



## O novo rádio:<sup>1</sup> um estudo sobre a tecnologização da redação em uma emissora comunitária de interior

*The new radio: a study about the technologization of a interior community radio station's newsroom*

Debora Cristina Lopez<sup>2</sup> e  
Roscéli Kochhann<sup>3</sup>

**RESUMO** Este artigo realiza um estudo de rotinas produtivas do jornalismo da Rádio Comunitária FM, de Frederico Westphalen, interior do Rio Grande do Sul. A partir deste estudo de caso, buscamos discutir a relação das tecnologias da informação e da comunicação e do processo de convergência jornalística nas rotinas de emissoras de rádio em cidades de interior. Trata-se de uma abordagem específica descritiva, aportada nos estudos de convergência e em uma metodologia de observação e entrevistas, que permitem discutir o seu contexto e apontar perspectivas do radiojornalismo e de sua produção atual.

**PALAVRAS-CHAVE** Radiojornalismo; Tecnologias da Informação e da Comunicação; Rotinas Produtivas; Rádio Hipermediático.

**ABSTRACT** This article presents a study of journalism production routines in Rádio Comunitária FM, Frederico Westphalen, Rio Grande do Sul. From this case study, we discuss the relationship of information and communications technology and then process of journalistic convergence in the routines of radio stations in interior cities. It is descriptive approach, based on convergence studies and with a methodology of observation and interviews, which allows us to discuss their background and point out prospects of radio journalism and its current production.

**KEYWORDS** Radiojournalism; Information and Communication Technologies; Productive Routines; Hypermediatic Radio.

---

1 O presente artigo é uma revisão e ampliação do TCC "Rádio e tecnologia: o processo de convergência na produção do Jornal da Comunitária".

2 Debora Cristina Lopez é doutora em Comunicação e Cultura Contemporâneas pela Universidade Federal da Bahia (UFBA) e professora do Programa de Pós Graduação em Comunicação Midiática da Universidade Federal de Santa Maria (UFSM) e da graduação em Jornalismo do campus Frederico Westphalen da mesma instituição. Coordena o Grupo de Pesquisa Convergência e Jornalismo (ConJor). Email: deboralopezfreire@gmail.com

3 Roscéli Kochhann é mestranda em Comunicação Midiática pela Universidade Federal de Santa Maria. É bolsista Capes e integrante do Grupo de Pesquisa Convergência e Jornalismo (ConJor). Email: rosceli.ko@hotmail.com



## Introdução

Quando falamos na interface rádio e tecnologias, normalmente nos vem em mente equipamentos como computadores, celulares, etc, utilizados na produção radiofônica. Porém, é importante destacar que tecnologias existem desde o primeiro momento em que se pensa o veículo rádio. Desde o seu surgimento, quando o número de receptores era baixo e concentrado nas mãos da elite, devemos considerar o rádio como uma tecnologia – que passou por alterações ao longo dos anos. Desde a utilização do telégrafo para a transmissão de sinais à distância até a utilização da internet e do celular, muita coisa mudou.

Além de ser utilizada como suporte, a internet também se configura hoje como uma das ferramentas mais usadas para realizar pesquisa de dados e acontecimentos em muitas emissoras do país. Ela muitas vezes é um canal de interação entre o ouvinte e a emissora. Nos anos 90, essa interação se dava através de cartas e telefonemas. Hoje a internet diminui as distâncias e traz a possibilidade de acentuação de duas características fundamentais do rádio: a instantaneidade e a interatividade.

Assim, tornou-se uma grande aliada do profissional do jornalismo no processo de geração e difusão de informações (PEREIRA, 2003). É considerada aliada porque ela propicia a difusão de conteúdo em larga escala. Para Cunha (2006), um indivíduo pode criar sua emissora na internet, fazê-la falar para o mundo ou apenas para um grupo de amigos. Além disso, é usada para facilitar a obtenção das informações necessárias para a apuração de determinada notícia.

É preciso considerar ainda que o papel da audiência também se alterou a partir do momento em que a interação produção/ouvintes passou a acontecer através da utilização da internet. O ouvinte que antes mandava as suas cartas à redação, hoje

acompanha a programação utilizando o canal internet e já faz os seus comentários, correções e participações instantaneamente. Isso, de uma forma ou de outra, altera a forma que determinada notícia ou comentário vai ao ar. Outro ponto a ser considerado é que essa participação do ouvinte facilitada pelo uso de internet é uma forma eficaz de fidelizar o ouvinte. A partir do momento que a audiência ouve a sua participação no ar e tem os seus nomes citados durante a programação, a participação passa a ser mais freqüente.

A partir dessas considerações, a pesquisa aqui apresentada tem por objetivo a realização de uma análise do uso da internet na construção do radiojornal “Jornal da Comunitária”. O radiojornal vai ao ar diariamente, das 12h às 12h45min, na Rádio Comunitária FM, de Frederico Westphalen.

Considerou-se necessária a realização de uma pesquisa de campo, subdividida em duas partes: realização de entrevistas face-a-face semi-estruturadas (GIL, 2007; CRUZ NETO, 2002) e a observação de rotinas produtivas. Considera-se por pesquisa de campo aquela utilizada com o objetivo de conseguir informações e/ou conhecimentos acerca de um problema, para o qual se procura uma resposta (LAKATOS; MARCONI, 2007). Segundo os mesmos autores, esse tipo de pesquisa refere-se à observação de fatos e fenômenos tal como ocorrem espontaneamente, na coleta de dados a eles referentes e no registro de variáveis que se presumem relevantes para analisá-los. A partir da observação de campo é que se pode identificar as variáveis da pesquisa.

Considerou-se necessária ainda, a inserção nos processos de produção do Jornal da Comunitária, a fim de identificar marcadores do uso das tecnologias na produção. Para atender a tal objetivo, optou-se pela realização de observação simples, onde o pesquisador observa de maneira espontânea os

fatos que ali ocorrem (GIL, 2007). Acompanhamos o processo de produção do radiojornal escolhido durante uma semana entre os dias 05 e 09 de outubro de 2009.

### Rádio, Tecnologia e Rotinas Produtivas

A relação entre as tecnologias e os meios de comunicação tem se inserido de maneira cada vez mais explícita no contexto da Cultura da Convergência (JENKINS, 2006). As mudanças nas ferramentas e dispositivos presentes no cotidiano dos usuários levam a uma revisão em todo o processo de construção, definição, produção, transmissão e consumo das notícias (GARCÍA AVILÉS, 2007). E essa lógica afeta, como ressaltam Salaverría e Negrodo (2008), distintos âmbitos. Os autores lembram que a convergência precisa ser observada sob uma perspectiva quádrupla: a empresarial, de conteúdo, profissional e tecnológica. Juntas, elas compõem um processo multidimensional que afeta a própria definição dos meios e de como se desenham as notícias – em um processo normalmente indissociável.

As rotinas do rádio, por exemplo, são afetadas tanto pela evolução da integração multiplataforma dos dispositivos (KOCHHANN, FREIRE e LOPEZ, 2011), que levam a uma relação distinta do meio com seus ouvintes, quanto pela potencialização dos usos das tecnologias pelo usuário e pelo jornalista. Hoje o rádio está presente em praticamente todos os espaços e ferramentas cotidianos: televisão, telefones celulares, mp3, computadores, além dos próprios aparelhos de rádio. São espaços de circulação de conteúdo sonoro e radiofônico. Essas distintas interfaces geram, para o público e para o comunicador, novas condições de fruição do conteúdo, de interatividade e a demanda por novos formatos (LOPEZ, 2009). Essa realidade, por sua vez, altera as rotinas de uma redação de rádio.

Lopez (2009), ao analisar a configuração do rádio em contexto de convergência e propor sua categorização como hipermediático, destaca a importância de uma revisão das rotinas produtivas do jornalismo radiofônico a partir da incorporação de novas ferramentas e, principalmente, da reflexão sobre o que é esse novo rádio e de que maneira a incorporação de outros formatos e suportes afeta a essência do rádio. García-Lastra (2011) lembra que, mesmo que o rádio migre para dispositivos móveis, tablets ou qualquer outro dispositivo, ainda que tenha na utilização e transmissão via internet um elemento definidor das inovações que apresenta ao ouvinte, sua essência e sua identidade ainda residem na produção sonora. Isto é, “a espinha dorsal da narrativa é sonora e, portanto, seu perfil multiplataforma envolve uma narrativa que, embora importante, é complementar” (LOPEZ, 2009, pp. 69-70).

Apostar em novos formatos e em novas estratégias narrativas reflete uma preocupação do rádio em adequar-se a uma realidade mutante e demonstra uma compreensão do que é o rádio na era da convergência (FERRARETTO, 2009). Explorar os potenciais dos novos suportes desenvolvendo conteúdo multimídia, então, é fundamental. Mas “o rádio deve ter cuidado para não se transformar em mais um site de notícias. O site de uma rádio deve ter identidade sonora”, destaca García-Lastra (2011).

As mudanças não residem somente na reformatação do conteúdo disponibilizado pelos comunicadores, mas também na forma como este conteúdo é construído. Hoje, no radiojornalismo hipermediático, as tecnologias fazem parte das rotinas dos jornalistas. Não se trata somente do telefone fixo, mas também do móvel, dos computadores de mesa e portáteis, de smartphones e tablets – dos gadgets que permitem a troca imediata



de informações entre os profissionais da redação e deles com os ouvintes, que permitem a construção de conteúdo multimídia, o acesso imediato às informações independente de onde elas ocorreram, que permitem potencializar o caráter atual do rádio e o esmaecimento das fronteiras físicas, antes fundamentais para a apuração da notícia em uma redação de rádio. Além disso, o jornalista passa a ter demandado de si um perfil multitarefa (GARCÍA AVILÉS; CARVAJAL, 2008, p. 229), atuando também como editor de seu conteúdo, coordenando gestão de redes sociais e de ferramentas de interatividade enquanto transmite a informação. Trata-se de uma nova realidade para o comunicador, que vem sendo desenhado gradativamente, junto com o novo perfil do veículo – tanto a partir de experiências de grandes grupos, como as brasileiras CBN e BandNews FM (LOPEZ, 2009), como de pequenas emissoras localizadas no interior, como a Rádio Comunitária FM de Frederico Westphalen.

### As tecnologias no “Jornal da Comunitária”

Ao observar as rotinas produtivas da Rádio Comunitária FM de Frederico Westphalen, optamos por um modelo mais descritivo de análise, que permita compreender o processo e inferir, a partir das mudanças detectadas, o contexto e as perspectivas da convergência e da tecnologia de redações em rádios de pequeno porte no interior do país<sup>4</sup>. Assim, apresentamos aqui uma abordagem descritiva das rotinas da emissora, buscando relacioná-la com a realidade da convergência em redações para, posteriormente, apontar perspectivas.

#### A Rádio Comunitária FM de Frederico Westphalen

4 Compreendemos que a realidade da emissora analisada não pode ser generalizada, por se tratar de um estudo de caso. Entretanto, acreditamos que a análise realizada aponta perspectivas interessantes de um contexto próximo a diversas emissoras de interior.

entrou no ar no dia 15 de maio de 2003<sup>5</sup>. A emissora tem capacidade de atingir cerca de 30 mil pessoas, população aproximada do município de Frederico Westphalen (CANTERLE, 2007). O sinal atinge ainda alguns municípios vizinhos. Além disso, a emissora disponibiliza a sua programação ao vivo, através do site [www.comunitaria.com.br](http://www.comunitaria.com.br). Nesse mesmo endereço o ouvinte pode encontrar algumas ferramentas de interatividade como um mural de recados, espaço para pedidos de música e um espaço para contatos entre ouvintes/internautas. No mural de recados os internautas podem interagir, deixar opiniões, críticas ou sugestões sobre os comunicadores ou sobre a emissora de uma maneira geral. Ainda no site é possível que se acompanhe a movimentação de parte da cidade de Frederico Westphalen, através de uma câmera colocada na parte externa do estúdio<sup>6</sup>.

Embora o site da emissora ofereça diversas formas de interação entre o público e a produção, o que se pode observar é que os canais disponibilizados pouco são usados pelo jornalismo. No site também encontramos notícias em texto ao lado da programação ao vivo que a emissora oferece. Nota-se, assim, iniciativas (ainda que modestas) de uso de narrativas normalmente alheias ao rádio na transmissão de informações e de novas ferramentas e suportes tecnológicos nos processos interativos, apontando para iniciativas de convergência tecnológica. A utilização de MSN e de mensagens SMS, por exemplo, indica que a emissora compreende seu público como usuário constante de telefones celulares e computadores conectados a internet.

5 A rádio operava na frequência de 87.9, em caráter experimental durante o primeiro mês e a partir de junho de 2003 ficava no ar das 6 às 19 horas. Em 2004 passou a operar das 6 às 24 horas. Desde 2005 a emissora opera na frequência 97.9.

6 Para mais informações sobre o site da Rádio Comunitária, ver Kochhann; Rechmann e Lopez (2009).

Esses canais também são utilizados para agendar entrevistas para o “Jornal da Comunitária”. Embora seja uma mera questão de ferramental, aponta para a inserção da emissora no contexto da cultura da convergência. Podemos dizer que o MSN e as mensagens SMS são ferramentas utilizadas de forma direta na produção do radiojornal.

A emissora analisada, de perfil comunitário, possui hoje uma programação bem variada que procura mesclar entretenimento com informação. No período da manhã são feitas normalmente duas sínteses noticiosas, os chamados “Minuto Notícia”. Ao meio-dia, o radiojornal vai ao ar com uma duração total de 45 minutos. À tarde também acontecem duas intervenções do “Minuto Notícia”. Destaca-se ainda aqui que durante a programação de entretenimento também são transmitidas informações, normalmente buscadas em sites.

Especificamente no departamento de jornalismo da Rádio Comunitária, existem três profissionais diretamente envolvidos com a produção de conteúdos: José Roberto Zachy, responsável pelo Jornalismo e apresentador; Marcos Mazzonetto, editor e apresentador e Samuel da Silva, responsável pela produção de conteúdos de temática esportiva, apresentador e narrador de jogos de futebol. Porém, é importante salientar que existem mais pessoas que contribuem com sugestões de pautas, como a direção da emissora, a secretária e, em menor número de contribuições, o público. No Jornalismo da emissora destaca-se o radiojornal “Jornal da Comunitária”, que vai ao ar de segunda a sexta-feira, das 12h as 12h45min e está no ar desde o início das transmissões da emissora.

A produção do “Jornal da Comunitária” inicia-se normalmente as 08h30min. Logo no início da manhã, o trabalho realizado pelos produtores é um “passeio” por alguns sites em busca de pautas para o radiojornal. Na semana que observamos a

produção percebemos que o acompanhamento dos acontecimentos segue a perspectiva apresentada por Pereira, do repórter sentado. Neste sentido, entre as ferramentas principais do cotidiano jornalístico da emissora estão os computadores com acesso à internet – preponderantemente para acesso a sites locais e regionais<sup>7</sup>. O uso desse dispositivo, aliado a uma reduzida quantidade de idas ao palco dos acontecimentos pelos jornalistas da Comunitária FM, leva a uma inversão do processo de construção da notícia no rádio, fazendo com que passe a ser pautado pelos demais veículos em vez de pautá-los, buscando suas notícias em fontes primárias.

Ao se observar essa utilização da internet na produção do radiojornal estudado, percebemos a presença de alguns marcos de convergência. Como indicado, essa tendência altera as formas de produção de conteúdo das emissoras de rádio. Com o levantamento das pautas realizado através de buscas em sites, a produção permanece por mais tempo nas redações. Esse processo pode trazer conseqüências em termos de conteúdo. Isso acontece porque a partir do momento em que o repórter faz uso de outras mídias para pautar o seu produto, ele pode estar deixando de noticiar acontecimentos considerados importantes pelo seu público. Descaracteriza-se o perfil de proximidade, imediatismo e ineditismo do rádio.

Trata-se de uma conseqüência da convergência: a presença do repórter considerado “empacotador de conteúdo”. Hoje são em menor número os redatores que se preocupam em gerar notícias. A maioria se dedica a elaborar o que recebem de agências (SALAVERRÌA e NEGREDO, 2008). No

<sup>7</sup> As principais páginas acessadas no período de observação foram Universidade Regional Integrada, Centro de Educação Superior Norte do Rio Grande do Sul, Agência Da Hora, Colégio Agrícola de Frederico Westphalen, Associação Comercial Industrial, Prefeitura Municipal de Frederico Westphalen e de outras prefeituras da região, Agência Brasil, Portela On-line, Agência Rádio Web.





rádio, essa consequência pode se tornar negativa, uma vez que uma das características do veículo é trabalhar intensamente com conteúdos locais. Isso acaba se perdendo quando o repórter deixa de ir às ruas. Outra questão que podemos discutir nesse momento é o imediatismo, característica fundamental do rádio. Quando o repórter passa a ser um “empacotador de conteúdo” e utiliza notícias encontradas em sites, por exemplo, ele deixa de relatar o que está acontecendo no momento da produção ou locução, e acaba dando destaque a “notícias velhas”.

Interessante observar que, embora os comunicadores da emissora utilizem constantemente esta ferramenta, não acreditam que isso prejudique a construção da informação e o compromisso com o público. José Roberto Zachi (2009) afirma que há uma preocupação em selecionar as fontes consultadas e que por isso se faz pouco uso de sites como o Click RBS ou o Zero Hora. “Geralmente eu, falando por mim, evito de pegar notícias de sites pontuais. Vamos supor Click RBS, BOL, UOL, G1, eu evito porque eu acredito que essas agências de notícias são muito tendenciosas. Elas levam para um lado. Então, eu ao menos procuro evitar” (ZACHI, 2009). O produtor destaca ainda que existe uma preocupação em “tratar” as notícias para que não fiquem iguais as encontradas nos sites, mas nem sempre isso é possível, pois o tempo é curto. No acompanhamento das rotinas produtivas da emissora pode-se perceber uma preocupação em aproximar as pautas, mesmo estaduais ou nacionais, dos interesses do público local. Percebe-se ainda uma preocupação em adequação de texto para uma linguagem mais simples e clara, em relação àquela encontrada nos sites. Entretanto, essa preocupação trabalha mais com a forma que com o conteúdo. A adaptação de linguagem e a priorização de pautas oriundas de

meios e fontes nacionais e regionais em detrimento das locais desenham um rádio um pouco contrário à própria noção de comunicação radiofônica e comunitária – ainda que, em alguns casos, possa ser observada uma aproximação na abordagem dada aos temas.

As pautas tratadas no radiojornal são trazidas pelos produtores logo no início da manhã ou são pesquisadas em sites de notícias. A apuração dessas informações se dá através do telefone, internet ou entrevistas com os envolvidos. Algumas vezes, as informações também são verificadas em jornais locais, mas sempre confirmadas através de telefonemas. As tecnologias são usadas na produção jornalística da emissora a todo momento. A internet é usada muitas vezes como fonte de informações, como canal para realização de entrevistas ou apuração de pautas. Além disso, o telefone também ocupa um lugar de destaque na produção da Rádio Comunitária. Ele é utilizado para busca de pautas, confirmação de dados e informações e, ainda, realização de entrevistas. São duas ferramentas das quais a produção é dependente – reflexo da estruturação da redação como predominantemente sentada, deixando de lado a proximidade com o público e com a cidade.

As entrevistas gravadas para ir ao ar, com o objetivo de dar credibilidade e confirmar as informações das notas do radiojornal, acontecem de três formas diferentes. Algumas delas são realizadas em estúdio, quando a fonte está disposta a vir até a emissora. Ainda há aquelas em que o produtor procura o entrevistado em seu local de trabalho, casa ou na rua. Outras vezes é realizada por telefone. Desses três tipos de entrevista, predomina aquela em que o produtor sai da redação e vai ao encontro do seu entrevistado. Assim, além de apurar as informações necessárias, o entrevistador também pode observar o que está acontecendo,

melhorando a qualidade da notícia. De qualquer uma das formas, as entrevistas são, em sua maioria, previamente agendadas – mesmo sendo o rádio um meio de comunicação caracteristicamente imediato e de programação e pautas flexíveis.

Uma observação interessante a respeito das entrevistas e que pode ser questionada ao considerarmos o caráter comunitário da emissora, é a opção por entrevistar possíveis apoiadores culturais. Isso aconteceu durante o terceiro dia de observação. Em meio à definição de um entrevistado, a produção optou por entrevistar o dono de um estabelecimento que estava abrindo no município. Segundo um dos produtores, o dono seria um possível apoiador da emissora. Nessa entrevista o produtor foi ao encontro do entrevistado em seu estabelecimento.

Esse caso configura uma lógica comercial que afeta diretamente o jornalismo. No momento em que a produção opta por entrevistar um possível apoiador, ela deixa de lado os critérios de noticiabilidade. Para Breed (apud TRAQUINA, 2005), o jornalista está inserido em seu contexto mais imediato, a organização para qual trabalha. Para o mesmo autor, o jornalista se conforma mais com as normas editoriais da política editorial da organização do que com quaisquer crenças pessoais que ele ou ela tivesse trazido consigo.

O jornalismo é também um negócio. Todas as empresas jornalísticas, com exceção das empresas públicas, enfrentam mais tarde ou mais cedo a tirania do balanço econômico final, ou seja, a comparação entre os custos e as receitas. As receitas provêm essencialmente das vendas e da publicidade. O espaço ocupado pela publicidade intervém diretamente na produção do produto jornalístico. (TRAQUINA, 2005, p. 158)

No exemplo ocorrido na Rádio Comunitária isso fica evidente. A rádio precisa se manter de alguma forma e a garantia de um apoio cultural é sempre bem-vinda. Ainda segundo Traquina (2005), não é possível “ir a todas” (ir a todas as notícias, noticiar tudo o que acontece). É necessário tomar decisões em relação aos acontecimentos que serão cobertos. No caso acima apontado a lógica comercial determinou o que foi notícia e o que não foi.

Nesse mesmo caso, observamos que não houve a utilização de internet nem de telefone na apuração do fato. Utilizou-se um gravador e a entrevista foi posteriormente editada em estúdio. Como dito anteriormente, essa é a predominância em entrevistas em áudio, mas não na coleta geral de informações. O telefone também aparece como uma fonte importante de contato com os ouvintes. Um exemplo é quando, no quarto dia de observação de rotinas, um ouvinte entrou em contato via telefone com reclamações sobre a coleta de lixo na cidade. Embora o assunto não tenha gerado uma pauta para o jornalismo da rádio, a prefeitura foi consultada sobre o problema. Acreditamos que um dos motivos pelo qual o assunto não foi abordado no programa é porque neste dia houve uso de uma quantidade maior de notícias extraídas da internet.

Precisamos considerar que a rede é utilizada a todo momento na produção do “Jornal da Comunitária”. Além de levantar informações nos sites, a produção também trabalha com e-mail, através dos qual recebe informações da editoria de polícia e releases de assessorias de imprensa da região. Isso acaba facilitando o trabalho dos produtores, mas ainda são poucos os municípios que possuem assessorias que enviam esses releases a produção, seja por e-mail ou por qualquer outro meio. Ainda, o MSN, tanto pessoal dos



comunicadores, quanto o da emissora, permanece on-line sempre que a produção acontece. Algumas apurações também são realizadas por esse canal, embora sejam raras. Segundo informaram os produtores, este é um canal importante para dialogar com as assessorias de comunicação da região. Na observação, entretanto, marcamos que quando se utiliza o MSN, é normalmente para se confirmar algum dado encontrado online.

Embora os computadores fiquem conectados à rede durante todo o processo, desde a apuração até a locução, a internet é utilizada apenas durante a produção. Assim, é possível que se deixe de noticiar fatos que venham a acontecer durante o momento da locução. Outro ponto que pode ser destacado é que pouco se usa os canais de interatividade da emissora para fins jornalísticos, o que não acontece nos programas de entretenimento. Durante a programação de entretenimento é possível ouvir que muitas vezes os locutores mencionam a participação dos ouvintes através do MSN, o que não acontece nos programas informativos.

Para Zachi (2009), hoje a produção do radiojornal é muito dependente da internet. É dela que se tira muita informação utilizada no “Jornal da Comunitária”. Para ele, isso não se alterou muito nos últimos anos. O que acontece é que hoje existem muito mais opções em termos de sites de pesquisa e fontes de informação. Porém é necessário considerar que ao mesmo tempo em que se tira muita informação da internet, a produção fica cada vez mais distante das pessoas ou ouvintes. Por exemplo, quando um temporal atingiu o município de Frederico Westphalen e o vento destelhou dezenas de casas, no dia 06 de outubro de 2009, a informação foi apurada via internet e telefone. As fontes foram o corpo de bombeiros e o secretário de obras no município. Naquela ocasião não se procurou ir ao local e ver o que se passava com

o morador de uma das casas destelhadas, que seria, possivelmente, a principal fonte. Dessa forma ocorre um distanciamento entre a redação e o ouvinte e uma perda na compreensão e descrição dos cenários em que se passam os eventos – característica do jornalismo radiofônico.

A produção normalmente finaliza o script do radiojornal por volta das 11 horas. Se considerarmos o rádio como um veículo que traz como uma de suas características o imediatismo, essa finalização da edição com uma hora de antecedência pode acarretar no declínio da qualidade do radiojornal, uma vez que os acontecimentos dos instantes anteriores passam a ser noticiados apenas no dia seguinte. Essa característica do imediatismo pode ser afetada ainda pela ausência de informações “ao vivo” durante a apresentação do radiojornal. Segundo Zachi, a presença de um comunicador com informações ao vivo sobrecarregaria aqueles que estivessem no estúdio. Ele afirma que se tem algum evento no horário que o radiojornal vai ao ar, a produção grava antes a matéria e dizem que naquele horário estará acontecendo determinado evento ou, ainda, gravam depois do ocorrido para que se divulgue em outro momento.

Nota-se ainda que o programa normalmente segue o script previamente elaborado. Evita-se qualquer alteração de última hora ou improvisado. A única atualização que percebemos foi no segundo dia de observação, quando a produção esqueceu de incluir no roteiro as notícias da editoria de polícia. Imediatamente um dos produtores e apresentadores correu até o computador onde imprimiu o material enviado por e-mail pela Brigada Militar de Frederico Westphalen. Assim, na hora, houve improvisação, mas foi a única manifestação perceptível na semana.

Também se observa que os locutores não mencionam a possibilidade de participação do ouvinte



durante a locução do radiojornal. Nos programas de entretenimento isso acontece com frequência. Percebe-se a ausência de interatividade durante a apresentação. Essa ausência de interatividade pode ser negativa em termos de conteúdos uma vez que o ouvinte pode ter informações a acrescentar no que esta sendo noticiado. Além disso, a interatividade proporcionaria um retorno sobre a satisfação do ouvinte em relação ao conteúdo que é disponibilizado. Outro benefício que a interatividade poderia incentivar é a fidelização do público.

A respeito de interatividade é importante destacar que a emissora proporciona várias formas de interação com seu ouvinte como o MSN, e-mail, o mural de recados disponível no site, celular para envio de SMS. Apesar de todas essas possibilidades o ouvinte pouco interage com a produção jornalística da emissora, ao contrário do que acontece com os programas de entretenimento.

Durante a observação, pôde-se perceber a interação produção/ouvinte em dois momentos. No quarto dia de produção observado, um ouvinte ligou pra emissora reclamando do lixo da sua rua que, segundo ele, não havia sido recolhido nos últimos dias. Porém, o que se destaca nesse caso é o fato da informação não ter sido verificada e não ter virado pauta. A atitude da produção foi dar um telefonema ao secretário de obras do município solicitando que solucionassem o problema daquele cidadão. Ainda, no quarto dia da observação, um ouvinte ligou para a rádio, durante a locução, para perguntar o telefone de uma loja da cidade. Segundo os produtores e locutores, isso acontece com frequência. Percebe-se aqui que o maior canal de interação utilizado no jornalismo é o telefone. De maneira geral é através dessa tecnologia que acontece a interação entre público e produção.

Outro ponto de destaque foi um momento de interação entre a equipe de jornalismo da Rádio

Comunitária e outro veículo de comunicação da região. Nessa situação a produção da emissora serviu como fonte para a reportagem do Jornal Frederiquense. Após o temporal ocorrido na região, no dia 06 de outubro de 2009, a equipe do Jornal Frederiquense ligou para a produção de jornalismo da Rádio Comunitária para levantar informações como número de casas destelhadas, árvores caídas, entre outras. Essas informações tinham sido levantadas através de telefonemas aos bombeiros e a secretaria de obras do município de Frederico Westphalen. De acordo com os produtores isso acontece com frequência.

### Considerações Finais

A produção jornalística da Rádio Comunitária de Frederico Westphalen enfrenta um problema comum em emissoras de pequenas cidades, principalmente as comunitárias: a falta de pessoal. Com uma equipe reduzida para produzir o conteúdo jornalístico, as iniciativas de convergência na redação podem ser relacionadas principalmente com a economia de tempo e de recursos no levantamento das informações.

Os comunicadores atuam predominantemente no modelo de jornalista sentado apresentado por Pereira, deixando de, na maior parte das produções, presenciarem o evento. Desta forma, contrariam o que prevê a essência do rádio: a presença no palco dos acontecimentos. A informação transmitida aparece, assim, a partir de releituras ou de fontes secundárias. Trata-se de relatos de envolvidos direta ou indiretamente, sem a complementação da verificação do repórter.

Estando na redação, o jornalista busca notícias em sites informativos e contata suas fontes fundamentalmente através da mediação das tecnologias, como o telefone fixo ou móvel e o computador. Na emissora, de maneira geral, esse



também é o principal canal de diálogo com os ouvintes. O entretenimento da emissora utiliza de maneira constante os espaços virtuais de diálogo, mas o mesmo não acontece com o jornalismo, que quase não explora ferramentas como o site ou o MSN para falar com seus ouvintes.

É importante destacar que, embora o rádio, principalmente em cidades de médio e grande porte esteja passando por revisões em seu formato e na maneira como se relaciona com a informação, em cidades pequenas e interioranas essa mudança ainda não se observa. Aparentemente o novo rádio ainda não ultrapassou todos os limites e não chegou a todos os espaços. O que há de novo no rádio nessas emissoras são as ferramentas e estratégias de apuração, e não seus formatos ou a maneira como se relaciona com a informação.

Mas, como ressaltam Ferraretto et al (2010), já é possível observar uma mudança na maneira como o jovem, ainda que em uma cidade pequena de interior, se relaciona com o rádio e com o consumo de conteúdos sonoros. Esta mudança – e o fato do número de pessoas que consomem informação online e que se conectam a partir de dispositivos móveis estar crescendo a cada dia – deve levar, a médio prazo, a uma revisão também destas emissoras localizadas em zonas periféricas e/ou afastadas dos grandes centros.

O fazer jornalístico e a reflexão sobre o próprio conceito do que é o rádio devem romper as fronteiras e levar a novas rotinas, com a incorporação de conteúdos multimídia aliados à predominância da base sonora; com a potencialização do já tradicional caráter imediato e interativo do meio; com a compreensão de um novo perfil de público e de suas demandas por distintos formatos e plataformas. O rádio deve enfrentar seu maior desafio: a integração à realidade digital do contexto da convergência e aos dispositivos multiplataforma

sem perder sua identidade e sem deixar de ser próximo de seu ouvinte – agora ouvinte-internauta. Seja uma emissora comunitária em uma pequena cidade do interior ou a cabeça de rede de um grande grupo, a adequação à mudança é inevitável. Vivemos agora o nascimento de um novo rádio, hipermidiático, multimídia, multiplataforma. Ainda próximo, companheiro e atual. Ainda rádio.

## REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- ABIANCO, N. O Futuro do rádio no cenário da convergência frente às incertezas quanto aos modelos de transmissão digital. In: Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, 32., 2009, Curitiba. Anais... São Paulo: INTERCOM, 2009.
- CANTERLE, J. et al. Rádio Comunitária de Frederico Westphalen: em busca da pluralidade no espaço público. In: Seminário Internacional de Pesquisa em Comunicação. 03., 2007, Santa Maria. Anais... Santa Maria: FACOS, 2007.
- CRUZ NETO, O. O Trabalho de Campo como Descoberta e Criação. In: MINAYO, M. C.(org). Pesquisa Social: Teoria, método e criatividade, 21ª Ed, Petrópolis, RJ: Vozes; 2002.
- CUNHA, M. Não é mais possível pensar o rádio como antes. In: Razón y Palabra. Num 48, dez/2005-jan/2006.
- FERRARETTO, L.A. Possibilidades de convergência tecnológica: pistas para a compreensão do rádio e das formas do seu uso no século 21. In: Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, 30., 2007, Santos. Anais... São Paulo: INTERCOM, 2007.
- GARCÍA AVILÉS, J. A. et al. Métodos De Investigación Sobre Convergencia Periodística. In: Seminário do Acordo de Cooperação Brasil-Espanha, 2007, Salvador. Anais... Salvador: POSCOM, 2007.
- \_\_\_\_\_; CARVAJAL, M. Integrated and Cross-Media Newsroom Convergence Two Models of Multimedia News Production – The Cases of Novotécnica and La Verdad Multimedia in Spain. In: Convergence: the International Journal of Research into New Media Technologies. Vol 14(2). pp. 221–239. Sage, 2008.
- GARCÍA LASTRA, J. M. Entrevista concedida a Debora Lopez e Marcelo Freire. Madrid, 11/02/2011.
- GIL, A.C. Como elaborar Projetos de Pesquisa. 4ªed. São Paulo: Atlas, 2007.
- GIRARDI, I.; JACOBUS, R. Para fazer Rádio Comunitária com “C” maiúsculo. Porto Alegre: Inveno, 2009.
- JENKINS, H. Cultura da Convergência. São Paulo: Aleph, 2006.
- KISCHINHEVSKY, M. Convergência nas redações - Mapeando os impactos do novo cenário midiático sobre o fazer jornalístico. In: RODRIGUES, C. (org) Jornalismo On-Line: modos de fazer. Rio de Janeiro: PUCRIO: Ed. Sulina, 2009.
- KOCHHANN, R.; RECHMANN, A.; LOPEZ, D. Tecnologia e rádio: aproximações iniciais sobre o processo de convergência no jornalismo radiofônico. In: Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, 32., 2009, Curitiba. Anais... São Paulo: INTERCOM, 2009.
- \_\_\_\_\_; FREIRE, M.; LOPEZ, D. Rádio: Convergência Tecnológica e a Evolução dos Dispositivos. In: Encontro Nacional de História da Mídia, 08., 2011, Guarapuava. Anais... São Paulo: REDE ALCAR, 2011.
- LAKATOS, E.M.; MARCONI, M.A. Fundamentos de metodologia Científica. 6ªed. São Paulo: Atlas, 2007.
- LOPEZ, D.C. Radiojornalismo hipermediático: tendências e perspectivas do jornalismo de rádio all news brasileiro em um contexto de convergência tecnológica. 2009. 301 f. Tesis (Doutorado em Comunicação e Cultura Contemporâneas) – Universidade Federal da Bahia (UFBA), Salvador, 2009.
- PEREIRA, F. H. O jornalista on-line: um novo status profissional? – Uma análise sobre a produção da notícia na internet a partir da aplicação do conceito de “jornalista sentado”. Dissertação. UnB. Brasília, 2003.
- PERUZZO, C. Rádios comunitárias: entre controvérsias, legalidade e repressão. Disponível em: [http://www.ciciliaperuzzo.pro.br/artigos/radio\\_comunitaria\\_controversias\\_legislacao\\_e\\_repressao.pdf](http://www.ciciliaperuzzo.pro.br/artigos/radio_comunitaria_controversias_legislacao_e_repressao.pdf). Acesso em: 14 out. 2009.
- SALAVERRÍA, R.; NEGREDO, S. Periodismo integrado: convergencia de medios y reorganización de redacciones. Barcelona: Editorial Sol 90, 2008.
- SEPAC. Rádio: a arte de falar e ouvir. São Paulo: Paulinas, 2003.
- TÁRCIA, L. O jornalista do futuro, agora. Observatório da Imprensa. Disponível em: <http://observatorio.ultimosegundo.ig.com/artigos.asp?cod=330DAC001.mai2005>. Acesso em: 30 jun 2005.
- TRAQUINA, N. Teorias do Jornalismo. 2ªed. Florianópolis: Insular, 2005.
- ZACHI, J.R. Entrevista concedida a Roscéli Kochhann em 05 de novembro de 2009. Frederico Westphalen, 2009.
- O novo rádio: um estudo sobre a tecnologização da redação em uma emissora comunitária de interior  
Debora Cristina Lopez  
e Roscéli Kochhann
- Data do Envio: 29 de março de 2011.  
Data do aceite: 22 de maio de 2011.

