. 133) "Quando se pensa que não há mais sobrevida para o veículo, ele ressurgir das próprias tecnologias que poderiam sufocá-lo enquanto veículo de comunicação". E, neste século XXI não é diferente, o veículo rádio está se reinventando ao mesmo tempo em que supera desafios e vivencia novas possibilidades a partir do universo digital e da convergência tecnológica.

O rádio está migrando, de modo permanente, de uma versão analógica para uma digital que oferece mais nitidez para quem ouve a mensagem emitida. O acesso a recursos tecnológicos por parte dos rádio-ouvintes e da população como um todo possibilitou o advento de uma forma de consumo especial com estruturação baseada na recepção individual, fato este que afetou diretamente a forma de relacionamento entre os

⁴ Dados disponíveis no site do Ministério da Ciência, Tecnologia, Inovações e Comunicações no endereço: disponível em <http://www2.mcti.gov.br/index.php/dados-do-setora> acesso em 14 ago. 2017.

meios de comunicação e os seus respectivos públicos-alvos. Palacios (2014) menciona a mutação do perfil do ouvinte e lembra que a partir do fenômeno da convergência tecnológica o público-alvo ganha força e até novos status de participante que produz e emite informações a partir da interatividade com o veículo de comunicação.

O ouvinte do rádio contemporâneo, em especial do Estado da Paraíba, é interessado no que ouve nos dias atuais, tanto que, o interesse da população paraibana pela radiofonia é tema comprovado estatisticamente e recém corroborado por um dado divulgado pela secretária de Radiodifusão do Ministério da Ciência, Tecnologia, Inovações e Comunicação (MCTIC), Vanda Nogueira, afirmando que pelo menos 28 emissoras de rádios têm como ouvintes 80% da população paraibana, ou seja, quase 3 milhões de pessoas.⁵

O número chama atenção e aponta o Estado da Paraíba como sendo um dos que mais consome rádio no país. Assim, de posse de dados como estes, empresários paraibanos do ramo da comunicação radiofônica investem em ideias e recursos para a conquista e ampliação da audiência para seus respectivos produtos visando alcançar novas formas de incentivo para retorno financeiro positivo para a empresa.

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 que desenvolve esta tarefa a partir do jornalismo participativo, como pensam Frazão e Brasil (2013), acerca do processo colaborativo do público:

Devido às recentes transformações no jornalismo – principalmente em função do surgimento de canais informativos na internet –, os veículos tradicionais adotam práticas diferenciadas na produção da notícia. Inclusive abrem espaço para que o público colabore nesse processo. Para designar essa participação, há várias denominações, tais como jornalismo cidadão, cívico, comunitário e open source (de código aberto), mas cada um desses conceitos possui particularidades. Todos, no entanto, são unânimes ao se basearem na colaboração dos usuários, muitas vezes leigos no que diz respeito às técnicas jornalísticas. (FRAZÃO; BRASIL, 2013, p. 117)

Portanto, as práticas comunicacionais e de interação no campo do radiojornalismo estão sendo ressignificadas ao mesmo tempo em que a experiência

⁵ Dados divulgados na página oficial do Ministério da Ciência, Tecnologia, Inovações e Comunicação (MCTIC) através do endereço: disponível em <http://bit.ly/2tKYZ6L> <acesso em 26 de julho de 2017>

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. Esta é, portanto, uma nova forma de comunicação em um mundo globalizado onde todos podem interagir, receber e também enviar informações em tempo real.

Assim, o ouvinte do rádio contemporâneo é aquele que representa o perfil traçado por Almeida e Magnoni (2010, p. 4), ao falarem sobre rádio e internet, ou seja, é o que "pode acessar qualquer conteúdo a qualquer hora, mesmo que já tenha sido veiculado ao vivo", é o que viu a sua capacidade de interação aumentar de modo exponencial e é o que desfruta da tecnologia para interagir com o emissor da notícia ao mesmo tempo em que goza da possibilidade de se informar tendo participado da produção daquele mesmo informativo.

2.3. PRODUÇÃO NO CONTEXTO DE INSTANTANEIDADE E DE REDES SOCIAIS

Ao falar sobre a cibercultura, Levy (2010, p. 11) afirma que "estamos vivendo a abertura de um novo espaço de comunicação" e que são diferentes das mais tradicionais ofertas. Em se tratando de jornalismo, a realidade que evidencia uma velocidade atípica de informações em tempos de redes sociais impõe uma reflexão acerca de uma emergência, nunca vista antes, que o ciberjornalismo proporcionou em se tratando do ritmo de produção e divulgação de notícias. Este fenômeno não poupou os profissionais do meio quanto aos efeitos da metamorfose estimulada por uma tentativa de adaptação às particularidades inerentes ao universo do ciberespaço.

Como bem lembra Freitas (2016), em um artigo de sua autoria onde trata sobre as mudanças significativas que têm sido registradas no ambiente radiofônico, a radiofonia sobrevive e segue se reinventando:

No rádio vive um processo contínuo de adaptação, reinventando-se quanto à técnica, conteúdo e linguagem. Dessa forma, a mídia radiofônica inserida no contexto da convergência funciona como instância articuladora e estruturante das práticas sociais. (2016, p.10)

Bradshaw (2014, p. 111) afirma que “velocidade foi sempre algo intrínseco ao jornalismo – a notícia é, afinal, algo novo para alguém – e isto significa ser o primeiro a contar o fato ocorrido à audiência”, mas o mesmo estudioso lembra que em tempos de uma instantaneidade que provoca impactos no consumo, produção e distribuição de conteúdos, sejam eles noticiosos ou não, “ser o primeiro pode ter diferentes significados”. Em sua análise sobre a velocidade de informações em tempos de redes sociais, Bradshaw ainda comenta sobre a competição realizada por empresas para ver quem chega primeiro com divulgações noticiosas:

Na era da instantaneidade em rede, suposições sobre o que constitui “ser o primeiro” estão sob pressão. Na medida em que as empresas jornalísticas têm competido em termos de velocidade, estas elegeram as novas tecnologias como suporte para lhe darem vantagem, desde o uso do telégrafo para distribuição de notícias, passando pela editoração eletrônica (desktop publishing), até a adoção da tecnologia via satélite pelas emissoras (broadcasters). Caso o veículo (publisher) não conseguisse ser o primeiro a divulgar a estória, então teria de ser o primeiro a obter a primeira fotografia, a primeira entrevista, a primeira reação, ou o primeiro a fornecer a análise do fato. (BRADSHAW, 2014, p. 111-112)

Na atualidade, fica claro perceber que, em se tratando do universo jornalístico, a instantaneidade, que em tempos de cibercultura passou a ser hipervalorizada, possui robustez suficiente para interferir diretamente na produção, distribuição, consumo e, inclusive, na qualidade final das notícias, tanto que, alguns autores como Klinenberg (2005) falam em "ciclone noticioso" e, Pavlik (2014), em "faca de dois gumes", alertando para as desvantagens que a instantaneidade pode provocar no campo da produção noticiosa:

A velocidade é uma faca de dois gumes no mundo da distribuição de notícias. Embora exista grande valor em veicular notícias precisas à velocidade da luz para uma comunidade global, há também o risco de se espalhar rapidamente os erros em reportagens. (PAVLIK, 2014, p. 166)

A partir do momento em que a velocidade se impõe como atividade ou mesmo regra cotidiana em uma redação de jornalismo a checagem apurada entre informações fica comprometida ao mesmo tempo em que fragiliza o resultado final da apuração de dados que poderia conduzir a divulgação de uma notícia com informações mais profundas para o consumidor. Ao ponderar sobre uma nova percepção dos valores notícia incentivada pela internet, Del Bianco (2004) aponta a velocidade tanto como um

recurso para superar a concorrência como um complicador na busca da qualidade final de uma emissora radiojornalística:

A Internet é hoje uma referência essencial na redação do radiojornalismo para avaliar os acontecimentos quanto atualidade, novidade, interesse e importância. O valor de atualidade passou a corresponder ao tempo real, ou seja, o processamento da informação se dá num ambiente onde não há diferenciação do tempo. O reflexo disso pode-se constatar no aumento do índice de atualidade na redação. As fronteiras dos deadlines tornaram-se mais elásticas. As decisões sobre o que entra ou não no noticiário da emissora de rádio são tomadas cada vez mais em tempo real. Muitas vezes, a competência em dar a notícia é medida pela capacidade de lançá-la o mais rapidamente possível, em primeira mão, de modo a superar em velocidade o concorrente. (DEL BIANCO, 2004, p. 161).

Na era de mensagens instantâneas na rede, se faz necessário um alerta para problemas incentivados pela suposta obrigação de obediência a rotinas que estimulam o alcance de uma velocidade que atenda a um ritmo frenético de produção de notícias para divulgação em tempos de instantaneidade, redes sociais e internet, uma vez que eles induzem a multiplicação e a manutenção de profissionais que se sujeitam a apresentação de um resultado raso. Em uma redação de radiojornalismo da atualidade tornou-se prática comum a divulgação do que internamente os produtores chamam de “primeiras informações” que se traduzem em um apanhado rápido da informação para que a emissora possa sair na frente ou emitir pílulas de novidades a cada instante dando a impressão de atualidade permanente mesmo que se sem um aprofundamento da notícia que pode, ou não, ser feito momentos depois.

O problema começa quando as aptidões multimídia dos ciberjornalistas, por norma muito valorizadas por quem os contrata, não são acompanhadas de aptidões jornalísticas tradicionais básicas, tais como saber distinguir entre o que é ou não notícia, ter intuição para a descobrir, obter informação em primeira mão, investigar em profundidade e reportar. Este desequilíbrio entre aptidões técnicas de ponta e qualidades jornalísticas tradicionais é muitas vezes acompanhado, e agravado, pela incipiente consciência ética e deontológica de recém-chegados à profissão. Nos piores casos, o resultado é a criação de um profissional híbrido, a meio caminho entre o técnico de empacotamento de notícias multimídia e o jornalista de alcance limitado. Acresce que vários estudos indicam que o ciberjornalismo aumentou a pressão sobre os ciberjornalistas no atinente à velocidade e ao desempenho de tarefas múltiplas. (BASTOS, 2012, p. 293).

A conclusão diária que fica nítida para o observador é que a era digital já

irreversivelmente presente no ambiente jornalístico e, sobretudo, no radiojornalístico, contribui para um ritmo de trabalho que produz, à medida da velocidade empregada ao desejo de atualização informacional, a perda da qualidade das informações, realidade que deixa nítida uma precarização do resultado final da apuração jornalística durante a produção da notícia que será levada ao público-alvo.

2.4 REPÓRTER MULTITAREFA E AUDIÊNCIA ATIVA

A adoção da internet, cibercultura, instantaneidade e velocidade no universo do fazer jornalístico também modificou a rotina do profissional do campo do radiojornalismo e do jornalismo como um todo. Meditsch (2001), ao relembrar uma análise realizada pelo jornalista brasileiro Heródoto Barbeiro acerca do novo perfil multitarefa do profissional do radiojornalismo, diz que todo radiojornalista tem que falar, a observação sobre tal reordenação deixa nítido, inclusive, que, o lugar que pertencia antes a histórica figura de locutor-apresentador hoje possa ser ocupado por todos os jornalistas, uma vez que, "Não há mais lugar para o locutor-apresentador de notícias apuradas pela redação, a sua função passa a ser de divulgador de serviços" (MEDITSCH, 2001, p 20).

A nova rotina jornalística que se abate sobre os profissionais do setor expõe, por sua vez, toda uma preocupação acerca da implantação compulsória do perfil multitarefa para os jornalistas neste momento de convergência digital nas redações. A insegurança jurídica e a inexistência de uma Lei trabalhista que proteja o profissional de abusos laborais por parte da respectiva empresa em tempos convergentes precisam ser discutidas, exatamente pela ausência de regulação oficial, uma vez que essa nova rotina de produção em ambiente convergente, não raro, provoca sobrecarga de trabalho, muitas vezes não remunerada de modo justo e coerente, aos profissionais da área.

A reconfiguração do mercado de trabalho é um dos principais fatores apontados por estudiosos como responsável por uma das maiores alterações já vistas na rotina produtiva no ambiente de redação. Bertolini (2017), ao discutir a complexidade do jornalismo multimídia e do jornalista multitarefa observa que:

O novo perfil do jornalista se deve (1) à reconfiguração do mercado de trabalho provocada pelas tecnologias digitais, sentida com mais nitidez no Brasil no início dos anos 2000; e (2) à reordenação dos negócios das grandes empresas de mídia, que precisaram se diversificar, invadindo setores como música, cinema, editora e entretenimento, para superar crises do setor (...) 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 (BERTOLINI, 2017, p. 214)

A precarização do resultado final da apuração da notícia provocada pelo ambiente convergente ainda desordenado quanto às multifunções do repórter acontece de modo quase generalizado não em uma ou duas empresas, mas, “em diversos veículos da grande imprensa brasileira” onde “repórteres têm sido, sistematicamente, forçados a elaborar noticiário para múltiplos canais de distribuição (...), tendo sua jornada ampliada de forma brutal, geralmente sem qualquer compensação”, assim pondera Kischinhevsky (2011, p.3). E, apesar de ser uma postura profissional de risco e com tendência a se mostrar cada vez menos apta a apresentar resultados de qualidade superior, Kischinhevsky enxerga a proliferação e manutenção de um jornalista "multiskilled", ideologia que tem recebido apoio crescente de determinados profissionais:

A ideologia do jornalista *multiskilled*, que respira notícias 24 horas por dia, emana do discurso dos executivos de empresas de comunicação e encontra eco entre um número crescente de profissionais – geralmente, jovens ansiosos por conquistar maior visibilidade, ao terem suas reportagens veiculadas em diversas mídias. A desenvoltura de um punhado de jornalistas de renome (comentaristas das áreas econômica e política, com direito a bônus salariais e participação nos lucros das empresas), atuando em jornal, rádio, TV e internet, ajuda a alimentar essa mística em torno da carreira multimídia. (KISCHINHEVSKY, 2011, p. 16)

Em vista disso, Kischinhevsky (2017) observa que o papel do profissional do jornalismo tem que ser reorganizado neste cenário de tecnologias digitais para que ele não seja um "mero apertador de botões (...) que equilibra diversos aparelhos eletrônicos (...) enfraquecidos como categoria" (p. 214).

A introdução de novos mecanismos e suportes digitais trouxe a ilusão de que a convergência seria não apenas um caminho natural a ser percorrido pelos profissionais de todas as áreas, mas, uma modernização necessária para o avanço do pensamento social. Porém, o setor radiofônico se apresenta como um dos mais afetados

negativamente em termos de desvalorização do profissional a partir da vivência e desempenho rotineiro das funções convergentes que tem se refletido junto ao profissional do setor como sinônimo sobrecarga de trabalho com uma percepção maximizada pela instantaneidade prometida ao público-alvo. Matellart (2000?, p. 9) ao ponderar sobre o choque da convergência midiática lembra da utilização dos discursos de inevitabilidade e viabilidade de mercado:

Uno de los aspectos más salientes de las estrategias convergente-expansivas se encuentra en el progresivo mimetismo de los modelos de integración, que transmiten una doble sensación: por un lado, su carácter inevitable, como requisito sine qua non para el crecimiento; por otro, la existencia de un único modelo de macronegocio viable del que sería poco menos que imposible desviarse. (MATELLARD, 2000?, p. 9)⁶

Ao jornalista, em nome da busca pelo lucro das empresas de comunicação está sendo negada a oportunidade de pensar profundamente e imposta a obrigação de raciocinar de modo superficial para que ele se curve à rapidez e a uma emergência dita moderna e atenda, ao mesmo tempo, a imposição dos efeitos de uma instantaneidade cada vez mais real na veiculação de informações. Diante desta realidade, a sobrecarga de trabalho incentivada pelo ambiente convergente e experimentada pelo profissional cada vez mais atarefado e que, ao mesmo tempo, enfrenta cobranças por melhores resultados, funcionou, de certo modo, como um dos incentivos para que o público-alvo fosse elevado à condição de colaborador mais participativo no processo de produção da notícia em uma redação jornalística, sobretudo, numa de radiojornalismo.

Hauszen (2009) recorda que a participação do ouvinte através de recursos menos modernos como cartas ou telefone convencional era mínima diferentemente da atualidade momento em que o popular que é receptor da notícia participa, em grande número, ativamente e, em se tratando do veículo rádio, essa realidade participativa se torna muito mais latente graças a popularização da internet e do acesso a aparelhos multiplataformas como o *smartphone*.

⁶ “Uno de los aspectos más salientes de las estrategias convergente-expansivas se encuentra en el progresivo mimetismo de los modelos de integración, que transmiten una doble sensación: por un lado, su carácter inevitable, como requisito sine qua non para el crecimiento; por otro, la existencia de un único modelo de macronegocio viable del que sería poco menos que imposible desviarse”. (MATELLARD, 2000?, p. 9, tradução nossa).

De acordo com a pesquisa divulgada pelo Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE, 2016) sobre uso do telefone celular para acessar a internet no Brasil, mais da metade dos 67 milhões de domicílios brasileiros passaram a ter acesso à internet em 2014 (54,9%). Em 2013, esse percentual era 48%. Mais de 60% dessas casas estavam na área urbana. Ainda de acordo com a pesquisa, cerca de 136,6 milhões de pessoas de 10 anos ou mais tinham celular em 2014 no país. O número representa 77,9% dessa população e um aumento de quase 5% em relação a 2013 (6,4 milhões de pessoas) e de 142,8% em relação a 2005. Com as menores proporções de pessoas com celular, as regiões Norte (69,4%) e Nordeste (69,9%) também registraram os maiores crescimentos desse contingente no período: 2,7 e 3,8 pontos percentuais. O Distrito Federal tinha a maior proporção de pessoas com celulares com 10 anos ou mais de idade (90,6%), já o Maranhão tinha a menor proporção, 54,4%⁷.

Os números expressam a popularização crescente do acesso digital portátil por parte dos cidadãos que, enquanto ouvintes de rádio, tem nas mãos a possibilidade de participar como atores na construção de produtos finais radiofônicos, mas, Bonixie (2012, p. 29) acredita que o rádio, desde sua forma tradicional, sempre pode oferecer tal possibilidade oferecendo espaços como em programas do tipo “phone-in” que eram especialmente produzidos para contar com a intervenção do ouvinte. Com base na acessibilidade digital proporcionada através de aplicativos multiplataformas nasce uma amplificação da possibilidade de transformar o ouvinte em promotor da garantia de que o rádio se identifique e passe a adotar uma postura cotidiana de essencial espaço democrático.

Este fato se dilata sob uma importante realidade de resgate da boa relação entre jornalismo e sociedade civil organizada que, ao se perceber capaz de interferir positivamente no mercado das informações, passa a se sentir valorizada por testemunhar o fato que se revela num empoderamento da capacidade transformadora naturalmente a ela cabível e por tanto tempo usurpada.

No complexo paradigma da relação entre o campo Jornalístico e a sociedade democrática, a imprensa regional tem especial importância no contributo para a “regeneração” de um espaço público local, potenciando a capacidade racional e ação cívica dos cidadãos sobre assuntos da res publica. (AMARAL, 2012, p.7).

⁷ Dados disponíveis no site da Empresa Brasil de Comunicação (EBC) no endereço: disponível em <http://agenciabrasil.ebc.com.br/economia/noticia/2016-04/celular-e-principal-meio-de-acesso-internet-na-maioria-dos-lares> acesso em 10 ago. 2017

O processo de importância dessa análise se amplia a partir do momento em que se percebe uma quebra de barreiras cultural e etnográfica, uma vez que esse poder de interferência pode ser exercido tanto por cidadãos de nível educacional superior quanto pelos de nível inferior.

As mudanças percebidas na rotina cotidiana de uma redação de radiojornalismo podem ser observadas com mais nitidez a partir da vivência dos processos de rupturas e potencialidades que emanam intuito principal de conquista e aproximação do público ouvinte como em um conceito de proximidade que, segundo Camponez (2012, p. 41), é um dos mais complexos utilizados no campo jornalístico e pode ser empregado como valor estratégico do jornalismo. Esse mesmo conceito é incentivado pelas redações como atrativo para que a audiência se sinta prestigiada e parte de um projeto importante que traz uma marca conhecida na comunidade onde vive. É o caso de emissoras de rádio de uma região que, não raro, mantém o hábito de enviar “abraços” e cumprimentos corriqueiros aos ouvintes que interagem com a equipe de produção radiojornalística.

Este incentivo para a contribuição de agentes da sociedade representados por integrantes do público-alvo da emissora para um contexto de movimento de informações, com o passar dos tempos, tornou-se quase uma regra cotidiana intrínseca ao dia a dia de obrigações laborais e é incentivado pela era dos recursos digitais como relata Pavlik (2014) ao ressaltar o incentivo crescente para que a natureza de participação seja uma realidade diária minuto a minuto.

O panorama exposto deixa claro que a realidade da popularização e utilização de novas Tecnologias de Informação e Comunicação (TICs) mudou a rotina de produção jornalística ofertando a possibilidade de maior dinamismo na divulgação de informações, porém, a qualidade delas torna-se a cada dia inferior quando em comparação a outras épocas do fazer jornalístico. Em momentos de observação percebe-se que a valorização do ouvinte suplanta a importância da notícia, fato que passa a ser combatido, com certa dificuldade, por redações mais comprometidas com a qualidade da notícia, uma vez que, os novos profissionais que chegam a redação e que representam o futuro laboral de toda uma categoria, não raro, são jovens intimamente ligados à sociedade da informação, acostumados a velocidade da comunicação interativa facilitada por aparelhos digitais e programas identificados como “Apps” que são

produzidos especialmente para celulares modernos como os *smartphones* como o multi aplicativo WhatsApp que se tornou elemento de vício, necessidade ou distração para quem utiliza, mas, recurso cada vez mais difícil de não ser utilizado em todas as camadas sociais que expõem traços cada vez mais forte e característicos da chamada sociedade de informação tão falada por Silva (2007):

A sociedade de informação é aquela onde se faz uso das tecnologias de informação e comunicação (TIC) para fazer a troca de informação digital entre indivíduos e assegurar a comunicação entre estes. Nesta são usados com frequência e abundância os meios de comunicação eletrônicos, o telemóvel, a rádio, a televisão, a televisão por cabo, o computador, a internet, entre muito outros instrumentos que permitem às pessoas informarem-se e entrarem em contacto umas com as outras, para além de uma grande multiplicidade de actividades que estão inerentes a estes mecanismos. Nesta sociedade a informação chega a todo o lado com enorme rapidez e é difícil ficar fora dela, sendo que os meios de informação são cada vez mais abundantes e todos difundem informação, por vezes, em directo. (SILVA, 2007, p. 5)

A era da convergência midiática traz uma reflexão necessária acerca da alteração do papel do público-alvo a partir de um momento de transição que alcança e reflete efeitos diretamente na produção em se tratando do contexto de instantaneidade e de redes sociais. Através do recurso multiplataforma WhatsApp o conceito de audiência ativa se faz visto de imediato, principalmente, em se tratando de sua utilização numa redação de radiojornalismo onde a imediatividade da transmissão da notícia se faz mais presente, como por exemplo, no momento em que um ouvinte aleatório envia uma mensagem para a equipe de produção informando existência de uma manifestação pública com grave interrupção de trânsito em determinado ponto da cidade.

A chegada livre dessa mensagem 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. Tudo isso com agilidade superior às oferecidas por outros meios de troca de informações como carta, e-mail e até telefone. E, principalmente, 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.

A ação informativa do ouvinte, a rapidez e agilidade oferecidas pelo WhatsApp aliadas a veiculação da informação construída em parceria com um cidadão que também

é público-alvo do veículo de comunicação lembra o pensamento de Rodrigo Alsina (1989) que discute ser o jornalismo o exercício de uma capacidade capaz de contribuir significativamente para os rumos do cotidiano de uma sociedade. Resta saber até que ponto o público está preparado para manutenção desta realidade em termos de aprofundamento, perpetuação ou diminuição do ritmo de exaltação do ouvinte em nome da resgate da valorização do que realmente é notícia de importância social.

CAPÍTULO 3 - ESTRATÉGIAS METODOLÓGICAS

A pesquisa foi realizada a partir de abordagem etnográfica na redação da CBN João Pessoa considerando a hipótese do *Newsmaking* de acompanhamento das rotinas de produção a partir de diário de campo e realização de entrevistas semiestruturadas. Para tal, obedecendo a um procedimento metodológico de natureza descritiva uma vez que o estudo tem como objetivo principal descrever as práticas jornalísticas no programa CBN João Pessoa. Considerando a introdução do aplicativo multiplataforma WhatsApp como ferramenta destinada para a captação de informações durante o fazer jornalístico diário do produto radiofônico. Do mesmo modo, a investigação reflete sobre a potencialização de audiência do WhatsApp desenvolvida a partir da interatividade entre profissionais da radiofonia e o público-alvo através do aplicativo e da utilização de uma lógica colaborativa que proporciona o envolvimento do ouvinte de rádio.

A pesquisa, em princípio, foi estruturada para que seguisse a realização do acompanhamento de uma semana da rotina diária da equipe no programa CBN João Pessoa durante o período de 1 a 7 de outubro de 2017 (de segundas às sextas-feiras das 08h às 11h (no período do horário de verão) e das 09h às 12h (fora do período de horário de verão). Após o período de observação, foram realizadas entrevistas estruturadas durante o período compreendido de 9 a 13 de outubro de 2017 com a editoria-chefe, produtora, repórter e apresentadoras do programa para poder identificar quais critérios e estratégias são utilizados pelos jornalistas para decidirem se o material recebido deve ou não ser transformado em produto noticioso radiofônico.

Porém, de acordo com Andrade (2002), uma das características da pesquisa exploratória se consolida pelo fato de oportunizar a descoberta de um novo tipo de enfoque sobre o tema pesquisado. Assim, diante de novos fatos a investigação se tornou mais densa, uma vez que após a realização do levantamento, ainda no mesmo mês, no dia 30 de outubro de 2017, a Rede Paraíba de Comunicação implementou mudanças impactantes no fazer jornalístico da redação da rádio CBN diretamente atreladas a utilização do aplicativo multiplataforma WhatsApp que deixava de ser um mero instrumento de ligação entre redação e ouvintes, mas, uma ferramenta de suporte e reforço para o cotidiano produtivo da emissora.

Com a nova rotina de produção adotada ficou estabelecida a participação diária de jornalistas de outros veículos ligados à mesma rede de comunicação da qual a emissora faz parte e cuja comunicação imediata feita com os quais seria através do aplicativo. Portanto, se antes a plataforma multifacetada era utilizada apenas na interação para com o ouvinte, ela agora passaria a ter papel determinante na rotina jornalística de produção noticiosa na redação.

Neste sentido, após a reformulação das atividades que eram campo principal do estudo de caso desta investigação, a pesquisadora realizou uma observação complementar a partir das mudanças implantadas no dia a dia da rotina produtiva da redação. Para tanto, o período escolhido para a nova observação foi do dia 30 de outubro de 2017, data da implantação do novo formato de produção jornalística, até o dia 10 de novembro de 2017 e um terceiro período ocorreu de 25 de julho a 27 de julho de 2018 e nova rodada de entrevistas nos dias 1 e 2 de agosto de 2018 (Tabela 1) . O período foi percebido como decisivo para a investigação por ser rico em adaptações e acertos definitivos para consolidação da nova fase da rotina produtiva do programa CBN João Pessoa, na 101,7 FM.

A partir dessa nova dinâmica implantada na emissora, o WhatsApp foi oficializado como ferramenta de auxílio na produção noticiosa. Um grupo intitulado “Convergência” foi criado. Nele, inseridos profissionais do Jornal da Paraíba.com.br, do G1 Paraíba, da TV Cabo Branco, da rádio Cabo Branco FM e, claro, das redações da rádio CBN instaladas em João Pessoa e em Campina Grande.

Através do grupo virtual, todos os jornalistas nele inseridos passaram a trocar informações, repassando materiais de todos os tipos suportados pelo aplicativo. Outra regra criada foi a de levar os jornalistas envolvidos neste projeto de convergência de linguagens para participar do programa radiofônico CBN João Pessoa em momentos programados para também contemplar os ouvintes com outras notícias ou desdobramentos de temas debatidos em outrora.

Tabela 1 - Períodos de observações e entrevistas

CRONOGRAMA OBSERVAÇÕES E ENTREVISTAS	
1º Período	Observação – 01 a 07 de outubro de 2017 Entrevista – 09 a 13 de outubro de 2017

2º Período	Observação – 30 de outubro até 10 de novembro de 2017 Entrevista – 13 a 17 de novembro de 2017
3º Período	Observação – 25 de julho até 27 de julho de 2018 Entrevista – 01 a 02 de agosto de 2018

Fonte: elaboração própria

Para o processo de investigação, seguimos com o método da pesquisa exploratória, que era apontada por Gil (2008) como estratégia capaz de aproximar o pesquisador da investigação de modo a torná-la mais visível. Ao mesmo tempo, observamos discussões, passos e decisões tomadas para veiculação de notícias dentro do programa, bem como, o papel da convergência digital nesse processo de produção noticiosa e, sobretudo, como acontecia a utilização da plataforma multitarefa WhatsApp em todo o decurso produtivo da notícia até sua veiculação.

Através de um contato prévio com a assistente de estúdio, responsável pela rotina de interação com os ouvintes pelo WhatsApp ficou acordado que ficaríamos atentas a todas as interações registradas e em quais momentos elas eram mais intensas quanto ao fluxo. O trabalho de pesquisa foi realizado após os períodos de qualificação da dissertação e de reformulação do direcionamento das atividades que seriam desenvolvidas a partir de então.

Para o desenvolvimento da investigação e no pressuposto de alcançar o objetivo principal da pesquisa, tivemos o cuidado de utilizar uma estratégia para a obtenção de dados e produção deste estudo que se configurou através da realização de pesquisas bibliográficas e de campo, entrevistas, da análise das informações coletadas e adoção de um diário de bordo. Deste modo, com o auxílio desses recursos pudemos colocar em evidência dados que foram observados e cuja análise servirá de inspiração para reflexões e registro do início da construção de uma nova era laboral implantada numa empresa de comunicação a partir da introdução do aplicativo multiplataforma WhatsApp numa redação de radiojornalismo.

A observação não-participante possibilitou uma proximidade necessária para o registro, com detalhes, de todas as atividades realizadas antes, durante e após a produção noticiosa na redação do CBN João Pessoa, fato que facilitou o processo de análise e interpretação das fases produtivas.

Para reunião dos dados foi adotada a prática de preenchimento de um diário de campo onde todas as observações, fatos e impressões foram anotadas e fotos da rotina de todos os envolvidos na produção noticiosa para o programa CBN João Pessoa foram anexadas. Durante a pesquisa procurou-se captar como se dava a utilização do WhatsApp na produção noticiosa, observando qual a importância desse recurso digital na condução de informações brutas ou consolidadas para os diversos setores de uma redação de radiojornalismo.

Além de tais observações, fizemos um registro das opiniões de profissionais que integram cada setor da área de produção radiojornalística sobre a utilização dessa ferramenta digital no dia a dia laboral da equipe por meio de realização de entrevista.

Pelo caráter exploratório deste estudo vale a pena registrar que também exerce relevância na produção noticiosa o fato da Rádio CBN João Pessoa estar situada em uma empresa de comunicação que possui, num mesmo prédio, outros veículos distintos de comunicação que são: o G1 Paraíba (<http://g1.globo.com/pb/paraiba/>), o Jornal da Paraíba Online (<http://www.jornaldaparaiba.com.br>), o GE Paraíba (<http://globoesporte.globo.com/pb/>), a TV Cabo Branco (<http://redeglobalo.globo.com/tvcabobranco/>), que é afiliada da Rede Globo de Televisão na cidade de João Pessoa, e a Rádio Cabo Branco FM (<http://cabobranco.fm.br>).

Outra observação relevante se dá pelo fato da rádio CBN João Pessoa também manter um repórter da emissora na cidade de Campina Grande, com quem mantém contato diário para troca de informações e produção noticiosa para o programa CBN João Pessoa, bem como para todos os outros programas locais veiculados durante a semana (CBN Cotidiano e Antena Esportiva), do mesmo modo que mantém uma rotina diária de troca de informações com outras redações do grupo formado pela Rede Paraíba de Comunicação fazendo com que seja corroborado rotineiramente o pensamento de Rost (2014) de que a interatividade em si suplanta o jornalismo digital e se faz presente na rotina produtiva dos jornalistas como um todo seja ele vinculado a qualquer meio de comunicação.

Durante a pesquisa de campo, o fenômeno da ubiqüidade analisado por Pavlik (2014) foi cotidianamente percebido uma vez que o WhatsApp foi mantido de modo acessível para interações entre a redação e o público-alvo, lembrando que, conforme Pavlik, o “conteúdo gerado por cidadãos em um mundo globalmente conectado pode ter

um papel central para complementar o conteúdo jornalístico e midiático produzido profissionalmente”, fato que faz surgir uma releitura do jornalismo cidadão.

A datar desta realidade observamos que a dimensão das práticas de produções jornalísticas na rotina de uma redação de radiojornalismo ganhou novos tons, ritmos, formatos e, sobretudo, uma nova velocidade a partir da mobilidade digital popularizada e inserida no seio do ambiente de redação.

Por fim, ficou claro que o impacto das novas tecnologias sobre o universo jornalístico segue se renovando no radiojornalismo, se apresentando de modo visceral e impactando desde o fazer jornalístico até os profissionais do meio que precisaram adotar uma postura “multitarefa” para sobreviver no ambiente profissional.

Durante a rotina de observação exigida pelo processo de investigação ficamos atentos a alguns fatores que julgamos importantes para consolidação desta pesquisa acerca da utilização do aplicativo multiplataforma WhatsApp pelos jornalistas dentro da redação e, para que esse objetivo fosse alcançado neste estudo de modo coerente consideramos que a abordagem etnográfica era um caminho essencial a ser seguido, uma vez que, segundo André (2005), a etnografia científica se baseia na produção de um relato de informações, coletadas a partir da observação de dados como comportamentos, práticas e hábitos de um grupo social e de tudo o que está acontecendo no momento da realização da técnica de observação utilizada na pesquisa para que, em seguida, ela possa assumir a forma da chamada “descrição cultural”, realizando, ao mesmo tempo, um trabalho de campo para que se verifique o que está acontecendo de fato na rotina do objeto de estudo:

O pesquisador aproxima-se de pessoas, situações, locais, eventos, mantendo com eles um contato direto e prolongado. Como se dá esse contato? Primeiro não há pretensão de mudar o ambiente, introduzindo modificações que serão experimentalmente controladas como na pesquisa experimental. Os eventos, as pessoas, as situações são observados em sua manifestação natural, o que faz com que tal pesquisa seja também conhecida como naturalística ou naturalista. (ANDRÉ, 2005, p. 29).

Ao mesmo tempo, utilizamos técnicas do *newsmaking* uma vez que realizamos a observação *in loco* acerca de como se desenvolve a organização do processo produtivo da notícia na redação da rádio CBN João Pessoa a partir da implantação do aplicativo multiplataforma WhatsApp na rotina de trabalho dos profissionais do Jornalismo,

técnica que, segundo Vizeu (2000, p. 14) serve para “mostrar como os jornalistas, no seu dia-a-dia, constroem a notícia”.

O processo metodológico do *newsmaking*, também amplamente defendido por Tuchman (1983) e Fishman (1990) como método alimentado pela observação participante e pela realização de entrevistas de modo a, ainda de acordo com Vizeu (2000, p. 14), "reunir as informações e os dados fundamentais sobre as rotinas produtivas desenvolvidas no cotidiano das indústrias culturais", se faz útil numa pesquisa deste porte devido a constatação da presença de uma rotina industrial na redação jornalística onde há a necessidade de ações planejadas para selecionar e elencar os fatos cotidianos de maior relevância para serem levados ao ar sob forma de notícia e, para a identificação de tal processo, a pesquisa de *newsmaking* se faz necessária porque através desse método pode-se “descrever o trabalho comunicativo dos emissores como um processo no qual acontece de tudo – rotinas cansativas, distorções intrínsecas e estereótipos funcionais” (VIZEU, 2000, p. 77).

Para realização desse estudo optamos também por utilizar o método de observação não participante, deste modo, coube a pesquisadora não se integrar ao processo produtivo da notícia, mas, sim, de modo passivo e consciente tomar nota e atentar para as diversas fases do fazer notícia numa redação convergente onde o aplicativo multiplataforma WhatsApp foi eleito como ponto inicial de todo um processo que inovou a produção jornalística do programa CBN João Pessoa.

Marconi e Lakatos (2007) lembram que nesse tipo de pesquisa o *modus operandi* da observação não participante mantém um procedimento de caráter similar ao do conceito que define a observação sistemática uma vez que o observador "deve ser objetivo, reconhecer possíveis erros e eliminar sua influência sobre o que vê ou recolhe" (MARCONI E LAKATOS 2007, p. 90).

Também optamos pela adoção da modalidade assistemática da investigação científica, uma vez que foram observados e registrados fatos sobre cujos quais a pesquisadora não elaborou quaisquer interferências através de planejamentos prévios ou ações de intervenções predispostas.

A técnica da observação não estruturada ou assistemática, também denominada espontânea, informal, ordinária, simples, livre ocasional e acidental, consiste em recolher e registrar os fatos da realidade sem que o

pesquisador utilize meios técnicos especiais ou precise fazer perguntas diretas. É mais empregada em estudos exploratórios e não tem planejamento e controles previamente elaborados. (MARCONI E LAKATOS, 2007, p. 89)

Quanto ao modelo de entrevista adotado nesta pesquisa optamos pela padronizada onde as mesmas perguntas pré-elaboradas foram feitas a pessoas pré-selecionadas e consideradas peças importantes no processo investigado conforme descrito por Marconi e Lakatos (2007) acerca desse tipo de abordagem:

...o entrevistador segue um roteiro previamente estabelecido; as perguntas feitas ao indivíduo são predeterminadas. Ela realiza de acordo com um formulário elaborado e é efetuada de preferência com pessoas selecionadas de acordo com um plano (MARCONI E LAKATOS, 2007, p. 93-94)

Para tanto, a pesquisa foi iniciada através do método exploratório, por meio do qual foram levantados dados fundamentais acerca da história do objeto de estudo que é a redação de radiojornalismo do programa CBN João Pessoa, da Rádio CBN João Pessoa, afiliada da Rede de rádios da Central Brasileira de Notícias – Rede CBN, emissora pertencente ao Sistema Globo de Rádio (SGR) e que trouxe ao Brasil o conceito “all news” de veiculação de conteúdo exclusivamente noticioso durante toda a programação.

As estratégias metodológicas incluíram além da observação de abordagem etnográfica na redação, o monitoramento do programa CBN João Pessoa e entrevistas realizadas com os produtores, apresentadores e repórteres do programa, além de consulta e coleta de documentos que pudessem subsidiar a busca de dados sobre o uso do aplicativo WhatsApp na redação do radiojornalismo do caso em estudo.

A coleta de dados da pesquisa ainda contou com a realização da revisão de literatura acerca dos pensamentos de diversos autores a partir de tais conceitos: convergência tecnológica, radiojornalismo, Jornalismo colaborativo e regional, Hipermídia, Cibercultura, dentre outros que se fizeram pertinentes no decorrer da pesquisa. As fontes secundárias foram encontradas a partir de livros físicos, bem como, também, de artigos ou outros textos de vertente científica publicados na internet.

Dentre o referencial teórico encontram-se pensamentos de Débora Cristina Lopez, que trata sobre radiojornalismo hipermidiático, convergência tecnológica e perspectivas do jornalismo *all news* brasileiro; Henry Jenkins; Ramón Salaverría e

Samuel Negrodo, que compartilham do mesmo interesse científico sobre a convergência; Goretti Maria Sampaio de Freitas, que desenvolve estudos no setor da mídia sonora sob a perspectiva da convergência tecnológica; João Canavilhas, que trabalha com estudos acerca do Jornalismo para dispositivos móveis, além de informação hipermultimidiática e personalizada; Luiz Artur Ferrareto, que publicou discussões relevantes sobre o veículo rádio e a virtualidade; Paul Bradshaw que discorre reflexões de impacto sobre instantaneidade e Jornalismo; John Pavlik que trata sobre a ubiquidade e perda de privacidade; dentre outros vários autores com visões harmoniosas ou não sobre os temas.

Para tanto consideramos a utilização da prática metodológica do *Newsmaking* que, de acordo com Hohlfeldt (2001), teve advento a partir de trabalhos de Kurt Lewin, no ano de 1947 e está ligada à produção de notícias.

A hipótese de newsmaking dá especial ênfase à produção de informações, ou melhor, à potencial transformação dos acontecimentos cotidianos em notícia. Deste modo, é especialmente sobre o emissor, no caso o profissional da informação, visto enquanto intermediário entre o acontecimento e sua narratividade, que é a notícia, que está centrada a atenção destes estudos, que incluem sobretudo o relacionamento entre fontes primeiras e jornalistas, bem como as diferentes etapas da produção informacional, seja ao nível da captação da informação, seja em seu tratamento e edição e, enfim, em sua distribuição (HOHLFELDT, 2001: 203-204)

Também se fez presente no decorrer da pesquisa o recurso de *Gatekeeping* para identificarmos critérios e estratégias utilizados pelos jornalistas para transformar as informações coletadas via WhatsApp em produto noticioso radiofônico. Uma vez que, segundo Pereira Junior, o conceito de *gatekeeper* pode ser tranquilamente comparado ao de “racionalizador de demandas informativas”.

O turbilhão de estímulos da realidade é captado pelo gatekeeper, filtrado em inputs, que serão processados pela caixa preta até virarem outputs (notícia editada), capazes de gerar reações que vão retroalimentar o sistema (feedback), num ciclo permanente. (PEREIRA JUNIOR, 2003, p.33)

Os resultados da pesquisa foram tratados a partir de abordagem qualitativa por oferecer "relevância ao estudo das relações sociais devido à pluralização das esferas de vida" (FLICK, 2009, p. 20). Esta perspectiva se mostrou oportuna para a pesquisa. Nesta etapa, a subjetividade das relações, bem como os seus efeitos, foi observada e devidamente registrada para que uma interpretação atualizada do fenômeno que se

apresenta mais robusto a cada dia seja proporcionada ao meio interessado. A pesquisa se deu, por fim, a partir de uma observação não-participante e natural de modo que os resultados e conclusões obtidos fossem os mais fiéis possíveis à realidade estudada. O procedimento técnico "Expost-Facto" também foi utilizado por tratar-se, segundo Gil (1991), do método realizado após o acontecimento, um das mais fortes técnicas aliadas para a observação natural.

3.1 A SELEÇÃO DO CASO ESTUDADO

A seleção do caso estudado se deu pela representatividade para compreensão do fenômeno e pela distância da pesquisadora com o objeto de estudo para que o processo de observação sem interferência fosse mantido para um resultado fidedigno da pesquisa. Também adotamos o método aplicado em estudos de caso porque Yin (2014, p. 2) lembra que o "estudo de caso seria o método preferencial em comparação aos outros em situações nas quais as principais questões da pesquisa são 'como?' ou 'por quê?'. Yin também lembra que esse tipo de escolha ainda é realizada porque o ambiente central da investigação pode ser compreendido não como um fenômeno inteiramente histórico, mas, sim, como um contemporâneo.

O modelo de convergência adotado como novo processo de rotina jornalística na redação da Rádio CBN João Pessoa também foi um importante incentivador para adoção deste ambiente como o *corpus* empírico da pesquisa. A oportunidade de realizar uma investigação acerca do início da utilização de uma ação inovadora na rotina produtiva do fazer jornalístico numa empresa de comunicação bem como a observação de estratégias utilizadas para concretização de um novo modelo de produtividade ativa e ágil na prática do jornalismo a partir da implantação de um ambiente de convergência físico e de linguagens a partir da utilização de uma tecnologia móvel digital também foram levadas em conta como importantes critérios considerados para a definição e realização da pesquisa.

O fato da Rádio CBN João Pessoa iniciar um processo de convergência de linguagens entre as redações de diferentes veículos pertencentes ao mesmo grupo de

comunicação do qual faz parte, utilizando uma ferramenta digital multiplataforma como recurso para incentivar a agilidade temporal na troca de informações e solucionar o problema da distância para a integração das diversas redações e dos seus respectivos profissionais também se apresentaram como realizações estratégicas propícias para estudos de caráter científico a partir de observações e registros, afinal, “a essência de um estudo de caso é tentar esclarecer uma decisão ou um conjunto de decisões: o motivo pelo qual foram tomadas, como foram implementadas e com quais resultados” (SCHRAMM, 1971, p. 6).

Por ser tratar de uma pesquisa de campo que pode abordar um ponto de vista subjetivo a partir da observação a investigação também adota recursos que se traduzem em elementos de uma pesquisa qualitativa de acordo com Flick (2009). A adoção das chamadas "notas de campo" é um meio clássico utilizado na produção da documentação da pesquisa qualitativa bem como a realização de documentação do material coletado através de fotos, fichas de documentação, áudio e transcrições possibilita uma análise mais adequada do material pesquisado. Flick (2009, p. 37) afirma que uma "pesquisa qualitativa dirige-se à análise de casos concretos em suas peculiaridades locais e temporais, partindo das expressões e atividades das pessoas em seus contextos locais".

3.2 A RÁDIO CBN JOÃO PESSOA

A Rádio CBN João Pessoa é uma emissora afiliada da rede de rádios da Central Brasileira de Notícias – Rede CBN, emissora pertencente ao Sistema Globo de Rádio (SGR) e que trouxe ao Brasil o conceito “all news” de veiculação de conteúdo exclusivamente noticioso durante toda a programação. A emissora chegou ao estado da Paraíba no início da década de 1990 através do Sistema Correio de Comunicação, empreendimento pertencente ao empresário Roberto Ribeiro Cavalcanti, onde permaneceu por mais de vinte anos até que, devido ao término e não renovação de contrato com o Sistema, no ano 2012, foi adquirida e re-inaugurada pela Rede Paraíba de Comunicação, empresa pertencente ao empresário José Carlos da Silva Júnior, que possui outros veículos afiliados ao grupo da Rede Globo como as TV's Cabo Branco e Paraíba (repetidoras da Rede Globo de Televisão no estado), bem como, os portais G1

Paraíba e GE Paraíba.

Na época em que ainda pertencia ao Sistema Correio de Comunicação a produção da Rádio CBN João Pessoa era feita de modo rudimentar, contando apenas com participação de uma produtora oficial que, por sua vez, alimentava a programação local, em grande parte, com informações produzidas e veiculadas em outro veículo radiofônico e de maior porte, também pertencente à Casa.

À época, a linha telefônica era o grande suporte para coleta de informações e, na CBN João Pessoa (Figura 1), não era diferente. Porém, com o passar dos anos, e a introdução da tecnologia via computadores, o processo produtivo ganhou um pouco mais de velocidade através da alimentação de notícias via e-mails e portais de notícias.

Figura 1 – Logomarca da Rádio CBN João Pessoa



Fonte: captura de tela⁸

3.3 A ESTRUTURA DO VEÍCULO

A partir da instalação da emissora na Rede Paraíba de Comunicação (Figura 2), ainda na frequência AM, a Rádio CBN João Pessoa começou a trabalhar com mais recursos jornalísticos disponíveis, mas, ainda carregando uma posição de menor destaque dentro da empresa. Contudo, no ano 2012, a emissora passou a também ser transmitida na Frequência Modulada, a 101, 7 FM, dois anos após a sua chegada e

⁸ Disponível em <http://cbnjoaopessoa.com.br/> acesso em fevereiro de 2018

integração oficial aos veículos da Rede Paraíba de Comunicação, também passou a contar com uma equipe composta de quase vinte pessoas distribuídas entre editoria-chefe, produção, reportagem, motorista e, ainda, equipes técnica e comercial, buscando conquistar o porte e destaque de veículo capaz de concorrer com as grandes emissoras líderes de audiência na Grande João Pessoa, ganhando uma equipe composta de material humano exclusivo para produção noticiosa, computadores, telefones fixos e celulares, tielines, portal de notícias e ilha de edição unicamente direcionada para o cotidiano produtivo da emissora. Porém, outras novidades ainda estavam a caminho.

Figura 2 – Sede da Rádio CBN João Pessoa



Fonte: captura de tela⁹

3.4 O ALCANCE DO SINAL

De acordo com dados disponibilizados pelo departamento de Marketing da Rede Paraíba de Comunicação, a Rádio CBN João Pessoa alcança com seu sinal todo o município de João Pessoa e as 43 cidades paraibanas com sede localizadas a até 100 quilômetros de distância, totalizando, portanto, segundo dados da Estimativa Populacional/2013 realizada pelo Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE), 685.115 habitantes ou 43,04% da população do Estado da Paraíba além de

⁹ Disponível em <https://www.google.com.br/maps/@-7.1162607,-34.8758921,3a,85.6y,105.27h,105.66t/data=!3m6!1e1!3m4!1s65FOSUd6uerEyWt0sMjNPg!2e0!7i13312!8i6656> acesso em fevereiro de 2018

outros doze municípios do vizinho Estado de Pernambuco. O mesmo sinal, juntamente com o número de ouvintes, é expandido através da transmissão ao vivo e online do programa através do site www.cbnjoapessoa.com.br (Figura 3).

Figura 3 – Página do site da Rádio CBN João Pessoa



Fonte: captura de tela¹⁰

3.5 MÉTODOS DE COLETA E ANÁLISE DE DADOS

Para alcançar o objetivo principal da pesquisa, desenvolver a investigação e manter o foco de alcançarmos o resultado do estudo, tivemos o cuidado de utilizar uma estratégia para a obtenção de dados através da abordagem descritiva que tem como objetivo narração de fatos ou fenômenos de uma determinada realidade. Também lançamos mão da realização de pesquisas empíricas (de campo), revisão de literatura por meio de pesquisa bibliográfica, entrevistas estruturada, adoção de um diário de campo. Após resultado dos dados procedemos com a análise dos resultados e as inferências.

¹⁰ Disponível em <http://cbnjoapessoa.com.br/evento-discute-acessibilidade-no-turismo-e-na-hotelaria-da-pb/> acesso em outubro de 2017

Lançamos mão da pesquisa empírica por se tratar de um recurso onde o conhecimento se faz estimulado a partir da experiência e da prática que “diz respeito à ação, ao gesto, enfim, a um tipo de conhecimento adquirido diretamente da aprendizagem” (MARTINO, 2010, p. 140). Também realizamos uma pesquisa bibliográfica através de um levantamento de referências teóricas já comprovadas e publicadas por outros pesquisadores e que possuem “o objetivo de recolher informações ou conhecimentos prévios sobre o problema a respeito do qual se procura a resposta” (FONSECA, 2002, p. 32).

Durante a realização da investigação adotamos a prática diária do registro de todas as observações, dúvidas, experiências, impressões, dificuldades e vivências acerca de uma situação vivida ou testemunhada e que pode ser feito com auxílio da criação de um “Diário de Bordo”, cuja relevância da adoção é enaltecida por Zabalza (2002) como caminho para registros de situações, decisões e aprendizagens de naturezas diversas, inclusive, em “contextos de formação, os diários dos estudantes são particularmente importantes (...) quando eles devem enfrentar suas aprendizagens práticas, ou quando estão diante de situações reais de aprendizagem profissional ou pessoal” (ZALBAZA, 2002, p. 17). O “Diário de Bordo” ou “de Campo” pode ser considerado instrumento que, para Triviños (1987), representa um recurso além de entrevistas formais, ou mesmo, um significativo modo de complemento e junção de informações diversas observadas no ambiente onde a pesquisa é realizada.

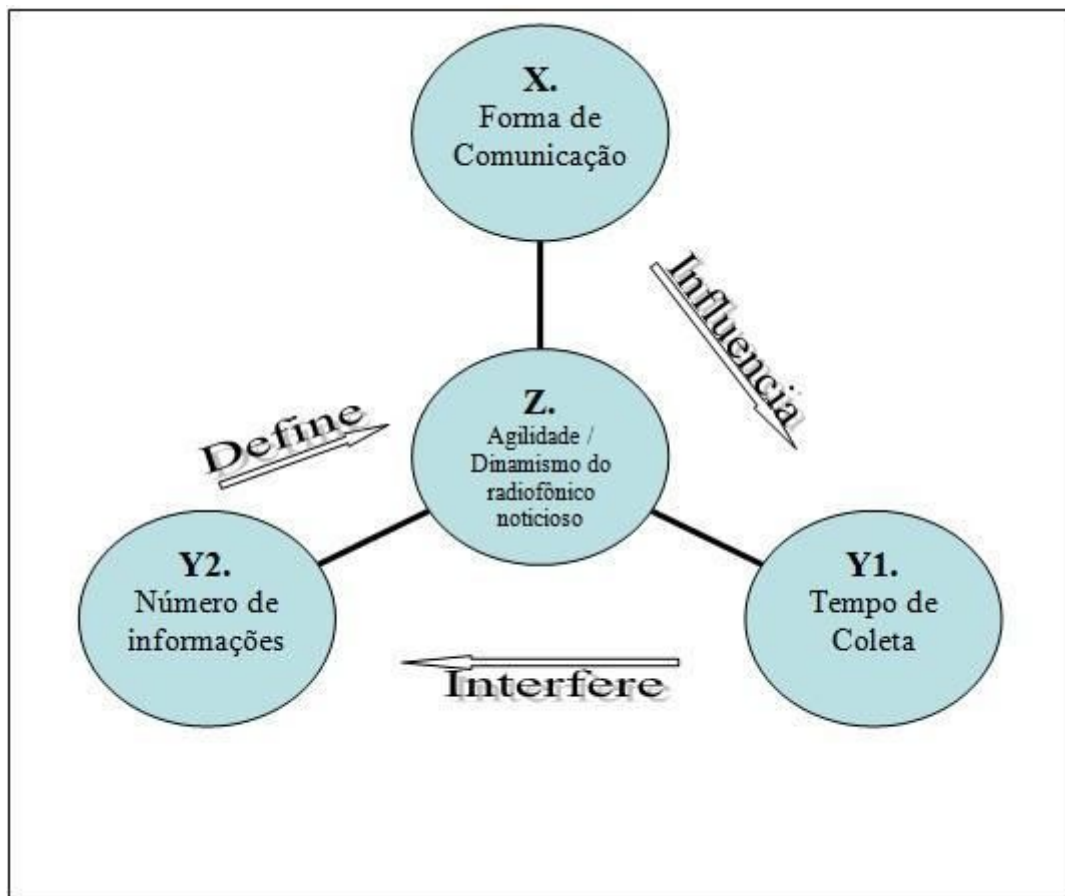
Também aplicamos a realização da coleta de dados através da observação não-participante “*in loco*”, momento em que observamos toda a movimentação dos profissionais envolvidos no processo de produção noticioso desenvolvido nos bastidores da Rádio CBN João Pessoa para a produção do programa CBN João Pessoa.

Atentos às instruções de Lakatos (2003) adotamos alguns dos vários procedimentos indicados para a coleta de dados relevantes para a pesquisa, dentre eles a observação, a coleta documental e a realização de entrevistas. Já para a pesquisa de campo decidimos criar um modelo de protocolo a partir da hipótese de investigação elaborada para análise da utilização do multiplataforma WhatsApp como recurso de agilidade nas redações durante o processo diário de produção noticiosa, uma vez que, observamos, pela investigação que, a forma da comunicação de uma informação influencia no tempo da coleta que interfere diretamente no número de notícias levadas

ao ar e define a agilidade/dinamismo do radiofônico noticioso.

Seguindo o esquema proposto por Marconi e Lakatos (2003) a partir do tema proposto para condução desta investigação que é “WhatsApp e a notícia no programa CBN João Pessoa - reconfiguração da produção jornalística na redação de radiojornalismo” observamos a formulação de uma hipótese cujo resultado depende de variáveis observadas conforme explicita o esquema gráfico exposto logo abaixo (Figura 4), onde o problema questiona se a introdução do multi-aplicativo WhatsApp reconfigura a produção radiojornalística; a hipótese supõe que a forma da comunicação de uma informação influencia no tempo da coleta que interfere diretamente no número de notícias levadas ao ar e define a agilidade/dinamismo do radiofônico noticioso; e, as variáveis podem ser identificadas como: X (variável independente); Y1 (primeira variável dependente); Y2 (segunda variável dependente); e Z (resultado).

Figura 4 - Variáveis da pesquisa



Fonte: Elaboração própria

Observamos, portanto, a partir deste esquema visual, que a reestruturação da disposição organizacional, que passou a gerir o pensamento central dos jornalistas envolvidos na produção do programa CBN João Pessoa a partir da geração de um novo ritmo produtivo diário baseado em variáveis, viria do uso de uma tecnologia popularizada, pouco onerosa e que suportasse a transmissão de diversos formatos arquivos, impactou e consolidou o movimento convergente iniciado para este fim. Também percebemos que a gestão de tais variáveis definiria o processo de aceleração e dinamismo de execução e resultado final do programa radiofônico do nosso objeto de estudo.

Para o desenvolvimento de uma orientação ágil a ser aplicada durante a coleta de dados que iria alimentar as percepções e conclusões da pesquisa elaboramos uma escala de observação com base nas hipóteses da investigação e nas reflexões teóricas trabalhadas em função do objeto de estudo:

- 1- Como o WhatsApp contribuía para a aceleração do tráfego de informações dentro da redação;
- 2- Como o WhatsApp era utilizado na rotina produtiva noticiosa;
- 3- Quais tipos de informações eram trocados através do aplicativo;
- 4- Quais tipos de arquivos eram compartilhados através do WhatsApp;
- 5- Entre quem essas informações eram trocadas;
- 6- A partir de que hora a troca de informações era iniciada e após quanto tempo ela era encerrada entre os envolvidos na rotina de produção da notícia no ambiente da rádio CBN João Pessoa.

Nesta investigação, o método da observação não-participante foi utilizado para realizar um levantamento acerca de todas as informações registradas, através do aplicativo multiplataforma WhatsApp, junto ao conhecimento dos jornalistas do nosso objeto de estudo. Deste modo, o procedimento identificou a quantidade de conteúdos recebidos, coletados, analisados pelos jornalistas e, principalmente, do aproveitamento para transformação em pautas ou em conteúdo noticioso no referido programa. Para tanto, foi solicitado acesso ao *smartphone* que é utilizado pela equipe de produção radiojornalística, de modo exclusivo, para coleta de mensagens enviadas por

populares/ouvintes e, do mesmo modo, também foram acessados os grupos formados exclusivamente para implantação do formato convergente na rotina produtiva da rádio a partir da troca de informações jornalísticas como sugestão de pautas, materiais consolidados, contatos de fontes, imagens, áudios, vídeos e/ou documentos para leitura (em formatos .PDF ou .DOC) para que, no momento oportuno, o material bruto recebido possa ser analisado pela produção do radiofônico.

Ainda no processo de coleta de dados, para auxílio no diagnóstico correto da situação investigada, realizamos entrevistas que, segundo Marconi e Lakatos (2007), se configuram em um importante recurso para o levantamento de dados e, para a investigação social, podem ser consideradas um instrumento, por excelência, indicado para, dentre outras variáveis, obter informações e respostas junto a averiguação de fatos, descoberta de planos de ação ou mesmo motivos, sistemas, condutas de influência ou porquês.

Através da entrevista estruturada por meio de um roteiro pré-produzido buscamos alimentar a pesquisa captando, através de entrevistados, dados que colaborassem com a formatação de uma linha inteligível de padrões que passaram a existir e fazer a diferença no processo da rotina produtiva noticiosa da redação.

Os registros de atividades e dados da pesquisa também foram coletados através de fotografias e “prints” ou capturas das imagens de algumas telas dos grupos virtuais criados no WhatsApp para utilização dos jornalistas para consolidação do processo de convergência de linguagens para enriquecimento do ambiente de produção de notícias radiofônicas no programa CBN João Pessoa, na rádio CBN João Pessoa.

CAPÍTULO 4 - RESULTADO DA PESQUISA: A ROTINA DE PRODUÇÃO NO RÁDIO *ALL NEWS* NO PROGRAMA CBN JOÃO PESSOA

A pesquisa de campo utilizada nesta experiência de estudo empírico cercou-se da observação não-participante das rotinas produtivas noticiosas desenvolvidas dentro e fora da redação jornalística do programa CBN João Pessoa. Assim sendo, naturalmente foram observados os cotidianos da editoria-chefe, da produção, da reportagem e da apresentação do programa a partir da utilização do aplicativo multiplataforma WhatsApp no fazer jornalístico de tal produto radiofônico.

A partir dessas observações constatamos que o aplicativo, num primeiro momento, era utilizado com a finalidade de aproximar os ouvintes da emissora com o incentivo de participações do público-alvo através do envio de mensagens para a redação. Porém, a partir do registro e implantação de uma nova estratégia empresarial o mesmo aplicativo multiplataforma ganhou espaço privilegiado e tornou-se ferramenta de grande importância para a rotina do fazer jornalístico da programação deixando de ser um mero coadjuvante para se tornar recurso de auxílio e aceleração do cotidiano produtivo do programa CBN João Pessoa veiculado na rádio CBN João Pessoa.

Durante as duas fases da pesquisa pudemos constatar através do método de pesquisa exploratório que a aplicação de uma rotina de convergência de linguagens jornalísticas se consolidou a partir do redirecionamento de uso e aplicação do WhatsApp na prática diária desenvolvida na produção de Jornalismo do programa radiofônico e, conseqüentemente, no de toda a emissora, característica esta observada e registrada do modo mais fiel possível.

No espaço dedicado à apresentação do resultados e às inferências sobre os dados obtidos das diferentes fontes nesta pesquisa e serão descritos este conjunto de dados (observação, entrevistas, imagens) considerados relevantes pela pesquisadora junto a profissionais diretamente envolvidos no processo de redirecionamento da rotina produtiva jornalística do programa CBN João Pessoa a partir da exploração dos recursos

do aplicativo multiplataforma WhatsApp, além de registros de imagens e impressões despertadas durante o período de observação para que a compreensão do fenômeno que se apresentou seja possibilitada de uma forma devida.

Numa era em que o pensamento e a possibilidade de convergência tecnológica e profissional se tornaram reais é possível a compreensão da teoria de Kischinhevsky (2007) de que "uma tecnologia não erradica necessariamente a outra", bem como também é praticável o entendimento da realidade comentada por Levy (2010, p. 11) ao falar sobre cibercultura, de que "estamos vivendo a abertura de um novo espaço de comunicação" uma vez que essa dimensão é observada como nova modalidade dentre os profissionais da imprensa que na prática dão vida a reflexão de Bradshaw (2014, p.111) de que a "velocidade foi sempre algo intrínseco ao jornalismo" e de que "ser o primeiro pode ter diferentes significados", acontecimento que, inclusive, percebemos, se torna observável na troca de informações para a produção noticiosa final de um programa radiofônico com proposta "*all news*" como é a ofertada pela Rádio CBN em sua essência.

Os resultados apontados nesta pesquisa comprovam a existência de reconfiguração da produção jornalística na redação de radiojornalismo no programa CBN João Pessoa a partir da introdução do aplicativo multiplataforma WhatsApp como ferramenta destinada para a emissão e captação de informações durante o fazer jornalístico diário do produto radiofônico, recurso digital este que antes era direcionado unicamente ao objetivo de impulsionar a interatividade entre profissionais da radiofonia e o público-alvo na CBN João Pessoa.

Para uma melhor compreensão dos resultados obtidos junto a esta pesquisa segue, logo abaixo, uma descrição do objeto estudado a partir de categorias analíticas dos dados das entrevistas e da descrição dos diários de campo da pesquisa empírica de observação a partir de uma abordagem qualitativa. .

4.1 A ESTRUTURA DE PRODUÇÃO

A redação da Rádio CBN João Pessoa é instalada numa área localizada no mesmo prédio das redações do Jornal da Paraíba.com.br, do G1 Paraíba, da TV Cabo

Branco e da rádio Cabo Branco FM, esta última, uma emissora musical voltada ao público Classe A. Apesar de estar no mesmo prédio, porém, a CBN João Pessoa (Figura 5) foi estruturada num local distante de todas as outras redações do mesmo grupo de comunicação, sendo necessário, portanto, aos profissionais convergentes a necessidade de fazer uso de recursos de aproximação para troca de informações como telefones, e-mails, aplicativos para troca de mensagens ou um deslocamento físico com caminhada por cerca de cinquenta metros até o estúdio central da emissora.

No estúdio central permanecem um operador de áudio, uma assistente de estúdio, que abastece redes sociais oficiais da emissora como Twitter, e uma apresentadora. Já a redação, construída numa sala anexa a do estúdio central, é composta por duas produtoras, sendo uma exclusiva para todo o programa e outra que segue apenas até a primeira metade do radiofônico, além de uma estagiária e um repórter. O editor-chefe e o editor de áudio permanecem em salas distintas montadas fora da redação.

Todos os profissionais dispõem de um computador à sua disposição dentro da redação. O repórter ainda conta com um celular corporativo para se comunicar com a equipe de produção e, todos possuem contas no WhatsApp para comunicação entre si.

Figura 5 – A estrutura da rádio (estúdio principal, ilha de edição e redação)



Fonte: registro fotográfico da pesquisadora (outubro e novembro de 2017 e agosto de 2018)

4.2 REESTRUTURAÇÃO DO VEÍCULO

A partir de abordagem etnográfica registramos que no ano 2017, um planejamento foi pensado pela editoria-chefe e pela equipe de produção da Casa. Nessa empreitada, um projeto de integração entre as equipes de todos os veículos pertencentes à Rede Paraíba de Comunicação seria executado para que o fenômeno da convergência de linguagem pudesse acontecer de fato dentro da empresa como incentivo para realização de um processo de otimização do fazer jornalístico e, também, de economia,

no orçamento das contratações de novos profissionais.

No estudo de caso do radiofônico CBN João Pessoa percebemos que o primeiro passo foi trazer para os microfones programa profissionais de outros veículos pertencentes à Rede Paraíba de Comunicação para que trouxessem e veiculassem durante o programa radiofônico que estivesse ao vivo, notícias relevantes que estivessem sendo trabalhadas por estes jornalistas (Figura 6).

O segundo passo foi transformar o aplicativo multiplataforma WhatsApp em um recurso obrigatório para comunicação, articulação e troca de informações entre todos os envolvidos no processo de produção noticiosa para que a notícia pudesse ser produzida e veiculada com maior praticidade e mais velocidade na Rádio CBN João Pessoa. Estava, portanto, consolidada uma nova era na rotina de produção noticiosa no programa CBN João Pessoa e na Rede Paraíba de Comunicação a partir do uso do aplicativo multiplataforma WhatsApp.

Figura 6 – Equipe e momento de convergência realizando o “Giro de Notícias” no ar com jornalistas da Rádio CBN, do Jornal da Paraíba Online e do G1 Paraíba



Fonte: registro fotográfico da pesquisadora (novembro de 2017)

4.3 A CONVERGÊNCIA TECNOLÓGICA E PROFISSIONAL NA PRODUÇÃO DO PROGRAMA CBN JOÃO PESSOA

As duas fases nas quais a pesquisa foi desenvolvida registraram momentos distintos em se tratando do uso, direcionamento e aplicação do app multiplataforma WhatsApp. No primeiro momento, o aplicativo era utilizado como recurso de atração para o ouvinte que, por sua vez, era constantemente convidado pela apresentadora a participar do programa enviando mensagens, denúncias e opiniões. Já no segundo período estudado, um dado importante confirmado através da observação não participante foi a aplicação de um novo formato de utilização do recurso tecnológico multi-aplicativo com objetivo único de acelerar o fluxo informativo do programa CBN João Pessoa bem como a produção noticiosa do radiofônico através de um movimento convergente que pudesse acontecer mesmo em momentos de distância física entre os membros da equipe e até entre as redações.

Em um pensamento compactado com Negredo e Salaverría (2008) que explicam o fenômeno da convergência como um multidimensional que afetava a empresa de comunicação e os profissionais do Jornalismo, realidade esta corroborada através da nossa pesquisa nas fases de observação, apuração dos dados e realização de entrevistas junto à coordenação de produção do radiofônico observado que se mostrou, na primeira fase, como uma das mais resistentes ao uso do multi-aplicativo em ambiente de trabalho e, na segunda, como uma das grandes apoiadoras da estratégia de dinamicidade adotada pela empresa junto à rotina do fazer jornalístico.

O Quando o whatsapp já era febre para muitos jornalistas novos, eu ainda resistia muitíssimo em usar esse aplicativo. Inclusive, criticava porque ele ainda é motivo para distração de muita gente para as rotinas produtivas. Mas aprendi que estava errada, pelo menos em parte. Tudo que é novo pode nos ajudar na rotina de trabalho, basta que a gente faça um uso equilibrado.¹¹

Passado algum tempo, hoje posso dizer que o aplicativo é um grande aliado no contato diário com fontes, com colunistas da rádio, com a equipe inteira de trabalho. Utilizamos ele para o envio de pautas, informações adicionais ao repórter em rua utilizamos para marcar entrevista; localizar fontes; gravar sonoras; gravar colunas para a rádio; para captar informações novas através

¹¹Entrevista realizada para a pesquisa com a coordenadora de produção do CBN João Pessoa, Michelle Sousa, em outubro de 2017.

de grupos de jornalistas, policiais, trânsito e até listas de transmissões criadas por assessoria de imprensa para envio de dados dos assessorados diversos; e para integrar toda a equipe em grupos de trabalho específicos. Hoje, não é mais possível trabalhar sem essa ferramenta. Ela continua sendo motivo de distração, mas apenas quando se perde o foco da rotina e das metas de trabalho. No geral, é hoje muito importante para a agilidade do trabalho. E essa agilidade é algo importante no rádio que tem no imediatismo uma característica marcante.¹²

Os depoimentos da coordenação de produção revelaram fases de resistência e aceitação da iniciativa determinada pela editoria-chefe da Rádio CBN João Pessoa que apostou na possibilidade de bons resultados que o multiaplicativo WhatsApp poderia proporcionar através de elementos ora buscados pela empresa para agilidade no trabalho minimizando, ao máximo, a oneração da estratégia que buscava o encurtamento de distâncias e facilitação de atividades laborais para produção de conteúdo noticioso com a mesma precisão, porém, com mais rapidez e sem a necessidade de novas contratações imediatas para tanto.

O WhatsApp transformou-se, pela sua versatilidade, em um importante meio de comunicação e ferramenta de trabalho jornalístico. No caso da CBN João Pessoa, facilitou a implantação do processo de convergência que envolve todas as empresas da Rede Paraíba de Comunicação. O aplicativo virou espaço de discussão e troca de informações que, conseqüentemente, se materializam no conteúdo noticioso veiculado pela rádio. Encurtando distâncias e facilitando o trabalho.¹³

A nossa rotina de observação durante a pesquisa constatou que após meses de planejamento a rotina que seria implantada havia sido desenvolvida com base na cultura da convergência que, para a empresa, se traduzia na união de integrantes de todas as redações de todos os veículos da Casa para troca de informações que auxiliem na produção noticiosa de cada produto jornalístico da Rede Paraíba de Comunicação.

Para tanto, a ferramenta escolhida para tornar real essa possibilidade foi o aplicativo multiplataforma WhatsApp por ser um recurso digital presente no cotidiano de todos os envolvidos no processo, depois, foi criado um grupo virtual chamado “Convergência” para, logo em seguida, cadastrar os números de celulares de todos os jornalistas escolhidos para participar dessa nova realidade e começar o

¹² Entrevista realizada para a pesquisa com a coordenadora de produção do CBN João Pessoa, Michelle Sousa, em novembro de 2017.

¹³ Entrevista realizada para a pesquisa com o editor-chefe da rádio CBN João Pessoa, Suetoni Souto Maior, em outubro de 2017.

compartilhamento de materiais. A princípio, o grupo foi criado com 23 (vinte e três) participantes que eram jornalistas da TV Cabo Branco, Jornal da Paraíba.com.br, G1 Paraíba, Rádio Cabo Branco FM e CBN João Pessoa.

No caso da Rede Paraíba, a ‘sacada’ do editor Suetoni Souto Maior de criar o grupo ‘CONVERGÊNCIA’ foi quase como criar uma redação única virtual, ou uma espécie de ‘agência de notícias’ dos veículos e profissionais que integram a Rede Paraíba. Neste canal, encontramos a notícia e os desdobramentos dela, com a apuração compartilhada. Hoje, informações e áudios chegam com a velocidade da internet. Na maioria das vezes, a informação já chega checada e pronta para ser ‘disparada’. Em outras, ainda exige a apuração. O importante é que ela chegue às redações para conhecimento, apuração e divulgação. O grupo deu nova dinâmica às redações e também tornou a equipe mais integrada no mundo real.¹⁴

Os depoimentos coletados durante a pesquisa em diferentes momentos seguiram revelando percepções dos profissionais diretamente envolvidos no processo de aceleração da convergência de linguagens implantado na rádio CBN João Pessoa com a utilização do aplicativo WhatsApp. Mesmo com o passar do tempo, para alguns dos entrevistados as vantagens da implantação do processo eram indiscutíveis enquanto que, para outros, seguia como uma “via de mão dupla” onde desvantagens consideráveis ou dificuldades ainda precisavam ser trabalhadas e vencidas, fato que deixava patente que o processo de convergência e a implantação de mais velocidade na apuração de notícias para o aumento do número de informações levadas ao ar na emissora de rádio não eram uma fórmula perfeita, mas sim, um processo que, apesar de todas as vantagens, precisava ser encarado de modo muito atento.

A primeira das funções é a comunicação entre os integrantes da equipe que ficam na redação e estúdio e os profissionais que trabalham na externa. Como os repórteres precisam interagir com o ambiente e pessoas onde estão, o aplicativo acaba se tornando mais eficiente que uma ligação telefônica, que interrompe o que ele está fazendo no momento em que tem que atender. Com o aplicativo, fica possível acessar a informação assim que terminar uma entrevista em curso, sem grandes prejuízos. Através dos grupos operacionais, âncoras, operadores, editores de áudio, produção e repórteres podem compartilhar informações e afinar procedimentos. Há também a função de receber informações que vem dos ouvintes. Além disso, a capacidade de enviar áudio através do aplicativo mudou a dinâmica e a qualidade das entradas ao vivo e da veiculação de conteúdo. Da rua, o repórter consegue enviar o áudio, orientar o editor de áudio sobre o trecho que quer utilizar, e chamar essa sonora no ar poucos minutos depois, o que

¹⁴ Entrevista realizada para a pesquisa com a então apresentadora do programa CBN João Pessoa, Nelma Figueiredo (in memoriam), em outubro de 2017.

não era possível com o gravador, a não ser quando se transmitia o áudio pela ligação telefônica, o que comprometia muito a qualidade de som.¹⁵

A possibilidade do ouvinte mandar mensagens, se ouvir na voz só apresentador, e se sentir representado é uma eficiente ferramenta para fidelizá-lo. Mas, essa é uma via de mão dupla. Se pedimos participação e abrimos esse canal, temos que conseguir dar vazão a essas demandas. Seja lendo e atendendo as mensagens, ou mesmo fazendo reportagens a posteriori.¹⁶

Pelo fato do WhatsApp proporcionar uma comunicação que não é realizada “olho no olho” muitas informações podem ser mascaradas e qualquer mentira pode virar uma grande verdade e você nem desconfiar porque a abordagem virtual amortiza muito o ‘feeling’, realidade esta que pode complicar um andamento investigativo, por exemplo. O excesso de mensagens bombardeadas por assessorias de imprensa junto aos jornalistas de redação também é um fato complicador no dia a dia de quem recebe essas informações que, muitas vezes, não consegue dar conta dos materiais recebidos porque é um profissional que foi inserido, por vezes sem o devido consentimento, em várias listas de transmissões. Sem falar no perigo de ‘robotização’ do processo de apuração que cada vez mais exige dinamismo e rapidez comprometendo a necessidade de pensar de modo mais profundo sobre determinado dado informativo recebido, porque ao final das contas, não é a quantidade de informações que você recebe que vale, mas, a quantidade que pode ser devidamente decodificada da forma correta para que o melhor conteúdo possa ser oferecido ao público-alvo. Então, separar o joio do trigo no meio desse bombardeio de informações não é fácil porque, muitas vezes a notícia está ali, mas, ela se perde também, e essa é a minha grande preocupação.¹⁷

Na prática, durante o período de observação não-participante, foi possível identificar que os profissionais observados nesta pesquisa reconheceram que a partir da utilização de uma nova ferramenta tecnológica em suas respectivas rotinas laborais e da reordenação do fluxo itinerante das informações recebidas por cada veículo de dentro do mesmo grupo de comunicação houve o registro diuturno da instantaneidade na distribuição informacional como era comentada por Bradshaw (2014) e da comunicação ubíqua estudada por Pavlik (2014), uma vez que a circulação da informação na Rede Paraíba de Comunicação se tornou quase instantânea quando realizada entre os veículos da empresa (figura 7), fluxo este antes praticamente inexistente (figura 8). Nesta realidade laboral a mudança aconteceu graças à implantação do multiaplicativo

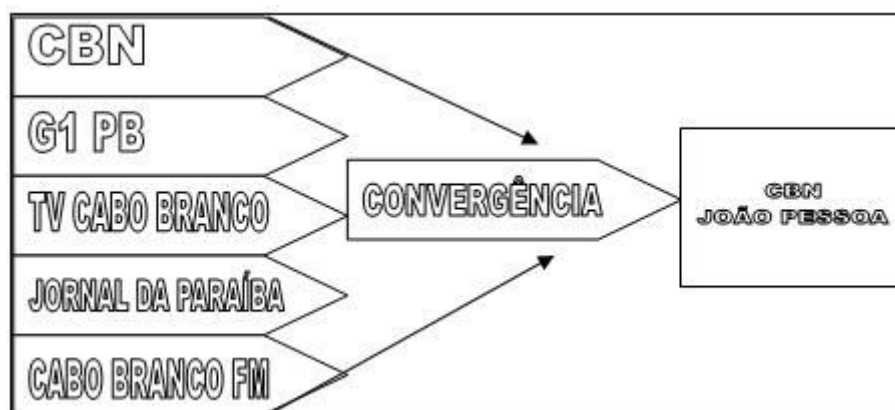
¹⁵ Entrevista realizada para a pesquisa com o repórter do programa CBN João Pessoa, Hebert Araújo, em novembro de 2017.

¹⁶ Entrevista realizada para a pesquisa com a apresentadora do programa CBN João Pessoa, Patrícia Rocha, em agosto de 2018.

¹⁷ Entrevista realizada para a pesquisa com a coordenadora de produção do programa CBN João Pessoa, Michelle Sousa, em agosto de 2018.

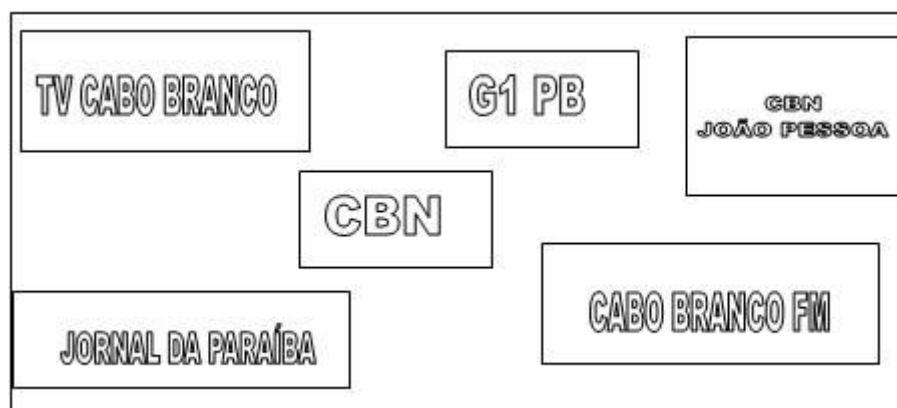
WhatsApp como ferramenta de elo e auxílio na condução de informações durante o processo de produção noticiosa para o programa radiofônico CBN João Pessoa conforme mostram os gráficos a seguir sobre a estrutura da circulação de informações para produção de notícias dentre os conjuntos de jornalistas dos veículos do grupo antes e depois da convergência:

Figura 7 - Estrutura convergente



Fonte: Elaboração própria

Figura 8 - Estrutura não convergente



Fonte: Elaboração própria

Durante as entrevistas realizadas para a esta pesquisa alguns profissionais foram questionados quanto a utilização do aplicativo WhatsApp no campo da interação com o ouvinte que forma o público-alvo da emissora e do radiofônico em questão uma vez que

o multiplataforma também podia ser percebido como multifacetado e utilizado tanto quanto recurso para otimização do fluxo de informações informativas para alimento da rotina jornalística quanto para interação com ouvintes.

Levar esta ‘convergência’ para os ‘giros de notícia’ na grade da CBN também deixou os programas locais mais ‘noticiosos’, mais ‘informativos’ e este é o principal foco da ‘Rádio que toca notícia’. Sem contar que cada redação também recebe muitas informações enviadas via ‘WhatsApp’ por ouvintes, internautas, leitores e telespectadores e a soma de tudo isto gera muita informação. Esta interatividade tem sido cada vez mais incentivada. Enquanto não inventarem algo mais eficiente e prático, viva o “zap” e a sua capacidade de interação!¹⁸

Essa interação, que sempre foi uma marca do rádio e que tinha o telefone como ferramenta, ganhou uma nova dimensão com o uso do WhatsApp. Com ele, os ouvintes podem narrar os fatos, como faziam antes, mas podem mandar fotos ou vídeos pra mostrar a realidade para os profissionais da rádio. Com a devida checagem, essa fonte de informação se tornou muito valiosa.¹⁹

Ele é o canal com o público e, na rádio, temos o desafio de estar presente na rotina dos ouvintes, aproximando-os do nosso noticiário. Recebemos pautas, além de comentários, e perguntas interagindo com as notícias. Muitos enviam pedidos de ajuda com problemas de comunidades, mas a maioria interage comentando algum assunto polêmico ou de grande interesse.²⁰

Os depoimentos inspiraram a lembrança da teoria de Rost (2014) que percebia a interatividade “como a capacidade gradual que um meio de comunicação tem para dar maior poder aos utilizadores tanto na seleção de conteúdos como em possibilidades de expressão e comunicação” (ROST, 2014, p. 55).

4.4 ROTINA DOS JORNALISTAS COM O PROCESSO DE CONVERGÊNCIA NA CBN

A pesquisa de campo exigiu que fosse realizada uma coleta prévia de informações para que fosse possível a compreensão do grau de mudanças que seria

¹⁸ Entrevista realizada para a pesquisa com a apresentadora do programa CBN João Pessoa, Nelma Figueiredo (in memorian), em outubro de 2017.

¹⁹ Entrevista realizada para a pesquisa com o repórter do programa CBN João Pessoa, Hebert Araújo, em agosto de 2018.

²⁰ Entrevista realizada para a pesquisa com a apresentadora do programa CBN João Pessoa, Patrícia Rocha, em agosto de 2018.

naturalmente percebido a partir da implantação do novo projeto que utilizaria a multiplataforma virtual "WhatsApp" como ferramenta de otimização do processo de produção da notícia no programa CBN João Pessoa. Para este entendimento, acompanhei a rotina da produção noticiosa "in loco" antes e depois da implantação do projeto na redação.

Durante o período prévio da pesquisa observamos que o WhatsApp era utilizado de modo desordenado e aleatório, uma vez que o número de profissionais envolvidos com a produção noticiosa de uma emissora com o porte da rede de rádios CBN era insuficiente para fiscalização efetiva de vários grupos e checagem de informações enviadas de ouvintes de toda natureza para a redação, principalmente porque nem toda mensagem enviada se tratava de uma informação que pudesse ser transformada em notícia, uma vez que também eram enviadas perguntas, críticas, sugestões, opiniões e outros dados irrelevantes como fotografias de paisagens, mensagens de “bom dia, boa tarde e boa noite” e até correntes virtuais de cunho religioso.

Diante do número relevante de informações não jornalísticas enviadas por ouvintes à produção através do grupo virtual, havia sido decidido que o “WhatsApp CBN” ficaria sob constante monitoramento da assistente de estúdio (figura 9) e não mais apenas dos jornalistas. Assim, a assistente teria que se reportar à equipe de produção cada vez que julgava ter recebido uma informação com relevância jornalística, principalmente, em se tratando de acontecimentos factuais como acidentes de trânsito, assaltos, protestos ou denúncias contra órgãos públicos ou privados.

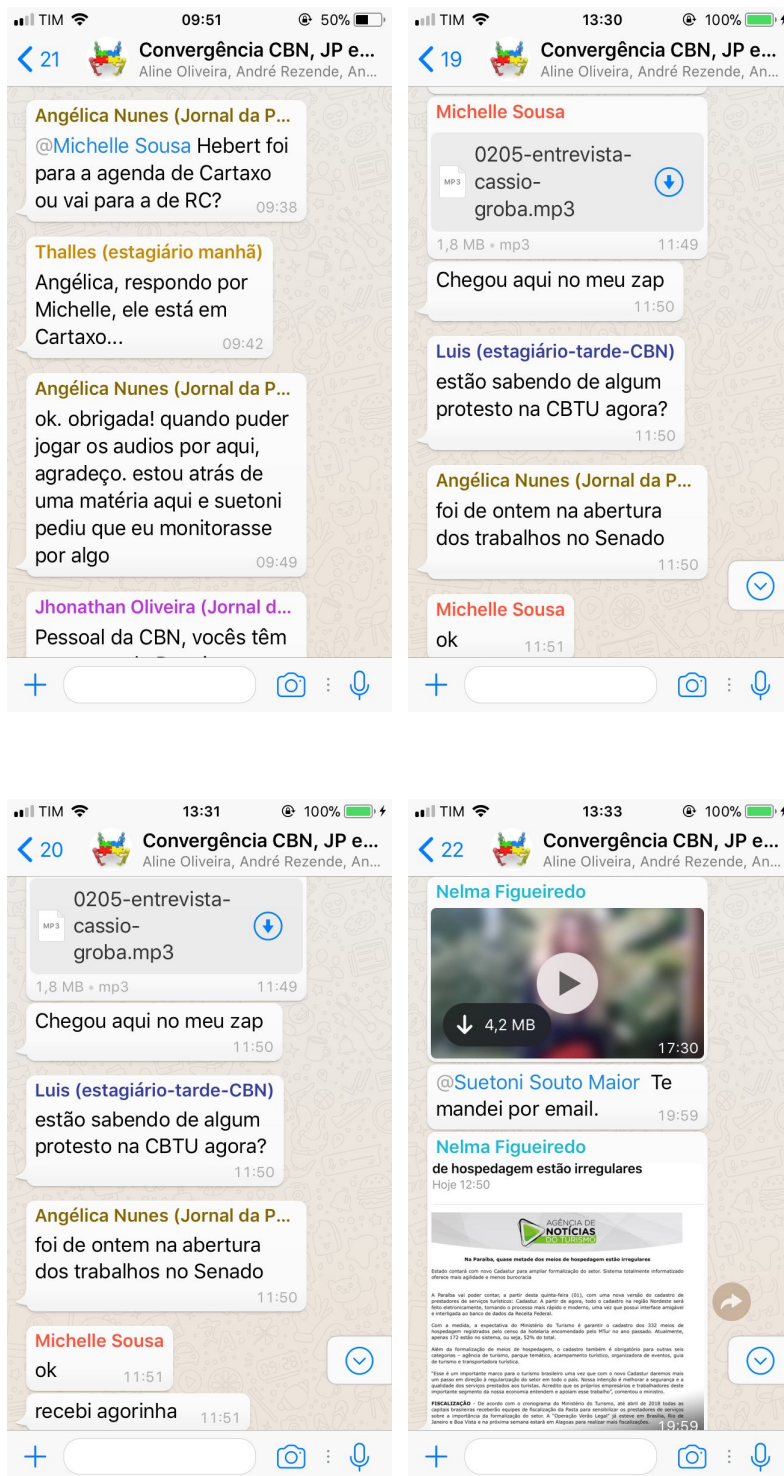
Figura 9 - Assistente de estúdio atenta ao fluxo de informações recebidas pelo WhatsApp do celular corporativo



Fonte: registro fotográfico da pesquisadora (agosto de 2017)

Além dessas percepções, registramos durante o período de observação da pesquisa que o WhatsApp, antes da implantação do novo projeto, seguia sendo utilizado para troca de informações entre produção e equipe de reportagem, bem como entre produção e fontes oficiais de órgãos que já mantinham perfis ativos no multiplataforma além de autoridades e entrevistados do dia, nesse último caso, para orientações sobre localização e acesso ao estacionamento da empresa e troca de materiais para afinação de temas para a entrevista. Porém, o tipo de interação era diferente ou menos impactante do que a que passou a ser realizada pós-implantação do projeto de convergência (figura 10) que, por sua vez, conseguiu, a custo zero, aumentar a equipe de produção do programa CBN João Pessoa, envolvendo jornalistas de outras redações de uma mesma empresa de comunicação através do multiplataforma WhatsApp.

Figura 10 - Imagem de tela do grupo “Convergência” no WhatsApp durante troca de informações entre jornalistas de diversos veículos da empresa



Fonte: captura de tela (março de 2018)

Um resultado considerado positivo constatado durante o período observacional da pesquisa a partir da implantação do projeto de convergência foi a possibilidade de ampliação de propaganda dos endereços dos portais de notícias da Casa através dos microfones da Rádio CBN, uma vez que, ficou previamente acordado, o jornalista de

outro veículo traria um resumo da notícia que havia apurado (figura 11), até mesmo por obediência à dinâmica exigida por um programa de rádio e, logo em seguida, chamava o público ouvinte para conferir a íntegra do material no endereço virtual por ele indicado que poderia ser: jornaldaparaiba.com.br; g1.globo.com/pb/paraiba/; ou globoesporte.globo.com/pb/.

Figura 11 - Imagem da conversa de jornalistas acertando últimos detalhes antes do “Giro de Notícias” no CBN João Pessoa



Fonte: captura de tela (novembro de 2017)

A agilidade, a organização prática e o aumento exponencial do número de profissionais engajados na produção noticiosa de um programa veiculado ao vivo sem aumentar os custos financeiros da Rádio CBN João Pessoa (foto 12) marcava, portanto, o início de uma nova era do processo de produção notícias na Rede Paraíba de Comunicação confirmando, assim, que o aplicativo multiplataforma WhatsApp se configurava numa ferramenta fundamental no processo de reconfiguração da produção jornalística na redação de radiojornalismo do programa CBN João Pessoa.

Figura 12 - Jornalistas da Rádio CBN, Jornal da Paraíba Online e G1 Paraíba posando para foto antes do “Giro de Notícias” do programa CBN João Pessoa



Fonte: registro fotográfico da pesquisadora (novembro de 2017)

4.5 DOIS DIAS NA REDAÇÃO DA CBN ACOMPANHANDO A ROTINA DE PRODUÇÃO NO PROGRAMA CBN JOÃO PESSOA

Nas descrições e análises qualitativas das observações feitas durante o período observacional da pesquisa não participante, compreendemos ser de suma relevância o registro do diário de campo sobre a rotina de produção observada e das práticas adotadas junto ao novo período de convergência na dos jornalistas na redação do programa CBN João Pessoa. Consideramos que a delineação do aspecto da rotina observada ajudaria na concretização de uma percepção mais clara do quanto o fazer jornalístico começava a acontecer de modo mais rápido e dinâmico a partir da utilização do WhatsApp como recurso facilitador da troca de informações brutas e consolidadas durante o processo da produção noticiosa do programa radiofônico.

Para tanto foi feito um “Diário de Campo” onde registramos detalhes e impressões de tudo o que acontecia durante o processo de produção de notícia no programa CBN João Pessoa. Trazemos extratos de dois dias da observação, do conjunto do período, conforme estabelecido, para descrição detalhada do processo:

Um dia na redação...

“Dia 30 de outubro de 2017, segunda-feira, chego à redação da rádio CBN João Pessoa por volta das 08h da manhã para observar de perto a jornada de trabalho de todos os envolvidos no processo produtivo da notícia que será levada ao ar durante três horas de programa.

Observo que um grupo virtual chamado ‘Convergência’ já havia sido criado e que nesse ambiente foram cadastrados os números de celulares de todos os jornalistas escolhidos para participar dessa nova realidade e começar o compartilhamento de materiais. Percebo que os celulares não saem do alcance do jornalistas porque o grupo é sempre consultado até porque, a partir de hoje, a ordem é ‘ficar de olho no grupo da convergência’.

Um pouco depois que cheguei na redação fui informada de que a interação

virtual a partir do grupo 'Convergência', nesse primeiro dia, teria começado por volta das 07h, pouco mais de uma hora antes do programa radiofônico entrar no ar e que, nitidamente, teria resultado numa gritante economia de tempo, pois, tudo havia sido definido entre os representantes das redações sem que eles precisassem gastar minutos se deslocando de seus respectivos ambientes de trabalho até a redação da CBN para definir um tema e, só depois pudessem retornar até suas respectivas redações, preparassem os resumos até que, só então, pudessem se dirigir ao estúdio central da CBN João Pessoa, com o material finalizado. Percebo que o fluxo de ideia e troca de informações entre os profissionais parece, realmente, circular com mais rapidez do que antes.

Já são 08h16 e o programa começa. Percebo que o fluxo de ideia e a troca de informações entre os profissionais parece, realmente, circular com mais rapidez do que antes. Todos os colegas, inclusive a apresentadora, se comunicam muito via WhatsApp até no segundo antes de falar ao microfone da rádio para ver se alguma outra informação, além da que está consolidada, também pode ser mencionada. Todos me parecem muito interessados em fazer funcionar essa interação virtual.

Assim que começou o programa, pedi para verificar o smartphone em mãos e notei que o grupo havia sido criado com 23 (vinte e três) participantes oriundos de representantes da TV Cabo Branco, Jornal da Paraíba.com.br, G1 Paraíba, Rádio Cabo Branco FM e CBN João Pessoa. Observei que a CBN João Pessoa era o veículo que possuía o maior número de representantes no grupo 'Convergência' e a justificativa era simples: o processo havia sido criado para auxiliar no sistema de produção noticiosa da rádio que apresenta na grade de programação dois programas jornalísticos locais, com editorias diversas, que eram veiculados ao vivo de segunda a sexta-feira.

Para que a nova dinâmica começasse a dar certo a partir de hoje, coube ao novo gerente da CBN João Pessoa, jornalista Suetoni Souto Maior, as missões de conversar previamente com as redações explicando o objetivo e a importância da participação sadia e focada de todos os envolvidos na troca de informações. Também ficou a cargo dele realizar as tarefas de criar e administrar o grupo na plataforma digital. Assim, com a orientação dada e a missão compreendida por todos, era chegada a hora de executar a ação.

Nesse primeiro dia, observei que o fluxo de informações no grupo “Convergência” do WhatsApp foi tímido, porém, eficaz, principalmente, para a implantação do quadro ‘Giro de Notícias’, composto por integrantes de pelo menos um representante de cada veículo da casa que, em mesas redondas com horários pré-definidos, e que tem a missão de trazer um resumo noticioso dos acontecimentos registrados nas últimas horas antes do ‘Giro’ ou informações do que iria acontecer de relevante nas que ainda viriam. Desta forma, o grupo, nesse primeiro dia, serviu para compartilhar algumas informações que foram veiculadas no ar e, também, para definir a notícia que iria ser dita por cada um dos jornalistas ao microfone durante cada um dos ‘Giros’.

A produção do quadro ‘Bancada CBN’ foi outro momento deste primeiro dia que também serviu para comprovar a importância que o grupo do WhatsApp no período de pré-produção do que seria levado ao ar nesta ocasião. O ‘Bancada’, como já começou a ser chamado internamente pelos produtores, é um quadro estruturado a partir dos moldes da tradicional mesa redonda de debates utilizada em outros diversos momentos em que vários nomes se reúnem para conversar sobre um, dois ou mais temas. Para este caso específico, hoje todos os temas foram definidos via WhatsApp a partir de ideias enviadas pelos próprios jornalistas para o grupo virtual.

São 10h32 e ouço a coordenadora gritar perguntando a todos na redação se há alguma novidade importante no grupo que pudesse ser levada ao ar. Logo em seguida ouço ela pediu para verificar, pelo WhatsApp, se o repórter de Campina Grande, Silas Batista, está pronto e se há alguma novidade que possa ser acrescentada na cabeça do tema que será chamada pela âncora do programa no estúdio em João Pessoa para a notícia dele. Está tudo organizado. São 10h46 e o “Bancada” entra no ar. Tudo sai conforme o previsto. Todos comemoram ao mesmo tempo em que respiram aliviados. A tensão parece que os consumiu além do normal. Como a programação da rádio está sendo veiculada de acordo com o horário de verão, às 10h59, em ponto, a apresentadora encerra o programa, se despede, se afasta do microfone, sorri e também comemora.

Considero importante esse momento de observação porque, após meses de planejamento, hoje está sendo implantada uma nova rotina que será desenvolvida a partir desse dia com base na cultura da convergência que, para a empresa, se traduz na

união de integrantes de todas as redações de todos os veículos da Casa para troca de informações que auxiliem na produção noticiosa de cada produto jornalístico da Rede Paraíba de Comunicação, principalmente na rádio. Para tanto, a ferramenta escolhida para tornar real essa possibilidade foi o aplicativo multiplataforma WhatsApp por ser um recurso digital presente no cotidiano de todos os envolvidos no processo.

Esse dia, 30 de outubro de 2017 está sendo considerado pela Casa um marco do início de uma nova era na rotina de produção noticiosa da Rádio CBN João Pessoa graças a oficialização da inserção do WhatsApp no dia a dia comum dos jornalistas da Rede Paraíba de Comunicação.

Nesta data, primeiro dia da implantação do grupo ‘Convergência’, observei que o grupo ‘WhatsApp CBN’ especialmente criado para interação dos ouvintes com a equipe de produção da Rádio CBN João Pessoa, logo deixou de ser mais consultado como fonte de informações e passou a ser encarado apenas como suporte dedicado ao processo interativo com ouvintes. Tanto que o número do WhatsApp para os ouvintes continua a ser divulgado em vários momentos da programação.

Às 11h03, logo depois que terminou o programa, pedi para, mais uma vez, verificar o smartphone e anotei que, empolgados, neste primeiro dia de novidades, os jornalistas, produtores e estagiários enviaram 47 (quarenta e sete) mensagens para o grupo virtual ‘Convergência’.”

Segundo dia na redação...

“O sétimo dia de observação chegou. Hoje é quarta-feira, dia 8 de novembro de 2017, consegui chegar na redação por volta das 08h30 da manhã e percebo que, todos os ‘rituais’ de sugestões, dúvidas, definições de nomes dos jornalistas e dos assuntos que serão por eles tratados nos quadros coletivos, envios de áudios e links seguem normalmente em sua rotina de apuração e consolidação da notícia.

Agora são 09h43. Já faz pouco mais de uma hora que cheguei ao ambiente da minha observação e percebo que uma outra possibilidade de ajuda retribuída entre os jornalistas das redações dos diferentes veículos da Rede Paraíba de Comunicação se consolidou hoje também através do grupo virtual “Convergência” criado no WhatsApp: o envio de áudio de uma entrevista concedida em estúdio para que, a partir

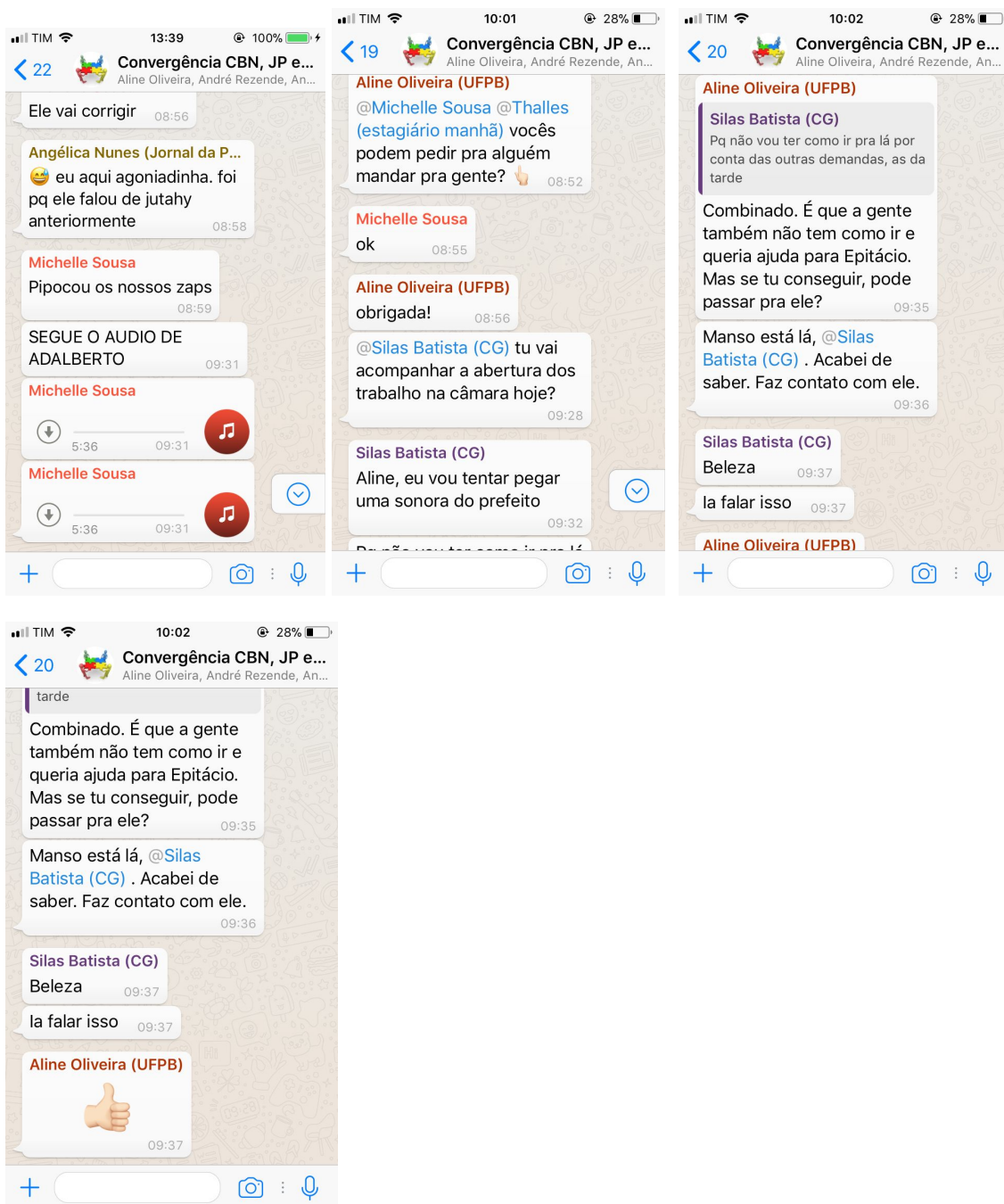
dela, uma ou mais matérias escritas fossem produzidas para os portais de notícias da Casa.

A experiência se dá graças a uma entrevista ao vivo concedida durante cerca de trinta minutos a partir das 08h46, pelo promotor de Justiça Octávio Paulo Neto que, num momento muito aguardado, veio ao estúdio falar sobre temas como as investigações acerca da operação 'Parcela Débito', que investigou a existência de um esquema de desvios de recursos financeiros no Instituto de Previdência do Município de João Pessoa (IPM) que entre os anos 2012 e 2017, de acordo com a investigação da Polícia, teria provocado um prejuízo de aproximadamente R\$ 25 milhões ao erário. O convidado também veio falar sobre as investigações acerca dos supostos esquemas de corrupção dos quais o prefeito e o vice do município de Bayeux aparentemente estariam envolvidos, bem como, sobre as demais ações desenvolvidas pelo Grupo de Atuação Especial Contra o Crime Organizado (Gaeco) que é coordenado pelo entrevistado.

Diante do alto número de informações e a impossibilidade de parar outras produções jornalísticas para ouvir a entrevista em tempo real, um jornalista 'convergente', através do grupo 'Convergência', solicitou a liberação do áudio assim que possível para que ele pudesse ouvir a íntegra e, conseqüentemente, escrever o texto para alimentação dos portais. Assim, a partir da solicitação via grupo virtual, e por se tratar da utilização de um aplicativo multiplataforma uma outra mensagem foi imediatamente enviada para o editor de áudio da ilha de edição que, ao final do processo de conversão do áudio no sistema de captura da emissora, enviou para o jornalista através do aplicativo WhatsApp o arquivo sonoro. O processo de solicitação, atendimento ao pedido, envio e recebimento do material foi todo feito através do grupo virtual criado no WhatsApp. Do mesmo modo, pouco antes, às 09h31, foi atendido o pedido, feito via WhatsApp, de envio do áudio do secretário da Saúde do município de João Pessoa, Adalberto Fugêncio. O arquivo sonoro foi, então, imediatamente repassado via multiplataforma digital (Figura 13).

O programa encerrou hoje às 10h59. Mais uma vez, pedi acesso ao smartphone e contabilizei que neste sétimo dia de observação, os jornalistas, produtores e estagiários enviaram 61 (sessenta e uma mensagens) para o grupo virtual 'Convergência'."

Figura 13 - Imagem da conversa de jornalistas pedindo e enviando áudios de entrevista de terceiro via WhatsApp



Fonte: captura de tela (novembro de 2017)

DISCUSSÃO DOS RESULTADOS

O fenômeno do multimedialismo foi amplamente percebido durante o período de observação não-participante realizado na pesquisa na nova fase produtiva do objeto estudado e, segundo Salaverría (2014) a compreensão dessa perspectiva está submetida ao entendimento de três ramificações que estão ligadas à características de multiplataforma, de polivalência e da combinação de linguagens, assim, partindo desse pressuposto, constatamos, na análise que desenvolvemos, a presença da realização desses padrões a partir da nova rotina produtiva trabalhada na redação radiofônica da CBN João Pessoa.

Em um pensamento compactuado com Negredo e Salaverría (2008) explicava o fenômeno da convergência como um multidimensional que afetava a empresa de comunicação e os profissionais do Jornalismo:

é um processo multidimensional que, como mínimo, compreende aspectos relacionados às tecnologias de produção e consumo da informação, com a organização interna da empresa, com o perfil dos jornalistas, e, também, com os próprios conteúdos que comunicam. (SALAVERRÍA; NEGREDO, 2008, p. 16).

Assim, o novo projeto de rotina produtiva aplicado na redação de radiojornalismo do programa CBN João Pessoa seguindo a compreensão das possibilidades que poderiam ser alcançadas através da multidimensionalidade, da convergência de linguagens e da mobilidade, provocou alterações significativas no trabalho rotineiro de produção radiojornalística em todos os personagens envolvidos que, mesmo fazendo parte de veículos de comunicação distintos que, por sua vez, trabalham com linguagens distintas, passaram a colaborar entre si para alimentar o conteúdo noticioso de um programa de rádio e, conseqüentemente, de suas próprias redações, conseguindo um resultado conjunto positivo.

O processo de convergência observado durante a investigação revelou a polivalência dos jornalistas envolvidos no projeto que, mesmo trabalhando diuturnamente em outros veículos que em nada se pareciam com o ambiente radiofônico, se viram obrigados a se adaptar a uma nova linguagem para sobreviver no

mercado profissional, graças a uma reconfiguração necessária da empresa de comunicação de onde tiram seus respectivos sustentos.

Esta realidade se encaixa perfeitamente no conceito denominado "Polivalência Funcional", amplamente defendido por Salaverría (2014) como sendo um que reflete a obrigação da multitarefa.

(...) alude àquele tipo de polivalência na qual um jornalista desempenha várias funções dentro da mesma redação. Como referimos anteriormente, nos últimos anos, este é o tipo de perfil mais comum, quer entre os jornalistas que trabalham fora das redações, quer entre os jornalistas que realizam tarefas de edição. (SALAVERRÍA, 2014, p. 28)

A velocidade como bem lembra (BRADSHAW, 2014, n.p) "foi sempre algo intrínseco ao jornalismo (...) e isso significa ser o primeiro a contar o fato ocorrido à audiência". Porém, no estudo empírico do caso, observamos que a implantação do projeto de convergência dentro da Rede Paraíba de Comunicação foi voltada, principalmente, para o aumento da velocidade no processo de produção que inclui apuração de informações, realização de entrevistas, elaboração de textos e publicação de notícias e informes, processo cuja realização impõe de modo natural e, inevitavelmente, compulsório que todos os participantes do processo se adaptem a um novo momento provocado por uma mudança planejada da rotina laboral que também pode ser chamada de "planejamento produtivo" como bem lembra Pena (2005).

O processo de produção da notícia é planejado como em uma rotina industrial. Tem procedimentos próprios e limites organizacionais. Portanto, embora o jornalista seja participante ativo na construção da realidade, não há uma autonomia incondicional em sua prática profissional, mas sim a submissão a um planejamento produtivo" (PENA, 2005, p. 129).

Embora a literatura e os referenciais teóricos apontem para um novo perfil da rotinização industrial no campo da rotina do fazer jornalístico na radiofonia o nosso estudo indica a consolidação de complexidades maiores que começam a surgir no universo laboral radiofônico como, por exemplo, o fato da desconstrução do papel do radialista profissional que é especializado em linguagem radiofônica, uma vez que, segundo a nova rotina apresentada basta ser jornalista para ser considerado apto a falar em um programa de rádio. Fato este que desvaloriza e encolhe o espaço de toda uma categoria e ameaça a justificativa da manutenção de cursos acadêmicos voltados para a

formação de novos radialistas.

Ademais, um outro aspecto preocupante também observado durante a pesquisa foi a submissão dos profissionais da comunicação à uma busca incessante por mais velocidade na apuração dos fatos, passo este que pode contribuir, largamente, para a formação de uma geração não especializada na realização de apurações profundas e maior compreensão dos fatos que torna público.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Os resultados acerca do estudo realizado revelaram que impactos consideráveis das novas tecnologias sobre o universo jornalístico se renovam no radiojornalismo e se apresentam de modo visceral reconfigurando desde o fazer jornalístico até os profissionais do meio que precisaram adotar uma postura “nexialista”, que obriga o cidadão sufocado pelas atribuições laborais cotidianas a adquirir entendimento não aprofundado, mas sim, mediano de vários assuntos, para sobreviver no ambiente profissional que surge como um de realidade retraída e desmotivada para aumento do número de contratações de profissionais para o setor.

Num primeiro momento, antes da aplicação do novo projeto na redação do programa CBN João Pessoa e, a partir da realização de uma pesquisa “*in loco*” através de uma observação prévia das atividades desenvolvidas na redação, pudemos perceber um esforço concentrado e diuturno do objeto de estudo em atrair o público-alvo para assumir o papel de participante real da produção de notícias, de modo a compensar o baixo número de mão-de-obra disponível na equipe de radiojornalismo observada para o exercício da coleta de informações através de um repórter profissional. Para suprir tal carência foram criadas campanhas motivacionais exclusivamente direcionadas ao estímulo da participação do ouvinte através das quais são apontadas, extraídas e, por vezes, aproveitadas sugestões de pautas que poderiam gerar conteúdo noticioso através de flashes, entrevistas ou produção de matérias sonoras.

A observação identificou um momento grave do radiojornalismo que já se via obrigado a investir na participação leiga para compensar a falta de mão-de-obra especializada que é incentivada pela prática de economia aplicada, de modo não raro e equivocado, pelo empresariado da comunicação. Ao mesmo tempo identificamos a sobrecarga de tarefas que tinham que ser desenvolvidas por um número reduzido de profissionais presentes no ambiente.

Consciente da realidade pela qual passava a empresa decidiu pensar, elaborar e desenvolver um projeto que driblasse o problema do baixo número de mão-de-obra na Rádio CBN João Pessoa para produção e veiculação do programa CBN João Pessoa, eliminando, ao mesmo tempo, a possibilidade de aumentar os custos com a contratação

de novos profissionais para a redação radiofônica. A criatividade seria a única saída para resolução desses problemas que sobrecarregavam os profissionais e, todos os dias, ameaçavam diretamente a qualidade do que era veiculado.

Após a qualificação foi iniciada uma rotina de coleta de dados da pesquisa e o processo de análise desse material visando comprovar os resultados preliminares e o aporte de novos dados que puderam consolidar os resultados da pesquisa empreendida na investigação do Mestrado.

A pesquisa realizada teve como uma das principais motivações contribuir para o desenvolvimento de reflexões e novos estudos futuros que possam cooperar com apontamentos que auxiliem na evolução do trabalho de produção noticiosa realizado no campo da comunicação.

A investigação desenvolvida “*in loco*” na redação do programa de rádio CBN João Pessoa, da rádio CBN instalada na Capital da Paraíba, comprovou que a introdução do recurso tecnológico virtual, no caso, o aplicativo multiplataforma WhatsApp, no seio da produção noticiosa de uma redação radiofônica provocou uma reconfiguração positiva na produção jornalística, influenciando e modificando hábitos pré-existentes nos profissionais envolvidos no processo transformando, ao mesmo tempo, a prática diária do fazer jornalístico. Fato que através de um ambiente virtual se estendeu de modo positivo, inclusive, para outras redações além da radiofônica em questão. Porém, o mesmo recurso fez surgir outros problemas como a sobrecarga pelo bombardeio de informações que chegam ao centro da redação diuturnamente e a incapacidade de acompanhar todas as interações e, deixar passar informações importantes que, por vezes, estão na casa, apenas aguardando um olhar mais cuidadoso e profundo.

Através da investigação realizada identificamos a presença de pelo menos quatro interferências decisivas para existência de eficácia laboral e financeira da nova rotina produtiva de notícias no radiofônico CBN João Pessoa:

- 1) Adesão dos jornalistas convocados ao fenômeno da convergência de linguagens nos veículos da Rede Paraíba de Comunicação;
- 2) Integração das redações através de um ambiente virtual hospedado no aplicativo multiplataforma WhatsApp;
- 3) Aumento na velocidade do processo de produção de notícias em todas as

redações a partir do envolvimento na rotina produtiva noticiosa do programa CBN João Pessoa;

4) Eliminação temporária da possibilidade de aumentar custos financeiros da empresa para contratação de novos profissionais para a redação radiofônica, uma vez que através da convergência os profissionais passam a contribuir com seu trabalho para outros veículos sem aumento ou quaisquer tipos de bonificação salarial.

A partir desta conclusão, percebemos que a hipótese de trabalho de que a introdução do aplicativo WhatsApp na prática jornalística na CBN reconfigura a produção na redação de radiojornalismo em termos de afetação da rotina dos jornalistas se confirma a partir da experiência observada da seleção de participantes, organização de um ambiente virtual criado a partir do multiaplicativo e da orientação da finalidade principal do grupo. Confirmando que uma empresa de comunicação, a partir de um passo similar, pode reordenar a sua logística de apuração de dados para contornar duas problemáticas que se apresentam de modo crescente e perturbador dentro o universo empresarial dos meios de comunicação que são: oneração com novas contratações e maior velocidade na apuração de dados para produção noticiosa.

Deste modo, a investigação confirma que com o auxílio dos smartphones pessoais já existentes, o processo desenvolvido para resolver problemáticas estruturais e de limitação de mão-de-obra para a produção do programa CBN João Pessoa minimizou os problemas outrora relatados quanto a busca de soluções eficazes e de baixo custo para dinamizar um programa noticioso a partir da reconfiguração da redação jornalística de uma emissora.

Os aspectos limitantes podem ser identificados quanto aos períodos de observação, a morte de uma das apresentadoras do programa que ainda teria muito o que acrescentar em se tratando de depoimento. Porém, em se tratando de sequência para uma discussão futura a sugestão é a de observação quanto ao novo perfil compulsório convergente de jornalistas com atividades laborais ativas em empresas de comunicação, que na grande maioria das vezes precisa se adequar a uma rotina de trabalho multitarefa e de linguagem convergente desde o contato inicial da vida laboral enquanto estagiário.

REFERÊNCIAS

ABREU, Alzira Alves de. **A modernização da imprensa (1970-2000)**. Rio de Janeiro: Zahar, 2002.

ALMEIDA, Ana Carolina; MAGNONI, Antônio Francisco. **Rádio e internet: recursos proporcionados pela web ao radiojornalismo. O novo rádio: cenários da radiodifusão na era digital**. São Paulo: Ed. Senac, 2010.

ALSINA, Miquel Rodrigo et al. **La construcción de la noticia**. España: Paidós, 1989.

AMARAL, Vitor. **A proximidade de uma imprensa regional à ideia de cidadania ativa**. In: CORREIA, João Carlos. *Ágora. Jornalismo de Proximidade: Limites, Desafios e Oportunidades*. Portugal, Covilhã, UBI, LabCom, Livros LabCom, 2012.

ANDRADE, Maria Margarida de. **Como preparar trabalhos para cursos de pós-graduação: noções práticas**. 5. ed. São Paulo: Atlas, 2002.

ANDRÉ, M. **Etnografia da prática escolar**. São Paulo: Papirus, 2005a.

BASTOS, Helder. A diluição do jornalismo no ciberjornalismo. **Estudos em jornalismo e mídia**, v. 9, n. 2, p. 284-298, 2012.

BERTOLINI, Jeferson. Jornalista multimídia e multitarefa: o perfil contemporâneo do trabalho precário no jornalismo. *Animus. Revista Interamericana de Comunicação Midiática*, v. 16, n. 31, 2017.

BRADSHAW, Paul; **Instantaneidade: Efeito da rede, jornalistas mobile, consumidores ligados e o impacto no consumo, produção e distribuição**. In: CANAVILHAS, João (Org.). *Webjornalismo 7 características que marcam a diferença*. Covilhã: Livros LabCom, 2014.

BONIXE, Luís. **A proximidade Internet e participação - o renascimento da rádio local como espaço de debate público**. In: CORREIA, João Carlos. *Ágora. Jornalismo de Proximidade: Limites, Desafios e Oportunidades*. Portugal, Covilhã, UBI, LabCom, Livros LabCom, 2012.

BRITTOS, Valério Cruz. **O rádio brasileiro na fase da multiplicidade da oferta**. Verso & Reverso, São Leopoldo: Editora da Unisinos, ano 16, n. 35, jul.-dez. 2002.

CANAVILHAS, João. **Considerações gerais sobre jornalismo na web**. In: I Congresso Ibérico de Comunicação – Universidade da Beira Interior, 2001. Disponível em: <<http://www.bocc.ubi.pt/pag/canavilhas-joao-webjornal.pdf>>.

CANAVILHAS, João. **Jornalismo para dispositivos móveis: informação hipermultimidiática e personalizada**. Actas do IV CILCS - Congreso Internacional Latina de Comunicación, 2012..

CAMPONEZ, Carlos. **Jornalismo regional: proximidade e distâncias**. Linhas de reflexão sobre uma ética de proximidade no jornalismo, In: CORREIA, J.C. *Ágora*. Jornalismo de proximidade: Limites, desafios e oportunidades. Covilhã: Labcom, 2012.

CASCAIS, Fernando. **Dicionário de Jornalismo: As palavras dos media**. Lisboa: Editorial Verbo, 2001.

CASTELLS, Manuel. **A Galáxia Internet**: reflexões sobre a Internet, negócios e a sociedade. Zahar, 2003.

CATTANI, Maurício Emanuel. **Análise das estratégias multiplataforma no radiojornalismo nas emissoras CBN e Band News FM**. 2012. 42 f. TCC (Graduação) - Curso de Jornalismo, Departamento de Comunicação, Universidade Federal de Santa Maria, Frederico Westphalen, 2012. Cap. 1. Disponível em: <<http://decom.cesnors.ufsm.br/tcc/files/2013/06/mauricio.pdf>>. acesso em 13 nov. 2016.

CORREIA, Hamilton Luís; CORREIA, Elizabeth Saad. Convergência de mídias: primeiras contribuições para um modelo epistemológico e definição de metodologias de pesquisa. **Verso e Reverso**, v. 22, n. 50, 2008.

COSTA, Ana Paula Vitorio da. **Audiovisual e Mídias Móveis**: um estudo de caso de produções brasileiras veiculadas em suportes portáteis. In: BRANDÃO, Cristina; COUTINHO, Iluska; LEAL, Paulo Roberto Figueira. (Orgs.) *Televisão, cinema e mídias digitais*. Florianópolis: Insular, 2012.

DEL BIANCO, Nélia. **As forças do passado moldam o futuro**. 2008. Biblioteca Online de Ciências da Comunicação. Acessado em 15 de julho de 2017. Disponível em: <http://www.bocc.ubi.pt/pag/bianco-nelia-forcas-moldam-o-futuro.pdf>

DEL BIANCO, Nelia. **Noticiabilidade no rádio em tempos de internet**. Anais do VI Lusocom. Corvilhão: Lusocom, 2004.

DEL BIANCO, Nelia. **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.

DÍAZ NOCI, Javier; SALAVERRÍA, Ramón. **Manual de Redacción Ciberperiodística**. Barcelona: Ariel Comunicación, 2003.

FAUSTO NETO, Antônio. 2009. **Jornalismo: sensibilidade e complexidade Galáxia**. Disponível em: <<http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=399641244002>> acesso em 20 jul. 2017.

FERRARETTO, Luiz Artur. **Alterações no modelo comunicacional radiofônico**: perspectivas de conteúdo em um cenário de convergência tecnológica e multiplicidade da oferta. In: Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, 32, 2009, Curitiba. Anais... São Paulo: INTERCOM, 2009.

FERRARETTO, Luiz Artur; KILPP, Jéssica; BITTENCURT, Nathália. **Rádio, companhia virtual e Twitter: uma análise a partir do segmento do jornalismo.** In: DEL BIANCO, Nélia (Org.). *O rádio brasileiro na era da convergência.* São Paulo: Intercom, 2012.

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

FIDALGO, António. **“Jornalismo Online segundo o modelo de Otto Groth”**, Pauta Geral, S. Salvador da Bahia, 2004, disponível em <<http://www.bocc.ubi.pt>>

FIGUEIREDO, Nelma. **Depoimento concedido à autora em 7 de fevereiro de 2018.** Paraíba, 2018.

FISHMAN, Mark. **Manufacturing the news. Second paperback print.** Austin: University of Texas Press, 1990.

FLICK, Uwe. **Desenho da pesquisa qualitativa.** In: Pesquisa qualitativa. Artmed, 2009.

FLICK, U. **Introdução à pesquisa qualitativa.** 3. ed. Porto Alegre: Bookman, 2009.

FRAZÃO, Samira Moratti; BRASIL, Antonio. A participação do telespectador na produção da notícia em telejornal: transformação do processo noticioso e da rotina profissional. **Brazilian Journalism Research**, v. 9, n. 2, p. 112-129, 2013.

FREITAS, Goretti Maria Sampaio de. **Programa Gente Nossa: a construção de memória dos artistas paraibanos.** XVIII Congresso de Ciências da Comunicação na Região Nordeste. 2016. Disponível em <http://www.portalintercom.org.br/anais/nordeste2016/resumos/R52-1862-1.pdf> acesso em 20 jul.2017.

GIL, Antonio Carlos. **Como elaborar projetos de pesquisa.** 3ª Ed. São Paulo: Atlas, 1996.

GIL, Antonio Carlos. **Como elaborar projetos de pesquisa.** 4ª. Ed. São Paulo: Atlas, 2002.

HALL, Stuart; CHRITCHER, Tony et al. **A produção social das notícias: O mugging nos media.**

HALL, Stuart. **A identidade Cultural na Pós-modernidade.** 11. ed. Rio de Janeiro: DP&A, 2006.

HAUSSEN, Doris Fagundes. **O jornalismo no rádio atual: o ouvinte interfere?. E O RÁDIO?**, p. 157, 2009.

HOHLFELDT, Antônio; MARTINO, Luiz C.; FRANÇA, Vera Veiga. **Teorias da Comunicação: Hipóteses contemporâneas de Pesquisa em Comunicação.** Petrópolis,

Rio de Janeiro. Editora Vozes. 2001.

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

KISCHINHEVSKY, Marcelo. **O rádio sem onda**: Convergência digital e novos desafios na radiodifusão. Editora E-papers, 2007.

KISCHINHEVSKY, Marcelo. O discurso da convergência inevitável. A construção do jornalista multitarefa nas páginas de O Globo. **Revista Eptic**, v. 12, n. 3, 2011.

KISCHINHEVSKY, Marcelo. Compartilhar, etiquetar: Interações no rádio social. **Comunicação Mídia e Consumo**, v. 11, n. 30, p. 143-162, 2014.

LÉVY, Pierre. **Cibercultura**; trad. Carlos Irineu da Costa. 1. ed. – São Paulo: Ed. 34, 1999.

LÉVY, Pierre. **Cibercultura**. Editora 34, 2010.

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

MACHADO, Elías; PALACIOS, Marcos. **O Ensino do jornalismo em redes de alta velocidade**: metodologias & software. Salvador: EDUFBA, 2007.

MALDONADO, Alberto Efendy et al. **Metodologias de pesquisa em comunicação**; olhares, trilhas e processos. Porto Alegre: Sulina, 2006.

LAKATOS E.M & MARCONI, M.A. **Técnicas de Pesquisa**. 6º ed. São Paulo: Atlas, 2007.

MATTELART, Armand. **PANTALLAS HOMOGENEAS**. [2000?]. Disponível em http://scholar.googleusercontent.com/scholar?q=cache:QMool7cXgD4J:scholar.google.com/+Mattelart+capital+simb%C3%B3lico&hl=pt-BR&as_sdt=0,5, em 12 ago. 2017

MEDITSCH, E. **O rádio na era da informação**. Teoria e técnica do novo jornalismo. Florianópolis: Edusc, 2001.

MOURA, A. **Geração Móvel**: um ambiente de aprendizagem suportado por tecnologias móveis para a “Geração Polegar” In: DIAS, P.; OSÓRIO, A. J., org. – Challenges 2009: actas da Conferência Internacional de TIC na Educação, 6, Braga, Portugal, 2009”. Braga : Centro de Competência da Universidade do Minho, 2009. Disponível em: <http://repositorium.sdum.uminho.pt/bitstream/1822/10056/1/Moura%20%282009%29%20Challenges.pdf>. Acesso em: 20 fev. 2017.

MOREIRA, Carlos Diogo. **Planejamento e Estratégias da Investigação Social**. Lisboa: ISCSP, 1994.

MORETZSOHN, Sylvia. **O “Jornalismo Cidadão” e o mito da tecnologia redentora**.

- Brazilian Journalism Research**, Brasília, v. 11, p. 248 - 271, fev. 2014.
- MORETZSOHN, S. **Jornalismo em 'tempo real': o fetiche da velocidade**. Rio de Janeiro: Revan, 2002.
- NEUBERGER, Rachel Severo Alves. **O rádio na era da convergência das mídias**. Editora UFRB, 2012.
- ORTRIWANO, Gisela Swetlana. **Radiojornalismo no Brasil: Fragmentos de história**. USP, São Paulo, v. 1, n. 56, p. 66-85, dez. 2002.
- PALÁCIOS, Marcos. 2003. **Fazendo Jornalismo em Redes Híbridas: Notas para discussão da Internet enquanto suporte mediático**. Disponível em: http://www.facom.ufba.br/jol/pdf/2003_palacios_redeshibridas.pdf. Acesso em 14 jul. 2017.
- PALACIOS, Marcos. **Memória: Jornalismo, memória e história na era digital** In: CANAVILHAS, João (Org.). **Webjornalismo 7 características que marcam a diferença**. Covilhã: Livros LabCom, 2014.
- PAVLIK, V. John. **Ubiquidade: O 7.º princípio do jornalismo na era digital**. In: CANAVILHAS, João (Org.). **Webjornalismo 7 características que marcam a diferença**. Covilhã: Livros LabCom, 2014.
- PENA, Felipe. **Teoria do Jornalismo**. São Paulo: Editora Contexto, 2005.
- PEREIRA JUNIOR, Alfredo Eurico Vizeu. **Decidindo o que é notícia: os bastidores do telejornalismo**. 3ª edição. Porto Alegre. EDIPUCRS, 2003.
- PRIMO, Alex. Quão interativo é o hipertexto? : Da interface potencial à escrita coletiva. **Fronteiras: Estudos Midiáticos**, São Leopoldo, v. 5, n. 2, p. 125-142, 2003
- PRIMO, A.; TRÄSEL, M. **Webjornalismo participativo e a produção aberta de notícias**. *Contracampo (UFF)*, v.14, p.37-56, 2006. Disponível em <http://www6.ufrgs.br/limc/PDFs/webjornal.pdf>, acesso em 14 abril 2017.
- RADDATZ, Vera Lucia Spacil. **Rádio de fronteira: da cultura local ao espaço global**. 2009. Tese (Doutorado) – Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Informação, Faculdade de Biblioteconomia e Comunicação, UFRGS, Porto Alegre, 2009.
- RECUERO, Raquel. **Redes sociais na internet, difusão de informação e jornalismo: elementos para discussão**. In: SOSTER, Demétrio de Azeredo; SILVA, Fernando Firmino da Silva. **Metamorfoses jornalísticas**. Santa Cruz do Sul: Editora Edunisc, 2009.
- RODRIGUES, Catarina. **Redes Sociais e práticas que se impõem ao jornalismo**. In: II Congreso Internacional Comunicación. 2010.
- ROST, Alejandro. **Interatividade: Definições, estudos e tendências**. In: CANAVILHAS, João (Org.). **Webjornalismo 7 características que marcam a diferença**.

Covilhã: Livros LabCom, 2014. cap. 3.

SALAVERRÍA, Ramón; NEGREDO, Samuel. **Periodismo integrado: convergencia de medios y reorganización de redacciones**. Barcelona: Sol 90, 2008. 188p.

SALAVERRÍA, Ramón. **Multimedialidade: Informar para cinco sentidos** In: CANAVILHAS, João (Org.). **Webjornalismo 7 características que marcam a diferença**. Covilhã: Livros LabCom, 2014.

SALOMÃO, Mozahir. **Jornalismo Radiofônico e Vinculação Social**. São Paulo: AnnaBlume, 2003.

SCHRAMM, W. **Notes on Case Studies of Instructional Media Projects**. Working Paper, The Academy for Educational Development. Washington, DC. 1971.
SHIRKY, Clay. **A cultura da participação: criatividade e generosidade no mundo conectado**. Rio de Janeiro: Zahar, 2011.

SILVA, Ana Mafalda Falcão. 2007. **Fontes de Informação Sociológica**. Disponível em: <http://www4.fe.uc.pt/fontes/trabalhos/2007011.pdf> acesso em 14 ago. 2017.

SODRÉ, Muniz. **As estratégias sensíveis: afeto, mídia e política**. Petrópolis: Vozes, 2006.

SOUZA, J. P. **As notícias e os seus efeitos: as teorias do Jornalismo e dos efeitos sociais dos media jornalísticos**. 1999. Disponível em: http://www.bocc.uff.br/pag/_texto.php?html2=sousa-pedro-jorge-noticias-efeitos.html . Acesso em: 07 ago. 2017.

TRAQUINA, Nelson (org). **Jornalismo: questões, teorias e estórias**". Lisboa: Vega, 1993.

TRIVIÑOS, A. N. S. **Introdução à pesquisa em ciências sociais: a pesquisa qualitativa em educação**. São Paulo: Atlas, 1987

TUCHMAN, Gaye. **La producción de la noticia**. Estudio sobre la construcción de la realidad. Barcelona: Gili, 1983.

VIVAR, Jesus Flores e ARRUTI, Alberto Miguel. **Ciberperiodismo – Nuevos enfoques, conceptos y profesiones emergentes en el mundo infodigital**. Madrid: Ediciones 2010, 2001.

VIZEU, Alfredo. **Decidindo o que é notícia: os bastidores do telejornalismo**. In: Biblioteca Online de Ciências da Comunicação, 2002, Dissertação de Mestrado - Universidade Federal de Pernambuco (UFPE). Disponível em <http://bocc.ubi.pt/pag/vizeu-alfredo-decidindo-noticia-tese.pdf> . Acesso em: 31 de maio de 2018.

WOLF, Mauro. **Teorias da Comunicação**. Lisboa: Editorial Presença, 1995.

YIN R. **Estudo de caso: planejamento e métodos.** 5a ed. Porto Alegre: Bookman; 2015

ZUCULOTO, Valci Regina Mousquer. **No ar - a história da notícia de rádio no Brasil.** Florianópolis: Insular, 2012.

APÊNDICE

A - ROTEIRO SEMI-ESTRUTURADO PARA ENTREVISTA:

I - Itens de identificação:

Nome:

Função:

II - Itens específicos da pesquisa:

- Qual a importância do aplicativo multiplataforma WhatsApp na rotina produtiva do programa CBN João Pessoa?
- Como você percebe a utilização do aplicativo no campo da interação com o ouvinte?
- Qual a utilidade do WhatsApp para você no seu dia a dia enquanto profissional da Rádio CBN João Pessoa?
- Existem vantagens e/ou desvantagens na utilização do WhatsApp como ferramenta de trabalho no ambiente da Rádio CBN João Pessoa? Se sim, quais são?