



As afetações da mediação no cotidiano do jornalismo¹

Maicon Elias Kroth²

Palavras-chave: mediação; rádio; rotinas produtivas; aplicativos móveis.

Já há algum tempo, muitos dos processos de redefinição dos modos de produção e consumo de conteúdos midiáticos vem sendo estudados à luz de lógicas de processos e práticas de mediação (FAUSTO NETO, 2008). Uma série de mutações no funcionamento do ecossistema midiático³ podem ser identificadas nesse cenário. Fidler (1997) e Jenkins (2006), por exemplo, entendem que são três os motivos pelas quais os meios de comunicação se ressignificam constantemente, quando os conglomerados midiáticos passam a explorar as vantagens da produção e da distribuição multiplataforma. Fidler defende que a convergência das indústrias de mídia e tecnologias digitais acabaria por constituir novas formas de comunicação multimidiática, reforçando a ideia de que a convergência ofereceria novas possibilidades de enriquecimento do meio, fazendo com que ele evolua, criando novos conteúdos e com várias maneiras de vender estes para os consumidores e, ainda, que a convergência reforçaria a lealdade desses consumidores.

¹ Trabalho apresentado ao II Seminário Internacional de Pesquisas em Mídia e Processos Sociais. PPGCC-Unisinos. São Leopoldo, RS – 8 a 12 de abril de 2018.

² Professor do Departamento de Ciências da Comunicação da Universidade Federal de Santa Maria - UFSM. maiconeliask@gmail.com

³ Para Canavilhas e Santana (2011) o ecossistema midiático pode ser entendido como “resultado de um sistema em que meios e ambientes geram novas e variadas relações resultantes de sua natureza instável, móvel e global, gerando um constante estado de desequilíbrio que rapidamente se reequilibra para logo a seguir se reequilibrar novamente pela introdução de novos meios ou ambientes num ecossistema em permanente mudança. (p.2).



II Seminário Internacional de Pesquisas em Midiatização e Processos Sociais

As transformações, mais especificadamente no campo jornalístico, no qual as mudanças atingem, inclusive, aos espaços físicos das empresas e os modos de trabalho dos profissionais (ORTIZ SOBRINO, 2012) apontam que a internet se tornou um fator determinante no trabalho e assim passou a ser parte indissociável das rotinas jornalísticas. O planejamento das tarefas - a reunião de pauta, a coleta, seleção, edição e distribuição dos conteúdos sofre interferências e, para muitos, ainda é um momento de readequação.

As fusões e revisões dos modos de trabalho e a redefinição de padrões de rotinas produtivas (WOLF, 2009) levaram os jornalistas e outros profissionais da área a passar por momentos de instabilidade e urgência de atualização. Nas pesquisas com o olhar mais direcionado às redações de empresas radiofônicas, já avançam considerações a respeito de transformações que “llevan a distintas posturas de gestión, con inversión en tecnología o en capacitación y, en algunos casos, al uso de contexto y debate de convergencia como una estrategia para alterar las dinámicas de trabajo y sobrecargar el periodista” (LOPEZ, 2012, p.4).

Este cenário forçou os profissionais do rádio a buscarem soluções em capacitação e desenvolvimento de habilidades de execução de tarefas em torno de modelos de produção direcionados à multimidialidade (SALAVERRÍA, 2005). As mudanças estruturais ocorreram nas salas de redação das emissoras, com novos contornos espaciais. As ilhas de produção e edição de conteúdos radiofônicos passam a coexistir com ilhas de produção de conteúdos multimidiáticos.

As novas ferramentas digitais, nas redações radiofônicas, também foram regularizando o ritmo e a velocidade da produção de conteúdos. A internet promoveu a agilidade e qualidade no processamento da informação radiofônica, facilitando o trabalho de rever, corrigir, alterar, atualizar e distribuir. A convergência das redações, para García Avilés et. al (2009), se tornou necessária a partir de um novo formato de gestão. 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



II Seminário Internacional de Pesquisas em Midiatização e Processos Sociais

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.

Mas não bastaria apenas a preocupação em ressignificar a produção de conteúdos informativos. Era, também, preciso torná-los atraentes através de uma série de estratégias capazes de potencializar a distribuição dos mesmos e despertar a atenção da audiência com vistas a otimizar o consumo.

Nessas condições, uma das preocupações do setor radiofônico foi com o desenvolvimento de interfaces inovadoras. O uso de dispositivos móveis com acesso à Internet, cada vez mais usual pelos diferentes segmentos da sociedade, tornou necessária a exploração de características técnicas de *smartphones* e *tablets*, os quais exigiram adequações como novas linguagens, formatos e possibilidades de acesso à informação para um consumo cada vez mais personalizado dos conteúdos.

A mídia radiofônica, assim como os demais meios, aproveitam o potencial do chamado quarto ecrã⁴ e investem neste ecossistema midiático ubíquo e personalizado, em especial para a distribuição de conteúdos jornalísticos, bem como dispositivos tecnológicos como ferramentas de trabalho para os jornalistas. De acordo com Fidalgo e Canavilhas (2009), a distribuição dos conteúdos assistiu a mudanças de um sistema *pull*, caracterizado por ser o consumidor a procurar o conteúdo, para um sistema *push*, no qual os conteúdos vão em direção do consumidor, ou seja, no novo ecossistema midiático, estruturado pelo consumo móvel e individual, o leitor e a plataforma de

⁴ AGUADO, J.M & MARTÍNEZ, I.J. (2008). Segundo os autores, a emergência dos chamados terceiro e quarto ecrã. obrigou os meios de comunicação a efetuar reajustamentos nas suas estratégias de distribuição de conteúdos. Oportunizar a chegada de conteúdos jornalísticos aos computadores e *smartphones* abriu novos canais e criou a possibilidade de lançar novos formatos jornalísticos, adaptados a usuários cada vez mais exigentes.



II Seminário Internacional de Pesquisas em Mídia e Processos Sociais

recepção dos conteúdos ganham relevância, assim como os novos formatos dos mesmos, hoje “hipermultimidiáticos e imersivos” (CANAVILHAS, 2012, p.07).

Os formatos dos conteúdos e os modos de distribuição dos mesmos destinados ao consumo em dispositivos móveis possuem semelhanças com os apresentados em plataformas fixas. Entretanto, é possível perceber algumas peculiaridades no sistema de oferta de novas condições de organização dos textos informativos, bem como a disposição dos conteúdos na palma da mão. Há cerca de três décadas, seria impossível pensar que um telefone móvel poderia disponibilizar tantos recursos.

Los soportes digitales, sobre todo la red, detienen la fugacidad de la radio. El orden y el tiempo sincrónico de la secuencia narrativa de la radio caracterizado por el aquí y ahora se rompe con el consumo diacrónico realizado en diferido y de forma selectiva. La posibilidad de acceder en tiempos distintos al aquí y ahora, está modificando la dinámica de los modelos de producción en la radio, favorece la aparición de los proveedores de contenidos y estimula la sindicación de programación (MARTÍNEZ-COSTA, 2001, p.60).

Desta forma, o ouvinte/internauta pode, a qualquer hora, ter acesso aquele conteúdo que perdeu. É uma nova forma de consumir conteúdos jornalísticos, diante da personalização, ou seja, o usuário organiza a sua programação conforme o seu interesse. Além de realizar chamadas telefônicas, receber e enviar mensagens, os dispositivos móveis permitem a produção de textos, fotos, vídeos e sons e o compartilhamento desses arquivos com diversas outras plataformas móveis e o acesso à Internet a uma ampla parcela da população.

A inovação apontada pela utilização de aplicativos móveis pelas empresas de rádio tem relação direta com a intenção de aproximação com o consumidor midiático, eficientizando aspectos relativos ao acesso aos conteúdos e serviços disponibilizados. No contexto das novas tecnologias, segundo Lopez (2009), o rádio informa através de narrativas complexificadas, que não são somente o som, mas também por meio do texto e da imagem. Já Martínez-Costa e Moreno (2004, p. 20) acreditam que a atualização das



II Seminário Internacional de Pesquisas em **Mediatização** e Processos Sociais

tecnologias deve ser constante no rádiojornalismo. Para os autores, “os suportes de distribuição e exibição de conteúdo se multiplicam, se diversificam, agregam mensagens diferentes ao áudio, incorporam outras rotinas de produção e gestão, e impõe novas formas de consumo”.

Partindo desse panorama, então, como forma de contribuir para o avanço dos estudos sobre os impactos das lógicas de mediatização nos formatos da informação jornalística radiofônica, está em andamento, junto ao curso de Jornalismo da Universidade Federal de Santa Maria – RS, um projeto de pesquisa cujo interesse está centrado em estudar as rotinas produtivas jornalísticas e, nessas condições, as características dos conteúdos rádiojornalísticos disponibilizados no aplicativo móvel para Android⁵, do portal GaúchaZH, de Porto Alegre e Rádio CBN, de São Paulo. A investigação foi iniciada em 2015, em nível de pós-doutorado, em Portugal. A pesquisa de campo, na época, analisou as rotinas produtivas e os conteúdos dos app’s das emissoras TSF Rádio Notícias e Rádio Renascença, ambas de Lisboa– PT.

Entretanto, o projeto inicial já previa uma análise das duas emissoras brasileiras, e a comparação com as portuguesas. Mas essa fase da investigação (no Brasil), está em plena fase de execução e conta com o apoio de duas alunas do curso de Jornalismo da UFSM, sendo que uma é bolsista, financiada pela própria instituição. Afinal, o que se busca é compreender como as lógicas de mediatização afetam a produção jornalística em rádio na atuação dos profissionais nas redações, a partir da integração com a produção multimídia e adoção das tecnologias digitais móveis?

⁵Android é o nome do sistema operacional baseado em Linux que opera em celulares (*smartphones*), *netbooks* e *tablets*. É desenvolvido pela Open Handset Alliance, uma aliança entre várias empresas, entre elas a Google. O funcionamento do Android é idêntico a outros sistemas operacionais (como Windows, Mac OS, Ubuntu, e outros), cuja função é gerenciar os processos dos aplicativos e do hardware de um computador. Uma das principais vantagens do sistema é a integração dos serviços Google a partir de uma conta Google que o usuário possua. Dados encontrados no <http://www.significados.com.br/android/>



II Seminário Internacional de Pesquisas em Mídia e Processos Sociais

Esta proposta de pesquisa, nessas condições, se debruça, neste momento, na realização de uma intensa pesquisa bibliográfica sobre a temática. Também já há em vias de desenvolvimento uma espécie de pré-observação o novo portal do grupo RBS, GaúchaZH. Ainda estão previstos outros passos, como uma visitação e acompanhamento *in-loco*, das rotinas produtivas radiofônicas. Pretende-se elaborar um instrumento de coleta de dados (técnicas de observação direta, junto às emissoras elencadas e entrevistas estruturadas).

Na sequência, ocorrerá uma tabulação e análise dos dados coletados orientada a partir de critérios que definem a tipologia de aplicativos móveis. No caso específico, compreende-se que o aplicativo para dispositivos móveis pode ser definido como um *app* jornalístico⁶, conforme a definição de Rodríguez, Díaz-González e García Torre (2013). Para analisar as características dos conteúdos radiojornalísticos nos *apps* das emissoras, vai-se partir de um quadro descritivo, com as seguintes categorias de observação: Conteúdos: Informações de áudio – notícias, entrevistas, reportagens, opinião; Informações de audiovisual – vídeos disponíveis; Informações em formato texto; Informações de última hora; Ao vivo – emissões convencionais – do estúdio e de fatos/pautas que estão ocorrendo fora da emissora; Seções de informações – (quais são?); Acesso a memória (informações disponíveis em algum tipo de arquivo acessível no aplicativo); Informações meteorológicas; Outras seções de informações disponibilizadas no aplicativo – editoriais ou assuntos diversos (esporte, economia, internacional, vida, cinema, farmácias, jogos digitais disponíveis para mobile, etc). Interatividade: conteúdos gerados pelos usuários (disponíveis em diferentes textos -

⁶ Segundo os autores, *apps* jornalísticos são “aquellas com información elaborada por profesionales, contrastada, mejorada, completada com expertos, declaraciones Y colaboraciones, y, como consecuencia, com mayor credibilidad. Información de actualidad, y de consumo más lento y crítico. Con audiencia fiel que confía en el criterio periodístico de su fuente; su hábito de uso es como mínimo diario, y al usarla tiene la sensación de estar informada globalmente...”.



II Seminário Internacional de Pesquisas em **Mediatização** e Processos Sociais

áudio, vídeo, fotografia ou escritos); Participação dos usuários (ao vivo); Conteúdos compartilhados no ecossistema digital (no site e/ou em redes sociais).

A presente pesquisa vai contribuir com estudos sobre as mudanças no modo de produzir do radiojornalismo contemporâneo, em especial diante da complexidade das lógicas de mídia que se constituem à luz de uma sociedade em processo de mediatização.

Referências bibliográficas

AGUADO, J. M. & MARTÍNEZ, I. J. **Sociedade Móvil: tecnologia, identidade y Cultura**. Madrid: Edit. Biblioteca Nueva, 2008.

CANAVILHAS, J. **O novo ecossistema mediático**. Biblioteca On-line de Ciências da Comunicação, Covilhã, Portugal. Disponível em <http://www.bocc.ubi.pt/pag/canavilhas-joao-o-novo-ecossistema-mediatico.pdf>. 2010. Acesso em: 09 jan. 2018.

_____. **Jornalismo para dispositivos móveis: informação hipermultimediática e personalizada**. Actas do IV CILCS – Congreso Internacional Latina de Comunicación. 2012.

CANAVILHAS, J. SANTANA, D. C. **Jornalismo para plataformas móveis de 2008 a 2011: da autonomia à emancipação**. IN: Líbero, São Paulo, v.14, n.28, p.53-66, dez. de 2011.

FAUSTO NETO, A. **Fragmentos de uma analítica da mediatização**. In: Matrizes, nº2. Abril de 2018. Disponível em: <http://www.revistas.usp.br/matrizes/article/view/38194/40938> Acesso em: 23 nov. 2018.

FIDALGO, A.; CANAVILHAS, J. Todos os jornais no bolso: pensando o jornalismo na era do celular. In: RODRIGUES, C. (Org.). **Jornalismo On-line: modos de fazer**. Rio de Janeiro: Ed.PUC-Rio: Sulina, 2009.

GARCÍA AVILÉS, J. A.; CARVAJAL PRIETO, M.; KALTENBRUNNER, A.; MEIER, K.; KRAUS, D. “Integración de redacciones en Austria, España y Alemania”. In: **Revista Análisi**. Cuadernos y comunicación y cultura. nº. 38, p. 173-198, 2009. Disponível em:



II Seminário Internacional de Pesquisas em Mídia e Processos Sociais

<<http://ddd.uab.cat/pub/analisi/02112175n38/02112175n38p173.pdf>>. Acesso em: 09 jan. 2018.

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

_____. **Rádio com imagens: uma proposta de sistematização do uso de vídeos em páginas de emissoras de rádio.** *Brazilian Journalism Research*, 8, 80-96, 2012. Disponível em: <<http://bjr.sbpjor.org.br/bjr/article/view/411/381>>. Acesso em: 05 nov 2017.

MARTÍNEZ-COSTA, M. D. P. Un nuevo paradigma para la radio. Sobre convergencias y divergencias digitales. In: MARTINEZ-COSTA, María Del Pilar (coord). **Reinventar La Radio.** Pamplona: Eunate, 2001.

MARTÍNEZ-COSTA, M. D. P.; MORENO MORENO, E. (coords). **Programación Radiofónica: arte y técnica del diálogo entre la radio y su audiencia.** Barcelona: Ariel, 2004.

ORTIZ SOBRINO, M. Á. Radio y postradio en España: una cohabitación necesaria y posible. **Área abierta**, Madri, v. 12, n. 2, 2012. Disponível em: <<http://revistas.ucm.es/index.php/ARAB/article/view/39637>>. Acesso em: 25 nov. 2017.

RODRIGUÉZ, J. J. V; DÍAZ-GONZÁLEZ, M.; GARCÍA TORRE, M. Contenidos periodísticos audiovisuales em aplicaciones móviles de televisión. In: CANAVILHAS, João. **Notícias e mobilidade: jornalismo na era dos dispositivos móveis.** Labcom: Covilhã, PT, 2013.

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

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