
Mutações nos modos de produção do rádio: um estudo do programa Timeline, da Rádio Gaúcha¹

Caline Andressa Muller Gambin²

Maicon Elias Kroth³

Universidade Federal de Santa Maria(UFSM)

Resumo: Este artigo apresenta breves apontamentos de uma pesquisa sobre as mudanças nas rotinas produtivas radiojornalísticas. O estudo, fundamentado em teorias do radiojornalismo contemporâneo, traz apontamentos a partir de uma observação *in loco* e entrevistas com os jornalistas do programa Timeline, da Rádio Gaúcha. Na pesquisa, foi possível entender as lógicas de produção e apresentação dos conteúdos radiofônicos a partir das afetações do uso de plataformas e ferramentas tecnológicas digitais no cotidiano dos jornalistas Kelly Matos, David Coimbra e Luciano Potter. Percebe-se que permanece a preocupação em manter a linguagem radiofônica. No entanto, se alteram, de forma peculiar, os processos de apuração, edição, a relação com as fontes de informação e também com o ouvinte-internautas.

Palavras-chave: Rádio; Rotinas Produtivas; Ecosistema Digital; GaúchaZH; Timeline.

Introdução

Afinal, o que muda na produção jornalística em rádio na atuação dos profissionais nas redações, a partir da integração com a produção multimídia e adoção das tecnologias digitais? O questionamento é o fio-condutor desta proposta de pesquisa que vem sendo desenvolvida desde 2015, num projeto que se propôs analisar duas emissoras de rádio em Portugal e duas no Brasil.

A etapa atual da investigação, nessas condições, está organizada em torno de identificar possíveis mudanças nas rotinas produtivas jornalísticas radiofônicas. A pesquisa foi desenvolvida a partir de um processo de pré-observação do programa radiofônico Timeline, da Rádio Gaúcha, de Porto Alegre - RS. Inicialmente, audições e visualizações de imagens do programa transmitidas no Facebook foram necessárias para dar encaminhamento à pesquisa teórica, buscando suporte conceitual para explicar os

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

² Acadêmica do curso de Jornalismo da Universidade Federal de Santa Maria - RS (UFSM). Bolsista do Fundo de Incentivo ao Ensino (FIEN).

³ Professor do curso de Jornalismo da Universidade Federal de Santa Maria - RS (UFSM).

fenômenos percebidos. Em uma observação *in loco*, juntamente com entrevistas realizadas com a equipe de produção e apresentação do programa, realizada no dia 31 de agosto de 2018, foi possível compreender um pouco mais sobre como os profissionais têm seus modos de produção jornalística alterados a partir da inserção de novas tecnologias digitais em seu cotidiano. A pesquisa, em desenvolvimento no âmbito do Laboratório de Produção Radiofônica do curso de Jornalismo da Universidade Federal de Santa Maria (UFSM), tem a intenção em contribuir com as investigações a respeito do uso da tecnologia digital e ferramentas multimídia nas práticas do radiojornalismo contemporâneo.

Na sequência do texto, apresenta-se o contexto teórico que sustentou as operações de observação e discussão sobre os observáveis. Depois disso, há uma descrição analítica de detalhes dos modos de produção radiojornalística do Timeline. Nas considerações finais, é possível apresentar um breve diagnóstico do que foi capturado na investigação. Os modos de produção estão diretamente vinculados ao uso de tecnologias digitais, sobretudo ao que está relacionado à internet. As redes sociais, neste âmbito, ganham papel importante nas práticas de apuração, apropriação e distribuição de informações.

A convergência midiática e as adaptações do rádio

A rede mundial de computadores, referência das mudanças tecnológicas e de comunicação da sociedade contemporânea, alterou o funcionamento do ecossistema midiático e a relação do público com os meios de comunicação. A internet se expandiu rapidamente, possibilitando novos hábitos de consumo e um cenário inovador. Trouxe novas plataformas digitais de produção e consumo de conteúdos, permitindo construções variadas dos mesmos a partir das possibilidades que a convergência tecnológica tem oferecido. Por convergência, conforme sustenta Jenkins (2008), entende-se como o fluxo de conteúdos através de múltiplos suportes midiáticos, à cooperação entre múltiplos mercados midiáticos e ao comportamento migratório dos públicos dos meios de comunicação, que vão a quase qualquer parte em busca das experiências de entretenimento que desejam.

Atualmente, são muitas as plataformas em que os conteúdos midiáticos estão disponíveis de forma convergente. O ecossistema midiático (CANAVILHAS, 2011) vem se distinguindo pela migração intensa dos públicos para a internet. Os meios de

comunicação, diante desse cenário, vão aos poucos redirecionando suas lógicas produtivas buscando na cultura da convergência a explicação para lançar mão de novas estratégias capazes de capturar a audiência (KROTH, 2010).

A redefinição dos modos de produção e consumo de conteúdos é feito no novo panorama digital, no qual as mudanças atingem, inclusive, aos espaços físicos das empresas e às rotinas de trabalho dos profissionais (ORTIZ SOBRINO, 2012). O planejamento das tarefas - a reunião de pauta, a coleta, seleção, edição e distribuição dos conteúdos sofreu interferências e, para muitos, ainda é um momento de readequação (KROTH, 2016).

Esta situação provocou fusões e revisões dos modos de trabalho e a definição de padrões de rotinas produtivas (WOLF, 2009) que levaram os jornalistas e outros profissionais da área a passar por momentos de instabilidade e urgência de atualização. Diante das mutações da rotina produtiva, os profissionais do rádio se viram cada vez mais integrados em torno de modelos de produção direcionados à multimídia (SALAVERRÍA, 2005). As mudanças estruturais ocorreram nas salas de redação radiofônica, que ganharam novos contornos espaciais. As ilhas de produção e edição de conteúdos radiofônicos passam a coexistir com ilhas de produção de conteúdos multimidiáticos. Os profissionais dialogam sobre temáticas que agora são destinadas à distribuição multiplataforma (KROTH, 2016).

A convergência das redações, para García Avilés et. al (2008), se tornou necessária a partir de um novo formato de gestão das redações. Tal estrutura da cadeia de produção de notícias no rádio produz pelo menos três efeitos imediatos. Primeiramente, ocorre a aceleração dos fluxos de produção e disponibilização de conteúdos. Na sequência, a propagação de plataformas para distribuir as notícias e, finalmente, por último, as mudanças nos modos de coleta, edição e distribuição das mesmas e, ainda, de relacionamento com as fontes.

As novas ferramentas digitais e o acesso facilitado às mídias sociais, nas redações radiofônicas foram regularizando o ritmo e a velocidade da produção de conteúdos. Já em 2008, Bianco vislumbrava que a internet se constituiria parte do próprio processo de checagem e apuração de informação em emissoras de rádio especializadas em jornalismo. Mas a pesquisadora também já ressaltava que a tarefa de escolher entre centenas de acontecimentos, apenas aqueles que merecem o status de notícia, poderia fragilizar o

processo da checagem, debilitando o trabalho investigativo. Os jornalistas, nessas condições, passaram menos tempo à procura de acréscimos de dados às suas informações, aprofundado a checagem, e mais tempo apenas lançando algumas interpretações, pouco acrescentando ao contexto informativo radiofônico.

O jornalista de rádio, junto com o acúmulo de habilidades técnicas necessárias para lidar com lógicas de produção cada vez mais tecnológicas, precisa pensar em estratégias narrativas complementares ao som. Configura-se, com este processo, a exigência por um jornalista multitarefa para a produção radiofônica. Dele, as emissoras requerem, cada vez mais, que pense as especificidades do rádio, mas que compreenda o novo ambiente em que este veículo se insere e a necessidade que ele tem de se apresentar como multiplataforma e como um dispositivo cada vez mais interativo. O consumo de informação sonora se ressignifica. É mais dinâmico. O ouvinte-internauta exige o investimento em estratégias narrativas ampliadas capazes de permitir que ele possa colaborar, se tornando sujeito ativo no processo de construção do conteúdo e que o meio de comunicação vá ao seu encontro, de acordo com sua mobilidade.

Em 2015, em pesquisa realizada no âmbito de rádios portuguesas, se evidenciava que a evolução rápida das tecnologias móveis de acesso à informação, em especial dos smartphones e tablets de última geração e interfaces multimidiáticas desencadearam o desenvolvimento de soluções hipermidiáticas para a distribuição de conteúdos sonoros (KROTH, 2016). Dentro deste cenário, ainda, várias emissoras passaram a investir, também, na criação de aplicativos (apps) para dispositivos móveis, incrementando ainda mais o caráter ubíquo do rádio e seu consumo.

Apesar de ainda ser possível identificar a persistência de formatos e gêneros consolidados em programações de emissoras, resistentes às contaminações das dinâmicas contemporâneas de produção e consumo midiático, há marcas cada vez mais evidentes de uma crescente preocupação em ressignificar os modos de construção de estratégias capazes de potencializar o consumo e distribuição de conteúdos. No contexto contemporâneo, a comunicação radiofônica, apesar de ser predominantemente sonora, incorpora outros elementos, como afirma Del Bianco (2010, p. 91): “O novo rádio proporciona mudanças na linguagem radiofônica, no formato de programação e na construção de novas formas de interação com a audiência, já que se trata de um ambiente multimídia de base interativa”.

Segundo Lopez (2009), o rádio informa através de narrativas que não são somente o som, mas também por meio do texto e da imagem. A autora ainda defende que esse processo ressignifica as práticas e critérios de produção. Lopez (2009) caracteriza o rádio como hipermediático - que ainda tem no som seu principal fundamento, mas que se mostra cada vez mais diversificado em sua linguagem e suportes. “Vai além da transmissão em antena, ampliando sua produção através da internet e dos dispositivos de rádio digital, mas que ainda mantém sua raiz no conteúdo sonoro” (2009, p.40). O conteúdo multiplataforma, segundo a pesquisadora, embora considerado importante, não é fundamental para a compreensão da mensagem, e sim complementar, de aprofundamento, detalhamento, memória ou utilidade pública.

Ainda nessa perspectiva, Kischinhevsky afirma que é necessário não levar em conta apenas os elementos sonoros que fazem o rádio, mas também o que chama de “elementos parassonoros, ou seja, fotos, vídeos, ícones, infográficos e outras ilustrações de sites de emissoras” (KISCHINHEVSKY, 2016, p.32). Ele caracteriza o rádio como expandido, o qual oferece novos serviços e canais de distribuição. O rádio se espalha para as mídias sociais, que potencializam o alcance e a difusão de seus conteúdos, outrora só propagados pelas ondas sonoras (KISCHINHEVSKY, 2012).

Junto com a complexificação da narrativa radiofônica (Lopez, 2009) a qual vem se desenhando, um outro eixo central de discussão a respeito da reconfiguração do rádio diante do avanço das novas tecnologias se estrutura em torno das dinâmicas de interatividade. Crescem as relações estabelecidas entre o rádio e o uso das mídias sociais digitais. Estas, por sua vez, abrem caminho para ampliar a construção de circuitos interacionais capazes de superar as lógicas da radiodifusão.

Os serviços de radiofonia vem se constituindo como espaços de fruição e interação entre diversos atores, constituindo o que Kischinhevsky (2016) categoriza como uma arquitetura de interação, capaz de estimular não só a participação dos rádio-internautas, mas a distribuição de conteúdos radiofônicos e fortalecimento de redes de relacionamento. O rádio se espalha para as mídias sociais, que potencializam o alcance e a difusão de seus conteúdos, outrora só propagados pelas ondas sonoras (KISCHINHEVSKY, 2012).

Redes sociais com Facebook, Twitter, Instagram ou o sistema de mensagem instantânea gratuito Whatsapp são de uso cada vez mais comum em operações de

apuração, produção e distribuição de conteúdos radiofônicos. As mídias sociais, para Kiskinhevsky (2016, p.39), são “serviços que se alimentam de conteúdos gerados pelos usuários, possibilitam a comunicação interpessoal e a multicomunicação [...]” e outros atributos os quais são considerados “decisivos no reposicionamento da radiofonia no ambiente midiático” (KISKINHEVSKY, 2016, p.39).

Magnoni e Miranda (2012), em consonância com Kiskinhevsky (2016), reforçam a ideia de um contexto de interatividade específico em construção e ainda afirmam que os recursos digitais da internet vem incentivando a programação especializada, assim como da diferenciação de conteúdos pelas emissoras mais tradicionais. As características do rádio, evidentemente em processo de reconfiguração, podem ser vislumbradas por meio de elementos os quais constituem o programa Timeline, da Rádio Gaúcha, de Porto Alegre, conforme é possível de verificar por meio de suas rotinas de produção.

Rotinas produtivas do Timeline

O Timeline Gaúcha vai ao ar de segunda a sexta-feira, das 10h às 11h, pela Rádio Gaúcha, emissora do Grupo RBS. O programa é apresentado pelos jornalistas Luciano Potter, Kelly Mattos e David Coimbra, no ar desde 17 de novembro de 2014. A equipe também conta com os jornalistas e produtores Bruno Pancot, Francine Silva, além do jornalista e assistente de *lives*⁴, Felipe Augusto Nogueira.

Caracterizado como um produto do segmento do jornalismo, o seu formato é de um programa de variedades, que reúne aspectos informativos e de entretenimento. Já os jornalistas produtores e apresentadores do programa o definem como um *talkshow*⁵, enfatizando que a principal característica do programa é a conversação, com humor.

A partir da observação dos mecanismos de produção, pode-se vislumbrar que o programa radiofônico se organiza em torno de lógicas de circulação de conteúdos em redes sociais digitais. Kelly Mattos, integrante da equipe, corrobora com essa observação, quando afirma que o próprio nome do programa, Timeline, foi escolhido a partir de uma

⁴ Transmissão de imagens pelo Facebook.

⁵ Para Luciano Potter, o programa se organiza em torno de uma mesa-redonda, gerando debates sobre temas que circularam nas redes sociais digitais e que podem, assim, estimular uma conversa entre os apresentadores. A informação e a opinião são emitidas de forma descontraída, ressignificando o olhar sobre os conteúdos escolhidos para a conversa no programa radiofônico.

terminologia utilizada no ecossistema digital⁶. Os produtores se orientam e se atualizam com relação aos temas que mais ganham notoriedade nas chamadas linhas do tempo de perfis de redes sociais digitais para repercutirem os mesmos no programa.

A produção começa 24 horas antes do programa ir ao ar. Um dos mecanismos práticos de apuração de informações é o monitoramento sistemático de conteúdos e sua repercussão em redes sociais como Facebook, Instagram e Twitter. Também há um grupo de Whatsapp dos integrantes da equipe, pelo qual são compartilhadas notícias e possíveis pautas a serem tratadas no dia posterior. Além disso, outro mecanismo que abastece o programa radiofônico com pautas é o acesso aos dados colhidos por uma espécie de curadoria desenvolvida por um software das notícias publicadas no portal GaúchaZH. Estas são analisadas como possíveis pautas para o programa. A equipe de jornalistas sistematiza uma espécie de pré-produção. O software executa a identificação do consumo dos conteúdos (marcando número de participantes, o tempo e a profundidade de acesso ao conteúdo). Tais dados, ao serem filtrados pela equipe de produção, funcionam como uma das operações que definem a linha editorial no processo de escolha das pautas que podem ou não serem levadas para a promoção de debates no programa, ao vivo.

Para que esta sistemática de seleção de informações possa receber interpretações no âmbito do programa radiofônico, outro critério considerado pelos produtores são as condições que a informação tem de ser tratada a partir de lógicas da linguagem radiofônica. Kelly Mattos ressalta a preocupação em selecionar pautas as quais sejam capazes de estimular uma discussão em torno de múltiplos ângulos de abordagem dada pelos apresentadores ao longo de uma edição do programa.

Os fluxos comunicacionais do programa, quando está no ar, se estendem em uma arquitetura de interação específica. Mais uma vez as redes sociais possuem papel relevante para a execução do programa radiofônico. É possível observar, por exemplo, que o uso da rede social Facebook é potencializada por meio da transmissão de imagens do programa. As imagens do programa também são emitidas na página do Youtube e no portal GaúchaZH, o que complexifica a manutenção das características da narrativa radiofônica. As lives no Facebook abrem um novo fluxo comunicacional entre o programa e os ouvintes-internautas, conferindo a estes últimos uma experiência

⁶ Timeline é uma expressão em inglês que significa "linha do tempo", na língua portuguesa. O termo é conhecido entre usuários de redes sociais na internet, como o Facebook, Twitter e Instagram. Trata-se da ordem das publicações feitas nas plataformas digitais.

diferenciada de participação. Aos produtores do programa, ainda há poucas preocupações com relação à imagem dos mesmos sendo transmitida na internet. Entretanto, a construção de tal fluxo comunicacional gera, mais uma vez, atenção aos conteúdos publicados pelos rádio-internautas.

Jornalista e assistente de *lives* do Timeline, Felipe Nogueira explica que os comentários nas redes sociais podem ser utilizados como pauta, não somente os que foram identificados antes, mais diversas redes, inclusive por meio do Whatsapp. O método compreende um processo de monitoramento e seleção das informações e, na sequência, o direcionamento do conteúdos aos apresentadores do programa, os quais decidem se o tema vai ser problematizado ou não, por exemplo, por meio de uma pergunta de um ouvinte-internauta, que pode ser colocada no ar na voz dos apresentadores. O produtor Bruno Pancot reitera a prática de filtragem dos conteúdos que chegam de rádio-internautas até o Timeline. “A lógica da rádio se sobrepõe ao programa” (PANCOT, 2018).

O processo de observação permite que os jornalistas identifiquem temáticas que circulem em linhas do tempo de diferentes redes sociais digitais e se apropriem das quais consideram capazes de estimular ouvinte-internautas, tanto para a participação dos processos interativos colocados em marcha quanto para a audição do programa. De algum modo, segundo a jornalista Kelly Mattos, os jornalistas ficam atentos aos espaços digitais e possíveis engajamentos à temáticas as quais ganharam ênfase dos participantes das redes e que, por sua vez, podem ganhar notoriedade e novos modos de interpretação no programa. Número de menções e compartilhamentos em redes sociais digitais pode ser indicadores de uma pauta propícia para discussão no Timeline.

No dia 31 de agosto de 2018, quando da observação do programa nos estúdios da Rádio Gaúcha, a primeira pauta apresentada no Timeline foi a Lei da terceirização irrestrita⁷, a qual tinha sido assinada no dia anterior do programa. O tema foi tratado por meio de uma entrevista gravada com o Ministro do Supremo Tribunal Federal (STF), Gilmar Mendes. O produtor Bruno Pancot fez o contato com o Ministro Gilmar Mendes, via Whatsapp. Pancot dialogou com o ministro por meio do aplicativo para gravar a entrevista antes do programa ir ao ar. O jornalista Luciano Potter explica que os ângulos

⁷ O Supremo Tribunal Federal (STF) decidiu por maioria, no dia 30 de agosto de 2018, que a terceirização irrestrita do trabalho é constitucional no Brasil. Com o entendimento, ficou validada para as empresas a terceirização de todas as atividades, incluindo a atividade-fim.

de abordagem do tema da entrevista foram escolhidos a partir de uma captura de pontos de vista de usuários na internet.

Observou-se que a possibilidade de gravar a entrevista permitiu que a jornalista Kelly Mattos pudesse ouvir, escolher e adiantar a publicação de partes de declarações de Gilmar Mendes consideradas mais relevantes no Twitter, antes do programa ir ao ar. A profissional usa o seu perfil para compartilhar informações, tornando-se uma possibilidade de se tornar fonte de informação de para seus seguidores, inclusive colegas de profissão.

Na sequência do mesmo programa, Luciano Potter mediou uma entrevista sobre um conteúdo que circulou nas redes sociais, dias antes. Tratou-se do caso de um menino que escreveu um bilhete.⁸ A produtora Francine Silva colocou a mãe do menino, Geovana Santos, no ar, ao vivo. A ligação foi por meio do Whatsapp. Depois de entrevistar a mãe, direto de Bocaina - SP, também foi possível estabelecer um diálogo entre os apresentadores do Timeline com o menino Gabriel Lucca.

Foi possível verificar que, assim como no programa observado na sede da rádio Gaúcha, é comum que, junto com a informação, o trio de apresentadores oferece ao ouvinte-internauta não apenas os dados informativos colhidos antes ou mesmo durante a transmissão. Essencialmente, junto com a informação, há também uma interpretação com bases jornalísticas sobre os temas diários. David Coimbra, por exemplo, é quem avança mais no processo interpretativo. Ele tenta contextualizar o acontecimento no tempo e no espaço e constrói seu ponto de vista, emite juízo de valor a respeito das temáticas elencadas, dando ao programa o caráter peculiar o qual pretende.

No mesmo programa, ainda, foi possível observar que parte da equipe de produção se localiza numa sala específica, localizada atrás de outra - onde está a mesa de sonoplastia. Por meio de dispositivos eletrônicos, os repórteres Francine Silva e Bruno Pancot atuam como uma espécie de intermediadores de conteúdos, mantendo contato constante com os apresentadores, por meio do Whatsapp. Pelo aplicativo, interagem com os jornalistas que estão no ar, abastecendo-os com informações sobre os bastidores do

⁸ A professora Paula Renata Robardelli, do município de Bocaina (SP), postou no Facebook, um bilhete recebido de seu aluno Gabriel Lucca, de cinco anos. O menino escreveu um bilhete, simulando que o mesmo foi escrito pela professora. O mesmo contava que não haveria aula por causa de um feriado e a seguinte frase: 'É verdade esse bilhete'. Segundo o Google, a frase se tornou um dos conteúdos mais buscados do ano de 2018.

processo produtivo, como por exemplo, as possibilidades de colocar algum entrevistado no ar, após tentativas de contato por telefone. Francine e Bruno também, por vezes, participam, ao vivo, trazendo informações recém colhidas pelo setor de reportagem e que a partir das lógicas de instantaneidade do rádio merecem ir ao ar.

Também foi perceptível que, dentro de sua estrutura rotineira de execução, há intervenções de outros repórteres da redação integrada de GaúchaZH, os quais entram no ar a qualquer momento, com informações do trânsito, da previsão do tempo ou outros acontecimentos jornalísticos do cotidiano de Porto Alegre ou do interior do Rio Grande do Sul.

Considerações finais

A facilidade de acesso às ferramentas de produção, publicação, cooperação e compartilhamento de informações altera a rotina produtiva do rádio. E tais mudanças alteram o papel do próprio jornalista. A partir do que se pode observar dos processos e práticas desenvolvidas pelos jornalistas que produzem o Timeline, da Rádio Gaúcha, avança a necessidade do desenvolvimento de uma espécie de monitoramento do que circula no ecossistema digital. Avaliar os discursos disponibilizados em redes sociais e outras plataformas midiáticas se tornou um elemento fundamental do que se pode chamar de apuração.

No caso estudado, foi possível perceber que os jornalistas recorrem a pelo menos três possibilidades de apuração de informações: dados de consumo do Portal GaúchaZH curados pelo software Chartbeat, acesso a mensagens em grupos de Whatsapp e, ainda, o acesso às redes sociais digitais como Facebook, Twitter e Instagram (pelas quais ocorrem a busca por fontes, personagens, pautas e opiniões). Tais plataformas comunicacionais, conforme se pode verificar, colaboram para a veiculação do programa, uma vez que o Timeline tem como objetivo ressignificar fragmentos da conversação em rede e offline, possibilitando a recuperação de contextos discursivos digitais, os quais podem render debate, interpretações e novas interações entre os sujeitos produtores e rádio-internautas, dentro de parâmetros da linguagem radiofônica.

Os jornalistas responsáveis pelo Timeline são desafiados de modo constante a equacionar questões que circulam nas ambiências sociais digitais, trazendo tais temáticas para algum nível de aprofundamento de interpretação jornalística. Esse processo

desencadeia uma tentativa de ampliação e valorização daquilo que vem do campo co-produtor, ou seja, dos ouvintes-internautas.

A interferência da audiência está viva no fluxo de operações produtivas. Os rádio-internautas aproveitam-se de recursos tecnológicos para criarem conteúdos e cabe aos jornalistas do Timeline filtrarem e contextualizarem o que recebem ou captam em suas observações do que circula no tecido social. O humor presente nos modos de conversação dos apresentadores visa uma adequação à linguagem do público o qual se pretende atingir. O que circulou nutriu o programa e as reinterpretações dos conteúdos, originadas a partir das conversações no programa radiofônico, potencializam um novo processo de circulação de conteúdos, dando condições de um novo ciclo de conversações a respeito das temáticas abordadas se iniciar e seguir adiante.

A rotina produtiva, do modo como é organizada, possibilita um encurtamento da distância da relação entre a fonte e os jornalistas. O que se viu é uma conversa mais informal, seja no contato prévio, ou na entrevista. Um exemplo disso é a condução de uma das perguntas a Gilmar Mendes no programa do dia 31 de agosto, quando o jornalista Luciano Potter questiona a opinião do ministro sobre a prisão de Lula, considerando que eles poderiam estar numa mesa de bar. A conversa descontraída faz parte da proposta do programa que tem como slogan “entrevistas, informações, opinião, bom e mau humor”.

Para os apresentadores, o Timeline tem um formato de talkshow, por causa da variedade de temáticas e também pelo princípio de conversação. Contudo, o programa pode ser considerado um híbrido de alguns componentes de formatos radiofônicos e televisivos, com o incremento de marcas de narrativas digitais, especialmente quando são trazidas para o ar, ao vivo, narrativas sonoras e audiovisuais de outras plataformas.

Tal engenharia produtiva coloca o uso das redes sociais digitais no centro das operações de produção do programa. Estas, se bem utilizadas, facilitam a relação que se pretende estabelecer com os rádio-internautas, fortalecendo os vínculos entre ambos. Operações de produção, como a transmissão de imagens pelo Facebook, Youtube e o portal de Gaúcha ZH, nessa condições, potencializam a difusão do Timeline, atribuindo poderes de disseminação dos conteúdos à rede constituída em torno do programa radiofônico.

Por fim, é possível afirmar que não é de hoje que se identificam tais mutações. Os rádio-internautas tornam-se os seus próprios gatekeepers, quando podem compartilhar

conteúdos de seu interesse, constituindo um espécie de curadoria colaborativa. Esses processos põe em questionamento o papel do gatekeeping jornalístico. As dinâmicas de produção do programa Timeline são mais um exemplo dos processos de adaptações e reflexões constantes no campo dos estudos sobre o rumos do jornalismo e da profissão de jornalista. O delineamento de um modelo horizontalizado de comunicação, organizado em torno da colaboração e conexão entre rádio-internautas e jornalistas merecerá novos estudos.

Referências bibliográficas

CANAVILHAS, J. **El nuevo ecosistema mediático**. Index Comunicación, vol. 1, p. 13-24, 2011.

DEL BIANCO, N. Promessas de mudanças na programação e na linguagem das emissoras digitalizadas. In: MAGNONI, A. F.; CARVALHO, J. M. D. **O novo rádio: cenários da radiodifusão na era digital**. São Paulo: Editora Senac, 2010. p. 91.

GARCÍA AVILÉS, J. A.; SALAVERRÍA, R.; MASIP, P. Convergencia periodística en los medios de comunicación. Propuesta de definición conceptual y operativa. **Anais... I Congreso de la Asociación Española de Investigadores en Comunicación**, Santiago de Compostela, 2008.

JENKINS, H. **Cultura da convergência**. São Paulo: Aleph, 2008.

KISCHINHEVSKY, M. Radiojornalismo comunitário em mídias sociais e microblogs: circulação de conteúdos publicados no portal RadioTube. **Estudos em Jornalismo e Mídia**, Florianópolis, Santa Catarina, Brasil, v. 9, p. 136-149, Janeiro a Junho 2012.

_____. **Rádio e mídias sociais: mediações e interações radiofônicas em plataformas digitais de comunicação**. 1. Ed. Rio de Janeiro: Mauad X, 2016.

KROTH, M. E. **Contratos de leitura: narrativas do cotidiano como estratégia de captura e recepção no rádio**. Biblioteca on-line de Ciências da Comunicação da Universidade da Beira Interior. Disponível em: http://www.bocc.ubi.pt/_esp/autor. Acesso em: 16 dez. 2018

_____. **Radiomorfose: mutações nas rotinas produtivas das rádios TSF e Renascença**, de Lisboa, PT. Revista Estudos em Jornalismo e Mídia, núm. 1, v.13, 2016. Disponível em: <https://periodicos.ufsc.br/index.php/jornalismo/article/view/1984-6924.2016v13n1p19> Acesso em: 18 dez. 2018.

LOPEZ, D. **Radiojornalismo hipermidiático: tendências e perspectivas do jornalismo e rádio all news brasileiro em um contexto de convergência tecnológica.** Tese (Doutorado em Comunicação e Cultura Contemporâneas). Universidade Federal da Bahia, Salvador: 2009.

MAGNONI, A. F.; MIRANDA, G. V. Perspectivas e desafios para o rádio na era digital. **Revista Científica Eletrônica de Ciências Humanas**, v. 21, p. 82-96, 2012.

ORTIZ SOBRINO, M. A. **Radio y postradio en España: una cohabitación necesaria y posible**”. *Área abierta*, Madrid, v. 12, n.2, 2012. Disponível em: <http://revistas.ucm.es/index.php/ARAB/article/view/39637> . Acesso em: 18 dez. 2018.

SALAVERRÍA, R. (Coord). **Cibermedios: el impacto de internet em los medios de comunicación em Espanã.** Sevilla: Comunicación Social Ediciones y Publicaciones, 2005.

WOLF, M. **Teorias da Comunicação.** Lisboa: Editorial Presença, 2009.