

Rotinas Produtivas no Rádio: uma análise do programa Arena Esportiva da Rádio Imembuí¹

Gabrielle Ineu CORADINI²

Maicon Elias KROTH³

Universidade Federal de Santa Maria, Santa Maria, RS

RESUMO

Em um cenário midiático permeado pelas tecnologias e imerso em um ambiente digital, buscou-se observar, neste artigo, como funcionam as rotinas produtivas de Angélica Varaschini e Tiago Nunes na produção do programa radiofônico “Arena Esportiva” da Rádio Imembuí, de Santa Maria - RS. Para alcançar os objetivos, foi utilizada a metodologia de observação simples, pesquisa bibliográfica, exploratória e descritiva analítica, além da entrevista em profundidade do tipo semiaberta com os dois profissionais da emissora. No referencial teórico, buscou-se autores sobre teorias do jornalismo e rotinas de produção no radiojornalismo e no esporte. Diante disso, constatou-se que o processo produtivo de Angélica e Tiago é afetado significativamente por tecnologias, como o celular, ao contatar fontes de informação e realizar a *live* pelo *Facebook*, e computador, a fim de recolher notícias para o programa.

PALAVRAS-CHAVE: rotinas produtivas; radiojornalismo hipermediático; rádio esportivo.

INTRODUÇÃO

Dos primeiros transistores até a tecnologia que se tem hoje, o rádio passou por profundas modificações que permitiram a sua reinvenção. A chamada radiomorfose (PRATA, 2008) possibilitou ao meio radiofônico não só o convívio, como também a incorporação das tecnologias nas rotinas de produção dos radiojornalistas. Somado a esse contexto, os profissionais também precisam acompanhar a evolução do próprio ouvinte-internauta (LOPEZ, 2010), que tem a sua disposição as mesmas ferramentas utilizadas pelos profissionais de rádio. Diante das características, possíveis de se observar naquilo que Lopez (2010) chama de radiojornalismo hipermediático, partiu-se para a proposição de uma reflexão sobre como uma emissoras de rádio do interior do

¹ Trabalho apresentado na IJ 1 – Jornalismo do XX Congresso de Ciências da Comunicação na Região Sul, realizado de 20 a 22 de junho de 2019.

² Recém-graduada do Curso de Comunicação Social - Jornalismo da Universidade Federal de Santa Maria, e-mail: gabrielle.ineucoradini@gmail.com

³ Orientador do trabalho. Professor Adjunto do Departamento de Ciências da Comunicação da Universidade Federal de Santa Maria, e-mail: maiconeliask@gmail.com

Rio Grande do Sul estrutura suas rotinas de produção a partir de afetações das lógicas da cultura da convergência, cuja imagem, texto e outras opções de linguagens podem ser incorporadas ao som, sem, no entanto, desconfigurar o meio sonoro.

A escolha foi motivada a partir de uma proposta de Trabalho de Conclusão do Curso de Jornalismo da Universidade Federal de Santa Maria (UFSM). A pesquisa é estruturada a partir de observações das rotinas produtivas da Rádio Imembuí, em Santa Maria - RS. A fim de visualizar o modo como a emissora está utilizando as possibilidades tecnológicas e digitais disponíveis fundamentou-se a seguinte questão-problema: como funcionam as rotinas produtivas dos profissionais Angélica Varaschini e Tiago Nunes na produção do programa “Arena Esportiva” da Rádio Imembuí? Assim, o objetivo central da pesquisa é analisar as rotinas de produção dos dois profissionais.

Para tanto, definiu-se os seguintes objetivos específicos: avaliar como ocorre o processo de apuração dos conteúdos para o programa; observar quais são os critérios utilizados para selecionar as pautas do programa; verificar como se dá o contato com as fontes e agências de notícias; analisar como são editados e apresentados os conteúdos visando o público-alvo; e, por fim, observar como as rotinas são afetadas pelas lógicas produtivas características do radiojornalismo hipermediático contemporâneo.

O primeiro passo da investigação realizada ao longo de 2018 foi a realização de uma pesquisa bibliográfica (STUMPF, 2006) em anais de eventos, como a Intercom, e bibliotecas online de teses e dissertações de universidades. A seguir, realizou-se uma pesquisa exploratória (GIL, 2014), na qual ocorreu uma aproximação da pesquisadora com o objeto a ser estudado. Para isso, o Arena Esportiva foi ouvido em dias diferenciados e acompanhado por meio da página da Rádio Imembuí no *Facebook*, a fim de conhecê-lo previamente.

O próximo passo foi estabelecer a técnica da entrevista em profundidade do tipo semiaberta (DUARTE, 2006) a fim de colher informações para entender o que foi envolvido nas rotinas dos profissionais de rádio e o que as determinou. Dessa forma, foi realizada a entrevista individualmente com cada apresentador do programa estudado.

Para dar início a pesquisa descritiva analítica (GIL, 2014), utilizou-se a metodologia de observação simples (GIL, 2004). As pesquisas *in loco* foram realizadas nos dias: 16/08 (segunda-feira); 24/08 (terça-feira); 01/09 (quarta-feira); 09/09 (quinta-feira) e 17/09 (sexta-feira). A opção pela análise de cinco programas foi para que todos os dias da semana em que o programa vai ao ar fossem contemplados. A escolha pela

observação em semanas alternadas foi realizada a fim de prolongar e, assim, visualizar se a produção do programa transforma-se em uma rotina ou se as práticas de produção alteram-se com o passar do tempo.

ROTINAS PRODUTIVAS – UM PROCESSO EM RECONFIGURAÇÃO

O contexto tecnológico e digital, no qual o rádio encontra-se inserido, pressupõe novas lógicas de produção e consumo que trazem consequências profundas à atuação jornalística. Observa-se que as práticas estão sendo ressignificadas diante de lógicas de processualidades, inerentes às transformações da cultura da convergência (JENKINS, 2013) instaurada no cotidiano social.

Para tanto, convencionou-se, aos profissionais, repensar as suas atividades, uma vez que os indivíduos consumidores de informações tornaram-se coprodutores de conteúdos. A principal mudança, observada por Moreno e Cardoso (2015) diz respeito à intermediação feita pelos jornalistas, que permeava os conceitos de *gatekeeping* e *newsmaking*, papel esse que se adequava à sociedade hierárquica e massiva da época. Porém, essa atribuição “não faz sentido na Sociedade em Rede mediada por tecnologias de informação e comunicação digitais” (MORENO; CARDOSO, 2015, p. 546), o que afeta as rotinas de produção dos profissionais.

A questão que pode ser visualizada é que as práticas desenvolvidas na teoria do *newsmaking* alteraram-se e oferecem aos jornalistas novas possibilidades de trabalho. Atualmente, junto com os profissionais, há uma gama de cidadãos que produzem e distribui a informação, o que afeta as lógicas de *newsmaking* (MORENO; CARDOSO, 2015). Diante disso, o profissional deixa de ser o responsável por registrar a observação inicial e passa a ser aquele que solicita a informação e, em seguida, filtra e contextualiza o que recebe (ANDERSON; BELL; SHIRKY, 2013).

A teoria do *gatekeeping* também recebeu estudos complementares que dão conta de assimilar as processualidades decorrentes da cultura da convergência. Esses estudos não diluem o trabalho de “porteiro” do jornalista por completo. O que será visualizado, segundo Ferreira (2018), é que a função de *gatekeeper* será observado sob novas perspectivas que, por mais que o modifiquem de modo significativo, não vão remover o seu valor. Diante desse cenário, a função atual dos jornalistas, segundo Bruns (2011), é direcionar as notícias mais importantes para o público, a fim de destacar quais são as principais a serem lidas, papel esse conhecido como curadoria (FERREIRA, 2018).

Essas práticas que põem em questionamento o papel do *gatekeeping* são marcadas por novas opções disponíveis aos usuários, que podem se tornar os seus próprios *gatekeepers*, já que há, em alguns portais, a possibilidade de personalização das páginas de notícias de acordo com as escolhas de cada um (FERREIRA, 2018). Diante disso, tem-se surgimento do *gatematching* (BRUNS, 2011). O conceito diz respeito às práticas realizadas por usuários que, por mais que não façam eles mesmos as reportagens, eles observam as notícias que passam pelos canais e compartilham-nas, já que eles não detêm o controle sobre os canais.

Diluídos nas rotinas produtivas, os valores-notícia também são remodelados e atualizados de acordo com fatores limitantes de produção. A atividade considerada básica aos jornalistas, que é utilizar os valores-notícia a fim de determinar se um fato deve ou não ser noticiado, torna-se complexa (MORENO; CARDOSO, 2015). Uma das explicações para isso é o fato de existir uma gama diversificada de valores-notícia e “aquilo que tem ou não tem valor-notícia e deve ou não deve ser reportado como jornalismo não é um conceito absoluto, mas antes um conceito relativo. Historicamente relativo, culturalmente relativo e tecnologicamente relativo” (MORENO; CARDOSO, 2015, p. 547). Frente a isso, Volpato (2017) observa que os valores-notícia relativos à proximidade geográfica e espacial têm se tornado mais relevantes nos últimos anos, o que contribui para a ênfase no hiperlocal.

Diante desse cenário digital, que redefine as práticas profissionais, exige-se dos jornalistas a multidisciplinaridade e o desenvolvimento de novas habilidades. As narrativas passaram a receber um formato diferenciado e a linguagem utilizada na descrição de um fato alterou-se com as novas possibilidades tecnológicas (LIMA; PAULINO, 2017). A velocidade do fluxo de informação também é um elemento que influencia nessa etapa diante do contexto digital, uma vez que a pressão do tempo força os profissionais a selecionar as informações de fontes institucionais e as divulgar sem terem feito a edição e verificação (FERREIRA, 2018). Todas essas práticas contribuem para modificar as rotinas de produção no rádio e inseri-lo em um processo de radiomorfose (PRATA, 2008).

O RÁDIO E AS MUDANÇAS TECNOLÓGICAS

Com a chegada da televisão e de outras tecnologias da informação, muito se afirmou que o rádio perderia o seu espaço. O que na verdade ocorre, é que “os

profissionais deste meio têm percebido que essas tecnologias são, na verdade, parte de um (novo) processo de revisão e de reestruturação do rádio. Agora, novas ferramentas permitem a apuração – e atribuem a ela novas dinâmicas, mais ágeis” (LOPEZ, 2010, p. 144), o que caracteriza o meio sonoro como um rádio em mutação (BIANCO, 2004).

No final da fase de ouro nos anos 40, o rádio aproveitou as oportunidades dos aparelhos eletrônicos para se reestruturar. O gravador magnético, o transistor e a frequência modulada foram inovações que aperfeiçoaram as transmissões. Já a mudança do analógico para o digital, ocorrida no rádio no início dos anos 90, trouxe novas e importantes alternativas para o radiojornalismo, como o celular. Essa ferramenta trouxe agilidade ao possibilitar a transmissão de notícias ao vivo do local do acontecimento. Segundo Bianco (2004), com o celular, as primeiras informações chegavam até o público por meio do rádio, e não mais do jornal ou da televisão e reforçou, ainda mais, a cultura do ao vivo e da velocidade. Atualmente, o celular também permite ao jornalista produzir um conteúdo noticioso multimídia, com a utilização de fotografias e vídeos, mas que ainda tem no áudio o seu foco (LOPEZ, 2010).

A mutação ocorrida no rádio nos anos 90 foi intensificada com a chegada da internet, pois essa nova ferramenta modifica, de forma significativa, a maneira como trocamos informações. Essa inovação permitiu a criação de sites pelas emissoras de rádio, além de um número infinito de ferramentas e possibilidades de reinvenção. Além do mais, com a internet, uma das principais essências do rádio é potencializada: a interatividade. “O rádio sempre foi o meio mais interativo por possibilitar o acesso dos ouvintes à emissora, por telefone ou carta. Com a *internet*, essa interatividade aumenta consideravelmente” (ALMEIDA; MAGNONI, 2009, p. 4).

As opções trazidas pela *internet* ao rádio configuram-no como radiojornalismo hipermidiático, “que fala em diversas linguagens, em distintos suportes e, ainda assim, mantém no áudio seu foco” (LOPEZ, 2010, p. 119). Com a criação dos sites de emissoras, proporcionada pela internet, o jornalista tem ao seu dispor novas ferramentas para o texto, como a infografia multimídia, hipertextualidade, que servem para complementar o áudio. Surge, assim, o rádio expandido (KISCHINHEVSKY; MODESTO, 2014), que não está mais apenas nas ondas hertzianas, como também nos celulares, na TV por assinatura e na *internet*.

Diante desse contexto, o rádio continua inserido no processo de radiomorfose, pois o meio continua em reconfiguração (PRATA, 2008). Isso pode ser visualizado com

a chegada das tecnologias digitais e da *internet* que, por meio da readaptação e convívio com essas ferramentas, o rádio busca uma linguagem adaptada aos suportes atuais.

ROTINAS PRODUTIVAS DO RADIOJORNALISMO ESPORTIVO

O esporte, seja ele futebol, vôlei, handebol, ou qualquer outro, cativou os brasileiros na medida em que foi desenvolvido e espalhado ao redor do mundo. Com a evolução das tecnologias e do cenário digital, o processo de modernização que atingiu os profissionais de radiojornalismo também encontrou espaço no jornalismo esportivo. Com os avanços tecnológicos, os repórteres adquiriram novos equipamentos de trabalho para que pudessem se informar sobre os últimos acontecimentos no mundo do esporte. Esta nova fase, na qual todos os jornalistas estão inseridos, traz uma nova realidade para os profissionais e para as empresas, pois também é exigido do jornalista esportivo o desenvolvimento de múltiplas funções, como apurar, redigir e apresentar um programa (BARBEIRO; RANGEL, 2015).

As coberturas realizadas pelo jornalismo esportivo mesclam emoção e realidade. Coelho (2011) observa que analisar taticamente as partidas e produzir um conteúdo sobre isso captura o torcedor e o faz gostar deste tipo de reportagem. Além disso, as transmissões do esporte são responsáveis por atrair grande parte da população. Atualmente, devido às novas tecnologias, esse público passa a exigir cada vez mais novas informações dos profissionais. Diante desse cenário, “na *internet*, o jornalista teve de adaptar-se a essa nova mídia, que reúne texto, áudio, vídeo e interatividade em variadas formas de difusão” (BARBEIRO; RANGEL, 2015, p. 99). É preciso que os jornalistas produzam conteúdos para distintas mídias. Tudo isso em um curto espaço de tempo para que, após publicação da matéria, ela já possa circular nas redes sociais.

A presença do jornalista esportivo nas redes sociais exigiu uma adaptação dos profissionais. Segundo Pereira (2016), os meios de comunicação viram nessa plataforma a possibilidade de ampliação de seus conteúdos, pois é possível não apenas divulgar as informações, como também receber avaliações dos usuários. O próprio modo de fazer contato com uma fonte foi facilitada pelo *Facebook*. Já o *Twitter* auxiliou os jornalistas a fazerem coberturas de acontecimentos. O fato é que esse contexto digital e tecnológico exige ainda mais dos radiojornalistas esportivos, uma vez que no esporte é possível explorar ainda mais esses recursos diante da motivação que o tema proporciona aos ouvintes.

AFETAÇÕES NA CULTURA PROFISSIONAL DO JORNALISTA NO RÁDIO

A evolução tecnológica ocorrida nos campos da informação e comunicação complexificou os métodos de produção das notícias (LOPEZ, 2010) e trouxe alterações nas rotinas produtivas dos jornalistas. Esse ambiente tecnológico sofre ainda influências de decisões que envolvem o mundo político e econômico. De acordo com a autora, os meios de comunicação são pressionados para que sejam introduzidos, rapidamente, no contexto da convergência, pois as mídias têm de acompanhar a informatização de seu público. Há no jornalismo uma soma de modificações que interfere em todos os âmbitos do trabalho, bem como na própria identidade e legitimação do profissional. A decorrência disso pode ser explicada pelo surgimento das tecnologias que, juntamente com a atuação participante do público e os modos de inserção no espaço midiático, ocasiona um período de incertezas nos jornalistas (ADGHIRNI; PEREIRA, 2011).

Ao mesmo tempo em que o jornalista amplia as suas atividades, o modo de exercê-las é facilitado pela tecnologia, pois torna o processo mais prático. Com a presença de emissoras de rádio na web, Bianco (2004) observa que a informática auxilia os profissionais de rádio, diante do fato de que eles precisam produzir, além do áudio, informações em texto. No processo de apuração, os jornalistas também obtiveram vantagens, não só com os meios tecnológicos, mas com a era digital. A procura não só por informações, como também por fontes na web, trouxe certa comodidade ao jornalista e inclusive coloca em xeque, pela pesquisadora Veiga (2006 apud Lopez, 2010), a presença do profissional de rádio no local da ocorrência dos fatos. Além disso, também ocorre a padronização dos conteúdos, já que é comum os repórteres consultar as mesmas fontes e buscar as mesmas informações (BIANCO, 2004).

As consequências desse contexto são refletidas “nos conteúdos, formas e modos do rádio, isto é, na própria construção da narrativa jornalística, mudando a configuração do papel dos meios de comunicação na sociedade contemporânea” (LOPEZ, 2010, p. 36-37). Para a autora, o aumento significativo da utilização das tecnologias configura um marco para o rádio atual, pois altera toda a produção realizada no meio sonoro, além da exigência de que o jornalista saiba ser multiplataforma, multitarefa, esteja sempre atualizado e interaja com os ouvintes.

A PRODUÇÃO RADIOJORNALÍSTICA DO ARENA ESPORTIVA

Após apresentar uma breve contextualização teórica, a qual balizou a investigação em nível de trabalho final de graduação, será apresentado o estudo empírico, realizado a partir das lógicas produtivas do objeto escolhido para analisar.

No primeiro dia de observação, foi visualizado que o primeiro passo que Angélica executa para a produção do programa após a chegada à redação é uma “ronda” nos principais sites de notícias do esporte local, EsporteSUL e Diário Esportes, a fim de procurar por novidades. Ao mesmo tempo, a repórter marca uma entrevista pelo *WhatsApp* com o time de futsal União Independente. Apesar dos critérios que definem o valor-notícia de uma informação serem numerosos e variados (MORENO; CARDOSO, 2015), na primeira pauta já foi possível verificar que o valor-notícia de proximidade é utilizado em praticamente todas as notícias que compõem o programa, o que vai ao encontro do que Volpato (2017) visualizou, na qual as tecnologias colaboraram para que as informações locais tornem-se mais interessantes para a comunidade.

A fim de se preparar para a primeira entrevista, Angélica consultou o site do Inter-SM para encontrar a notícia sobre o jogo ocorrido no final de semana. Nota-se que a facilidade da produção noticiosa possibilitou que não apenas a Rádio Imembuí produza as informações, como também as próprias fontes (FERREIRA, 2018). Diante disso, o Inter-SM produz e mantém um canal para veicular as informações relacionadas ao clube. Nota-se também o desempenho do papel de curadoria (FERREIRA, 2018), já que Angélica tem de selecionar uma pequena quantidade de notícias ocorridas no final de semana para veicular no programa.

As três entrevistas que compõem o programa do dia foram gravadas ao longo da manhã. Além disso, a gravação do noticiário “Notícias 101.9”, transmitido de hora em hora, é feita durante os momentos em que Angélica espera o retorno das fontes. Alguns desses contatos são realizados por áudio pelo *WhatsApp*. Dessa forma, observa-se um profissional que demonstra familiaridade com os novos dispositivos (LOPEZ, 2010).

A outra atividade em que Angélica ocupa-se ao longo da manhã é selecionar os jogos que vão ocorrer no dia por meio do site “Super Placar” e passá-los para o roteiro. Esse conteúdo compõe o quadro “Agenda da Bola”. Junto a essa produção, a repórter também seleciona manchetes esportivas do estado, do Brasil e do Mundo, retiradas de sites como Correio do Povo e Globo Esporte para o quadro Lance Rápido. Além disso,

compõe o programa os boletins da dupla Grenal produzidos pelos jornalistas da rádio Bandeirantes, que são baixados diretamente do site *RadioWeb*.

Neste dia, em especial, foi possível visualizar que o programa vai ao encontro com as considerações de Barbeiro e Rangel (2015) ao afirmarem que o esporte é pautado pela agenda. Todas as entrevistas que foram ao ar estavam relacionadas com jogos ocorridos no dia anterior.

Na apresentação do programa, Angélica acessa o *site* do seu *blog* sobre futebol no computador. Dessa forma, nota-se que “a *internet* está integrada à rede local e permeia toda a cadeia produtiva do rádio, desde a fase de recolha da informação, seleção, redação, edição e apresentação” (BIANCO, 2004, p. 13).

Já no segundo dia de observação, Angélica não precisou gravar nenhuma entrevista para o programa, pois as mesmas já haviam sido feitas no dia anterior, quando a repórter participou do congresso técnico da Copa Wianey Carlet, ocorrido em Porto Alegre. O fato de a repórter ter se deslocado para acompanhar o congresso é devido ao trabalho de setorista esportiva (FERRARETTO, 2000) que Angélica realiza na emissora, principalmente em relação aos clubes Inter-SM e Riograndense. Dessa forma, como o futebol é o principal esporte acompanhado, exige-se uma especialização do repórter nessa área. Ferraretto (2000) justifica que “a especialização dá mais qualidade ao noticiário. O repórter conhece o assunto e suas fontes. O material produzido torna-se mais preciso e aprofundado, daí a sua importância e necessidade” (p. 256).

As entrevistas no evento foram feitas com o celular. Essa é uma das tecnologias mais usada pela repórter e que facilita a recolha das informações. O uso do celular trouxe novas alternativas para o radiojornalismo, pois os profissionais podem não só realizar entrevistas com a nova tecnologia, como também entrar ao vivo do local em que estiverem, o que torna o processo mais ágil (BIANCO, 2004).

Com os áudios da dupla Grenal baixados e as manchetes e jogos do dia anotados, Angélica dá início à apresentação do programa. Enquanto ela comenta no ar sobre a chave em que tinha ficado o Inter-SM na Copa Wianey Carlet, um ouvinte envia um recado pelo *WhatsApp*, na qual opina sobre o assunto. Visualiza-se, dessa forma, que o público possui uma relação direta com os profissionais, transformando-se em um diálogo, na qual as pessoas manifestam as suas opiniões e dão os seus *feedbacks* (FERREIRA, 2018) diretamente nos canais disponibilizados pela emissora. Angélica responde ao ouvinte pelo aplicativo e depois lê a mensagem no ar. A participação do

ouvinte durante a transmissão radiofônica por meio da *internet* é a representação de um público e de um rádio configurado para as novas tecnologias. Esse modelo radiofônico fundamenta-se na interação com os ouvintes e faz do público um usuário que produz e consome os conteúdos (PRATA, 2008).

No terceiro dia de observação, Tiago Nunes, que divide a apresentação do programa com Angélica, retornou das férias. O início das atividades foi marcado pela conversa entre os repórteres sobre Copa Wianey Carlet. Nota-se, com isso, que o repórter esportivo encontra-se mais preparado do que antigamente e conhece amplamente as variadas modalidades esportivas (BARBEIRO; RANGEL, 2015), já que o acesso às informações foi facilitado.

Os áudios do dia já haviam sido gravados com o celular antecipadamente. Uma das possibilidades para isso ocorrer é quando Angélica presencia os treinos do Inter-SM às tardes. Outra prática que veio a facilitar a rotina de produção dos repórteres foi a utilização da *internet* para acessar as variadas fontes de informação, característica já visualizado por Lopez (2010): “Através delas, é possível desenvolver um trabalho denso e complexo de produção que auxilie o repórter na busca pela informação e na leitura do acontecimento” (p. 45). O uso da *internet* pelos jornalistas da Rádio Imembuí também serve para que eles observem os comentários do público e procurem por novas matérias, a fim de aproveitar o melhor assunto para utilizar no próximo programa.

Outro fato notado durante o dia foi a hierarquização das pautas. Inicialmente, sempre são transmitidas as notícias do futebol local com o Inter-SM e o Riograndense. Posteriormente, ganham destaque modalidades esportivas que estão mais em evidência, como futsal e vôlei. A escolha dessa ordem é explicada por Tiago pelo motivo do programa não conseguir abordar, na segunda-feira, todos os jogos que ocorrem no final de semana. Devido a isso, há uma distribuição das pautas ao longo da semana, com prioridade aos esportes que avaliam ser o mais importante para os ouvintes.

No quarto dia os repórteres conversam sobre a divisão das pautas. Visualizou-se a importância do esporte para a emissora, pois Angélica não deixou de ir ao treino do Inter-SM para cobrir outra pauta no mesmo horário. Diante disso, nota-se que essa postura vai ao encontro do que Barbeiro e Rangel (2015) evidenciam ao afirmar que “o apresentador de programa esportivo contemporâneo, seja de que conteúdo for, tem uma postura jornalística e trata os eventos com os mesmos critérios que outros jornalistas cuidam de política, economia, artes e espetáculos, etc” (p. 74).

Outro elemento observado é que os principais meios pelos quais Angélica e Tiago buscam notícias são sites e grupos de campeonatos da imprensa esportiva do interior. O *WhatsApp* é utilizado para marcar entrevistas com as fontes de informação. Já o *Facebook*, serve para procurar pautas, caso os clubes de futebol não possuam sites. Por meio dessa plataforma, Angélica costuma ligar para as fontes a fim de apurar as informações e transformar em pautas para o programa. O fato observado é que essas ferramentas fornecem aos jornalistas novos lugares de interação e força-os a usar e compreender esses novos dispositivos a fim de acompanhar os ouvintes (LOPEZ, 2010).

É indiscutível que a presença desses elementos altera o perfil profissional dos jornalistas. “Esse contexto pede novas habilidades, com características somadas à essência da busca pela verdade, da boa apuração e do cruzamento de dados, por exemplo” (LIMA, PAULINO, 2011, p. 17-18). Diante disso, o que se percebe é que os profissionais precisam adaptar-se constantemente a essa realidade.

A escolha das fontes para as pautas do programa depende do assunto que será abordado, conforme exemplifica Angélica, pois cada fonte é responsável por um setor. Aliás, é esse conhecimento sobre quais pessoas entrevistar que permite ao repórter um maior entendimento dos fatos, o que acaba por tornar mais simples o contato com as fontes e possibilita a construção de pautas mais precisas (COELHO, 2011).

Na apresentação do programa do dia, um ouvinte enviou, pelo *WhatsApp* a foto da camiseta retrô lançada pelo Inter-SM. Tiago descreveu-a no ar. Nota-se aqui o uso do celular, pelo ouvinte, para o envio de fotos, ferramenta que os próprios repórteres utilizam para a produção de conteúdo multimídia (LOPEZ, 2010).

Na sexta-feira os repórteres receberam no estúdio o diretor de marketing do Inter-SM, Marcio Caetano, para ser entrevistado ao vivo. Como o programa contava com a entrevista, não houve a produção do Lance Rápido e do esporte local.

A *live* feita por meio do *Facebook* da emissora é realizada uma vez por semana no programa Arena Esportiva quando há entrevistado ao vivo. Tiago comenta que o tempo é o fator limitante para que não ocorram mais *lives*. A escolha dos repórteres de utilizá-la nos dias em que há entrevistado é porque a fonte ajuda a divulgar o vídeo. Esse ato resulta em um acréscimo no engajamento dos ouvintes, que compartilham, comentam e curtem. A isso se observa a prática de *gatewatching* (BRUNS, 2011), na qual os indivíduos conectados às redes não são responsáveis por produzir os conteúdos, mas por compartilhar as *lives* feitas pelo programa e avaliar as informações e conteúdos

disponibilizados pelos comunicadores e entrevistados. Com as possibilidades de interação, isso ocorre com mais frequência e de forma cada vez mais veloz (BRUNS, 2011). Nota-se que no modelo de *gatematching* há, muito mais, a fase da resposta por parte dos usuários, o que anteriormente quase inexistia nesse processo.

Outro ponto que pode ser explorado com a *internet* é a disponibilização de conteúdos que já foram ao ar (ALMEIDA, MAGNONI, 2009). Neste caso, os repórteres utilizam a página da Imembuí no *Facebook* para fazer as *lives*, que ficam registradas na página da emissora e podem ser acessadas a qualquer momento. Esse fato de que a rádio está presente em mais de uma plataforma e utiliza a câmera no estúdio, caracteriza a emissora como rádio expandido (KISCHINHEVSKY; MODESTO, 2014).

No estúdio, Tiago utiliza o celular para fazer a transmissão ao vivo. Durante o programa, os apresentadores receberam comentários de ouvintes pela *live* no *Facebook*. A interação do público com os repórteres também ocorre por meio do *WhatsApp*, na qual os comentários e perguntas são lidos no ar. Visualiza-se que, com a utilização dos dispositivos por parte do público, a própria rotina dos profissionais (MORENO; CARDOSO, 2015) durante o programa é modificada com a leitura dos comentários. Observa-se que a prática do *newsmaking* modifica-se, pois as ferramentas e os canais de informação utilizados pelo público são iguais aos utilizados pelos jornalistas.

Diante disso, o rádio fala para o ouvinte-internauta que participa e contribui com o programa por meio do envio de informações. Essa participação foi ampliada por meio da própria *live* proporcionada pelo *Facebook*, que permite aos ouvintes conhecer o estúdio e os apresentadores. “Desta forma, o ouvinte [...] tem a oportunidade de passar a vê-lo de maneira mais próxima, já que se lhe permite o diálogo, a interação” (LOPEZ, 2010, p. 115). Além disso, as perguntas dos jornalistas esportivos ao entrevistado estimulam o público a participar, pois os repórteres são os representantes do público (BARBEIRO; RANGEL, 2015) e devem imaginar o que os torcedores querem saber.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Ao longo dos cinco dias de observação, visualizou-se que o cotidiano de trabalho de Angélica e Tiago é afetado de forma significativa pelas tecnologias. O computador é uma das principais ferramentas de trabalho. A tecnologia é utilizada para a edição de áudios e, principalmente, acessar a internet. Por meio da web, a jornalista seleciona materiais para os programas e entra em contato com fontes de informação.

As outras tecnologias que estão muito presentes na rotina dos profissionais são o telefone e o celular. A primeira ferramenta serve para gravar as entrevistas com as fontes de informação. Já a segunda serve, primordialmente, para acessar o *WhatsApp*, a fim de entrar em contato com fontes de informação. Diante disso, ao longo das manhãs observadas, não houve nenhum deslocamento por parte dos repórteres, o que se concluiu que a apuração é feita por meio da internet e do telefone/celular.

Concluiu-se a existência de profissionais multitarefas (LOPEZ, 2010), pois Angélica apresenta o programa e é responsável por toda a produção do Arena Esportiva, além da realização de outras atividades, como reportagem de campo nos dias de jogos. Já o Tiago é o responsável pela coordenação de jornalismo da rádio, pelos noticiários da manhã e os correspondentes ao longo do dia, apresenta o Arena Esportiva e o Imembuí *News* e também é um dos narradores da emissora.

Ao encontro dessa realidade, os profissionais da Rádio Imembuí alegaram a falta de tempo, tanto na programação, como na produção do programa. A consequência disso é a falta de experimentar uma narrativa diferenciada, para além do ambiente sonoro. Os apresentadores poderiam criar uma editoria no novo *site* da Imembuí e compartilhar no *Facebook* a fim de disponibilizar aos ouvintes não só os áudios das entrevistas que vão ao ar, como o próprio programa na íntegra, acompanhado de um texto jornalístico. Igualmente poderiam ser produzidas reportagens sobre outros eventos, na qual seria possível explorar o uso de imagens, áudios e vídeos e anexá-los ao site.

Durante o período de investigação, observou-se que os critérios utilizados na seleção das pautas para o programa estão relacionados aos valores-notícia de proximidade e atualidade. Porém, torna-se cada vez mais difícil enquadrar cada pauta em um determinado critério, já que foi possível verificar que não há uma reflexão sobre cada um deles. Diante disso, observou-se que os critérios de noticiabilidade estão imersos nas práticas e no cotidiano dos profissionais e são determinados por fatores como: tempo, equipamentos e tecnologia disponíveis e acesso a locais e fontes.

Diante do conceito de radiojornalismo hipermediático (LOPEZ, 2010), concluiu-se que há timidamente a configuração de um rádio hipermediático, pois existe a utilização da internet como um suporte complementar às ondas radiofônicas e há a adição do vídeo ao som durante a *live* pelo *Facebook* durante um dia da semana. Porém, falta ao Arena Esportiva explorar outras oportunidades possibilitadas pela *internet* e pelas tecnologias, o que representaria ainda mais um rádio hipermediático.

Assim, o que se tem, diante dos apontamentos feitos, é que as práticas radiojornalísticas sofrem mutações a passos lentos, já que os recursos disponíveis não estão sendo aproveitados de forma eficiente. Existe um ambiente radiojornalístico permeado pela utilização do celular e do computador, mas os mesmos são utilizados, predominantemente, apenas para o contato com fontes e recolha de informações. As potencialidades dessas tecnologias para a produção de conteúdos que contemplem texto, áudio e vídeo ainda não são utilizadas. Visualizou-se que, após um ano da migração para o FM, ainda é preciso explorar as possibilidades presentes no rádio hipermidiático.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ADGHIRNI, Zélia; PEREIRA, Fábio Henrique. **O Jornalismo em Tempos de Mudanças Estruturais**. Porto Alegre: UFRGS, Intexto, v. 1. n. 24, p. 38-57, jan./jun. 2011. Disponível em: <<https://bjr.sbpjor.org.br/bjr/article/view/545>>. Acesso em: 29 out. 2018.

ALMEIDA, Ana Carolina; MAGNONI, Antônio Francisco. **Rádio e Internet: recursos proporcionados pela web ao radiojornalismo**. In: CONGRESSO BRASILEIRO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO, 32., 2009, Curitiba. **Anais...** Curitiba: Intercom, 2009.

ANDERSON, Chris. W.; BELL, Emily; SHIRKY, Clay. **Os jornalistas**. Observatório da imprensa, n. 744, 30 de abr. 2013. Disponível em: <http://observatoriodaimprensa.com.br/imprensa-em-questao/ed744_os_jornalistas/>. Acesso em 22 out. 2018

BARBEIRO, Heródoto; RANGEL, Patrícia. **Manual do jornalismo esportivo**. 2. ed. São Paulo: Contexto, 2015.

BIANCO, Nelia R. del. **A Internet como fator de mudança no jornalismo**. Revista Brasileira de Ciências da Comunicação. São Paulo, v. 27, n. 1, janeiro/junho de 2004.

_____. **Radiojornalismo em mutação na era digital**. In: CONGRESSO BRASILEIRO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO, 27., 2004, Porto Alegre. **Anais...** São Paulo: Intercom, 2004.

BRUNS, Axel. **Gatekeeping, gatwatching, realimentação em tempo real: novos desafios para o Jornalismo**. *Brasilian Journalism Research*, v. 7, n. 11, p. 119-140, 2011.

COELHO, Paulo Vinícius. **Jornalismo Esportivo**. 4. ed. São Paulo: Contexto, 2011.
DUARTE, Jorge. Entrevista em profundidade. In: DUARTE, Jorge; BARROS, Antônio. (Org.). **Métodos e técnicas de pesquisa em comunicação**. 2. ed. São Paulo: Atlas, 2006. p. 62-83.

DUARTE, Jorge. Entrevista em profundidade. In: DUARTE, Jorge; BARROS, Antônio. (Org.). **Métodos e técnicas de pesquisa em comunicação**. 2. ed. São Paulo: Atlas, 2006. p. 62-83.

FERRARETTO, Luiz Artur. **Rádio: o veículo, a história e a técnica**. Porto Alegre: Sagra Luzzatto, 2000.

FERREIRA, Gil Baptista. **Sociologia dos novos media**. Covilhã: Labcom, 2018.

GIL, Antonio Carlos. **Métodos e técnicas de pesquisa social**. 6. ed. São Paulo: Atlas S.A., 2014.

KISCHINHEVSKY, Marcelo; MODESTO, Cláudia Figueiredo. **Interações e mediações - Instâncias de apreensão da comunicação radiofônica**. Questões Transversais – Revista de Epistemologias da Comunicação, v. 2, n. 3, p. 12-20, jan./jun. 2014.

LIMA, Patrícia.; PAULINO, Rita. O Jornalismo na era dos dados digitais: mutações das práticas e da identidade jornalística. **Ser jornalista: Roturas e continuidades**. Revista de Estudos de Jornalismo, n. 7, p. 7-20, dez. 2017.

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

MORENO, José; CARDOSO, Gustavo. Os desafios do jornalismo em rede. In: CARDOSO, Gustavo; MAGNO, Carlos; SOARES, Tânia de Moraes. (Org). **Modelos de negócio e comunicação social: legacy media, novos media, "telcos" e startups jornalísticas em navegação digital – Estudo prospetivo (2015-2020)**. Lisboa: Entidade Reguladora para a Comunicação Social (ERC), 2015. p. 538-582. Disponível em: <https://tv.up.pt/uploads/attachment/file/471/Estudo_Modelos_de_Neg_cio_e_Comunica_o_Social_ERC_CIES_2015.pdf>. Acesso em 23 out. 2018.

PEREIRA, Jéssica Gonçalves. **Uso das redes sociais no radiojornalismo esportivo da equipe Globo/CBN São Paulo**. 2016. 226 p. Dissertação (Mestrado em Jornalismo) – Universidade Federal de Santa Catarina, Florianópolis, 2016.

STUMPF, Ida Regina C. Pesquisa bibliográfica. In: DUARTE, Jorge; BARROS, Antonio (Org.). **Métodos e técnicas de pesquisa em comunicação**. 2. ed. São Paulo: Atlas, 2006. p. 51-61.

VOLPATO, Marcelo de Oliveira. **Mídia locativa, conteúdo geolocalizado e reconfigurações no jornalismo: três pistas para iniciar o debate**. Parágrafo, v. 5, n. 2, p. 136-144, jul./dez. 2017.