

CENTRO UNIVERSITÁRIO BRASILEIRO - UNIBRA
CURSO DE GRADUAÇÃO EM JORNALISMO

GHYOVANNA KEROLI BRANDÃO EUFRÁSIO
MATEUS HENRIQUE RIBEIRO DOS SANTOS
YOLANDA HOLDER MARTINS DE OLIVEIRA

AS MUDANÇAS NA ROTINA PRODUTIVA DOS
PROFISSIONAIS DE COMUNICAÇÃO DA RÁDIO OLINDA
EM RAZÃO DA CONVERGÊNCIA MUDIÁTICA

RECIFE
2023

Ficha catalográfica elaborada pela
bibliotecária: Dayane Apolinário, CRB4- 2338/ O.

E86m Eufrásio, Ghyovanna Keroli Brandão.
As mudanças na rotina produtiva dos profissionais de comunicação da rádio Olinda em razão da convergência midiática/ Ghyovanna Keroli Brandão Eufrásio; Mateus Henrique Ribeiro dos Santos; Yolanda Holder Martins de Oliveira. - Recife: O Autor, 2023.
24 p.

Orientador(a): Ma. Maria Cecília Beltrão Raposo.

Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação) - Centro Universitário Brasileiro – UNIBRA. Bacharelado em Jornalismo, 2023.

Inclui Referências.

1. Convergência Midiática. 2. Radiojornalismo. 3. Internet. 4. Documentário. 5. Rádio Olinda. I. Santos, Mateus Henrique Ribeiro dos. II. Oliveira, Yolanda Holder Martins de. III. Centro Universitário Brasileiro. - UNIBRA. IV. Título.

CDU: 070

*Dedicamos este trabalho à
equipe Rádio Olinda.*

AGRADECIMENTOS

Agradeço primeiramente a Deus, por ter me concedido a capacidade para chegar onde cheguei e pela intercessão de Nossa Senhora, que sempre guiou meus passos.

Quero agradecer à minha família, por sempre estar ao meu lado e nunca me deixar desistir, nos momentos difíceis. Vocês foram e são a minha força, mesmo com todas as minhas imperfeições, nunca desistiram de mim. Obrigada por tudo, obrigada por tanto, amo vocês!

Agradeço a minha mãe Rosangela W. Holder, que sempre esteve comigo em todos os momentos me apoiando e me incentivando, obrigada por tudo. Agradeço a minha tia Rosaly S. Holder, por me conceder esse sonho, por sempre acreditar na minha capacidade, por me amar tanto e por ser essa pessoa incrível em minha vida. A senhora é meu maior exemplo, obrigada por tudo!

À minha prima, irmã e melhor amiga, Camila Holder, por nunca duvidar da minha capacidade, por sempre se fazer presente e por ser esse presente de Deus em minha vida. À minha irmã, Thaysa, por sempre me fazer sorrir, por estar comigo e por ser a minha princesinha que Deus me deu, eu te amo muito!

Agradeço a minha irmã Vanessa, por passar dias pesquisando e me ajudando a achar estágio, por todos os ensinamentos e por acreditar na minha capacidade. Ao meu namorado Gabriel, por ser meu parceiro, por me ajudar em toda essa jornada, por sempre me acalmar nas noites difíceis, me acalmando e dizendo que tudo ia ficar bem. Obrigada por ser você.

Agradeço ao meu pai de consideração, Herivelto, por cada dia que ele se preocupou se eu tinha chegado bem na faculdade, por todas as vezes que me deu as passagens para que eu não perdesse um dia de aula, obrigada por tudo!

Quero agradecer aos meus amigos que rezaram por mim e me incentivaram em toda essa jornada, em especial, Ghyovanna e Mateus que toparam fazer esse projeto comigo, vocês são demais!

Agradeço à minha orientadora, Cecília, por me ajudar nesse crescimento e por me guiar nesse projeto e a todos os professores que ajudaram nessa trajetória.

Em especial a todos os funcionários da Rádio Olinda. Obrigada por abraçarem esse projeto com a gente e por me aceitarem na família, que Deus continue abençoando cada um de vocês.

Por fim, a todas as pessoas acima, dedico o meu diploma. Sem vocês, eu não teria conseguido!

Yolanda Holder.

Gostaria primeiramente de prestar agradecimentos à minha família e amigos que me proporcionaram todo o suporte durante toda a minha jornada acadêmica e tornaram possível a realização do curso de jornalismo, que eu almejo desde o ensino fundamental.

Gostaria também de prestar agradecimentos especiais e toda a minha admiração para a equipe Rádio Olinda, que nos passaram todas as informações técnicas que serviram de extrema importância para o projeto, pelas trocas de experiências ocorridas em cada visita e por todo o acolhimento e apoio que tivemos dentro e fora da instituição.

Obrigado à nossa turma de jornalismo, por todas as aulas, interdisciplinares, por todos os trabalhos em grupo e pelas vivências dentro desse curso.

Agradeço aos profissionais do jornalismo que me inspiram como futuro profissional e me inspiram como futuro profissional e lutam diariamente dentro desse ramo que é tão importante para a sociedade e ao mesmo tempo tão desvalorizado pela mesma.

Gratifico também aos professores e funcionários da UNIBRA, por todos os ensinamentos passados durante a jornada acadêmica e por todo apoio prestado, em especial à Cecília Beltrão, nossa querida mentora que nos apoiou durante todo esse TCC. Também sem esquecer dos ilustres Danilo Paiva e Ana Paula, membros na nossa banca que escolhemos, levando em consideração toda a admiração profissional e carinho por ambos.

Por fim, mas não menos importante, eterna gratidão às minhas incríveis amigas e companheiras de TCC, Yolanda e Ghyovanna que contribuíram para esse projeto ser possível. Desejo muita luz e sabedoria em suas respectivas jornadas profissionais.

Mateus Ribeiro.

Agradeço a minha mãe e minha irmã por serem a minha base. Gostaria também de agradecer ao meu marido por sempre estar ao meu lado e por sempre me prestar apoio em todas as circunstâncias.

Obrigado aos professores que me ajudaram durante toda a minha jornada acadêmica e aos meus colegas Yolanda e Mateus que aceitaram fazer esse trabalho junto comigo.

Ghyovanna Brandão.

RESUMO

As mudanças no modo de se consumir informações afetou diretamente o mercado de trabalho jornalístico e, conseqüentemente, os profissionais da comunicação. Desse modo, tornou-se necessária a adaptação à uma nova rotina de trabalho, na qual se incluiu o uso das mídias sociais como principal canal de comunicação direta com o público. Este trabalho de conclusão de curso analisa como os profissionais de comunicação que ingressaram nesse ramo antes da eclosão da convergência midiática e os profissionais que iniciaram sua jornada profissional no atual contexto estão lidando com os impactos dos avanços tecnológicos nas suas respectivas rotinas de produção. O objeto de trabalho utilizado foi a Rádio Olinda, uma emissora pernambucana católica com mais de setenta anos de existência que faz parte da história tanto do radiojornalismo pernambucano quanto no âmbito católico. Para a realização deste projeto foi produzido um documentário que conta com relatos dos profissionais de comunicação ligados à Rádio Olinda, que expõem, através de entrevistas, como ocorreram as mudanças dentro de suas rotinas profissionais e como a convergência midiática foi o fator importante para essas transformações. O vídeo documentário foi intitulado como “Rádio Olinda - A Rádio da Família” e conta com aproximadamente vinte e oito minutos de duração.

Palavras-chave: Convergência Midiática; Radiojornalismo; Internet; Documentário; Rádio Olinda

ABSTRACT

Changes in the way information is consumed directly affected the journalistic labor market and, consequently, communication professionals. In this way, it became necessary to adapt to a new work routine, which included the use of social media as the main channel of direct communication with the public. This course completion work analyzes how communication professionals who entered this field before the outbreak of media convergence and the professionals who began their professional journey in the current context are dealing with the impacts of technological advances in their respective production routines. The object of study used was Radio Olinda, a Catholic broadcaster from Pernambuco with more than seventy years of existence that is part of the history of both the radio journalism in Pernambuco and in the Catholic context. To execute this project, a documentary was produced in which it has reports of communication professionals related to Radio Olinda, where they explained, through interviews, how the changes occurred within their professional routines and how media convergence was the important factor for these transformations. The documentary video was entitled 'Radio Olinda - The Family's Radio' and has a duration of approximately twenty-eight minutes.

Keywords: Media Convergence; Radio Journalism; Internet; Documentary; Rádio Olinda.

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO.....	09
1.1 PROBLEMA.....	09
1.2 OBJETIVO GERAL	09
1.2.1 Objetivos Específicos.....	09
1.3 JUSTIFICATIVA.....	10
2 METODOLOGIA DE PESQUISA.....	11
3 O RÁDIO EM PERNAMBUCO.....	11
3.1 HISTÓRIA DA RÁDIO OLINDA.....	12
4 A NECESSIDADE DA CONVERGÊNCIA.....	14
4.1 RÁDIO OLINDA NA CONVERGÊNCIA MIDIÁTICA.....	15
4.2 AS EXIGÊNCIAS DA ERA DA CONVERGÊNCIA.....	16
5 O MERCADO DE TRABALHO NA ERA DA COMUNICAÇÃO CONVERGIDA...17	17
6 PROCESSO DE PRODUÇÃO DO DOCUMENTÁRIO.....	18
6.1 ENTREVISTAS.....	19
7 CONSIDERAÇÕES FINAIS.....	20
REFERÊNCIAS.....	22
APÊNDICE A - Documentário no canal do Youtube.....	28
APÊNDICE B - Roteiro do documentário.....	29

1. INTRODUÇÃO

Dentro da presente era, a chamada “era digital” ou “era da informação” (Castells, 2009), diversas mudanças na rotina trabalhista dos profissionais de comunicação foram visualizadas com a consolidação das redes sociais. Considerando isso, é necessário analisar quais mudanças nas configurações de trabalho ocorreram no dia a dia dos comunicadores e como essas alterações refletem nas exigências do mercado de trabalho comunicacional atual. Para desenvolver o conteúdo deste trabalho, foi selecionado como objeto de estudo a instituição Rádio Olinda, com o objetivo de entender como os profissionais de comunicação desse veículo se adequaram à realidade gerada pela convergência midiática e, com base nisso, analisar de forma comparativa o aumento na demanda de profissionais multifunções, absorvendo atividades que antes da era de convergência, seriam executadas por vários outros profissionais. E por fim, pressupor como serão impactados os futuros profissionais da área.

Para entender essa problemática, os autores deste projeto se propuseram a elaborar um roteiro e produzir um videodocumentário por meio do qual fosse possível conhecer o fluxo histórico da rotina produtiva da Rádio Olinda a partir da perspectiva de quem trabalha ou já trabalhou na instituição, abordando e analisando a temática. O resultado dessa análise está presente no documentário intitulado “Rádio Olinda - a rádio da família”, hospedado no canal Rádio Olinda FM no *YouTube*.

1.1 PROBLEMA

Como a Rádio Olinda está lidando no ano de 2023 com as mudanças que a convergência midiática impôs às respectivas atividades diárias e ao modo de interagir com os ouvintes?

1.2. OBJETIVO GERAL

Produzir um documentário, abordando as mudanças da rotina produtiva dos profissionais de comunicação da Rádio Olinda em razão da convergência midiática.

1.2.1. Objetivos específicos:

- Conhecer o fluxo histórico da rotina produtiva da Rádio Olinda,
- Realizar entrevistas com profissionais da rádio;

- Identificar as mudanças presentes na rotina dos comunicadores após o início da era da convergência

1.3 JUSTIFICATIVA

Nosso primeiro contato com a Rádio Olinda se deu de maneiras diferentes. Yolanda, que fazia parte do público-alvo da rádio, já havia tido contato com o conteúdo da programação como ouvinte. Ghyovanna, por sua vez, estagiou na rádio por três meses, o que a fez ver de perto os desafios que o veículo de comunicação possuía diante da convergência midiática.

Já Mateus, aprofundou o seu conhecimento sobre a instituição através de pesquisas para a realização de trabalhos acadêmicos dentro do curso de jornalismo, o chamou atenção o fato da Rádio Olinda manter o seu público consolidado e ser fiel às raízes, ao mesmo tempo que se adaptava à evolução do radiojornalismo. Dessa forma, para nós, como futuros profissionais da área de comunicação, tornou-se extremamente relevante compreender a profundidade das mudanças enfrentadas pelos profissionais desse veículo, considerando se tratar de intempéries que acreditamos ser comum no mercado em que estaríamos inseridos e que, de certa forma, impactariam nossa carreira profissional.

A investigação dessa temática - comunicação social e convergência - é pertinente como forma de análise do mercado comunicacional como um todo, que apresenta estratégias semelhantes ao veículo de comunicação Rádio Olinda, como forma de garantir que as empresas sejam vistas e lembradas por seu público-alvo, observamos no mercado de trabalho uma grande busca de profissionais multifunções por parte das empresas contratantes. Estes funcionários multimídia são incumbidos de compreender diversas funções numa única contratação, resumindo grandes equipes de profissionais - que anteriormente seriam separados em setores - em pequenos grupos com muitas funções e áreas de conhecimento para cada funcionário, acarretando no aumento da competitividade no mercado. Tal realidade diverge do contexto vivido pelos profissionais de comunicação que atuaram na área antes do processo de convergência midiática, os quais poderiam focar numa única área de atuação sem tanta competitividade como nos dias atuais.

Tais exigências do mercado de trabalho demandam uma maior busca por especialização, por parte dos profissionais da comunicação, em técnicas como produção de roteiro, captação e edição audiovisual.

Sendo assim, optou-se por realizar como proposta para este trabalho a produção de um videodocumentário, colocando em prática os conhecimentos adquiridos durante o curso, desenvolvendo conteúdo jornalístico, abordando o tema da mudança na rotina produtiva dos profissionais de comunicação da Rádio Olinda mediante a convergência midiática.

2. METODOLOGIA

Para a realização deste projeto, foi realizado um levantamento bibliográfico, com o intuito de conhecer a trajetória da Rádio Olinda, as mudanças de sua rotina produtiva ao longo dos anos e sua importância no mercado em que está inserida. Tal levantamento também nos permitiu uma ampliação do conhecimento relativo à convergência midiática. Em acordo com o que propõe Amaral (2007), a revisão bibliográfica é uma etapa fundamental em todo trabalho científico e influencia todas as etapas de uma pesquisa, na medida em que possibilita o embasamento teórico em que se baseará o trabalho.

Também foi realizada uma pesquisa de campo. Ocorreram visitas à sede da instituição para acompanhar a rotina de trabalho dos comunicadores, tomando notas e fazendo gravações no formato de áudio contando como funciona a sua rotina de trabalho atualmente. Anterior ao início das gravações, aconteceram diálogos com os profissionais para entender abrangentemente as suas determinadas funções e a história da emissora selecionada.

Foram realizadas também entrevistas com os profissionais de comunicação da rádio, com o intuito de analisar as atividades executadas por eles antes da convergência midiática e como agora são executadas. Conforme afirmou Stewart (2015), a entrevista consiste em um processo de comunicação interativa entre duas partes, em que uma delas tem o propósito de perguntar e a outra de responder.

Após a gravação das entrevistas, iniciou-se o processo de elaboração do documentário, o qual se baseou no roteiro elaborado anteriormente à gravação, visando atingir os resultados propostos pelo problema de pesquisa

3. O RÁDIO EM PERNAMBUCO

Durante o ano de 1919, foi fundada a primeira emissora de rádio no Brasil por estudantes e amadores da telegrafia sem fio, a chamada Rádio Clube. A equipe presente na transmissão precisou improvisar um estúdio na Ponte D'Uchoa,

localizada na capital pernambucana. Este acontecimento deu início à radiodifusão no país e apresentou a sociedade brasileira esse novo meio de comunicação que veio pra ficar, com informações passadas ao vivo (Klockner; Prata, 2009).

Tombada como Patrimônio Cultural Imaterial do Recife no ano de 2021 - através do projeto de lei 141/2019 assinado pelo prefeito João Campos -, a emissora anunciou, em novembro de 2023, que encerraria as suas atividades no mês de dezembro do mesmo ano devido, segundo palavras da equipe divulgadas nas redes sociais, "às dificuldades de renovação e inovação do meio de comunicação" (Massaro,2023). Foi posto em consideração uma possível transição da emissora, que operava na frequência AM 720, para o FM, porém ocorreu a decisão de uma não instalação da Rádio Clube para um novo canal (Massaro, 2023).

Em todo território nacional, a autorização da migração do rádio AM - modulação em amplitude - para FM - modulação em frequência - ocorreu em 2013, através de um decreto assinado pela ex-presidenta Dilma Rousseff (Macedo, 2013). O Ministério das Comunicações relatou que das 1.781 emissoras brasileiras existentes naquele ano, 1.386 solicitaram a migração (Brasil, 2013). Passado um ano após a assinatura do decreto, dados retirados de uma pesquisa levantada pelo Ibope Media apontaram que a população recifense estava concentrada em 14,1% de ouvintes no FM enquanto no AM, possuía apenas 2,9%, configurando assim, Recife como a segunda capital brasileira com maior porcentagem de habitantes adeptos ao Rádio FM durante o ano de 2014 (Curado, 2015).

3.1 HISTÓRIA DA RÁDIO OLINDA

Fundada no ano de 1949, pelo empresário Arlindo Cardoso Moura, a empresa Rádio Olinda Pernambuco LTDA, como inicialmente foi chamada, foi criada com o intuito de agradar o então Governador de Pernambuco, Agamenon Magalhães. A rádio só foi ao ar no ano de 1953. Em meados de 1962, ocorreu um fato significativo para a história da instituição, ela passou a integrar a comunicação da Arquidiocese de Olinda e Recife, na qual visava expandir a sua missão principal de evangelização.

Durante a década de 60, a emissora fez parte do MEB - Movimento de Educação de Base, que possuía o propósito de alfabetizar os ouvintes, principalmente das regiões rurais e com mais dificuldade de acesso à educação

(Movimento,[20--]). O MEB manteve suas atividades no estado de Pernambuco entre 1961 e 1966 e era representado pela Conferência Nacional dos Bispos do Brasil e o Ministério da Educação. Segundo Ivanildo Silva, diretor geral da Rádio Olinda, ela foi responsável por ensinar diversos cidadãos pernambucanos a ler e escrever com a ajuda de atividades promovidas pelo movimento, presentes na sua programação.

Na entrevista, Ivanildo Silva citou que anos depois da fundação da emissora, a Arquidiocese de Olinda e Recife obteve a direção total da rádio com o intuito de ampliar a missão evangelizadora, levando-a não só para a Região Metropolitana do Recife, mas também para todo o estado, priorizando o seu legado da rádio familiar, da juventude e dos pobres.

Figuras históricas da comunicação e do catolicismo local já integraram a equipe de funcionários da estação, tais como Dom Helder Câmara e o radialista Geraldo Freire.

Entre 2014 e 2018, a emissora esteve sediada no bairro de Santa Tereza, Olinda. Porém, por problemas estruturais no prédio, precisou mudar de sede rapidamente. Após a mudança de localidade, a rádio acabou perdendo todos os seus arquivos antigos devido à dificuldade de reestruturação e falta de gestão de tais arquivos.

Em 2019 a rádio foi autorizada pela Anatel a migrar para o dial FM, porém a migração só ocorreu no ano de 2020, onde passou a ocupar a frequência 105.3 MHz. Outro marco da rádio foi o desligamento definitivo do sinal da frequência AM 1030, no ano de 2021, passando a ser a única FM 100% católica da Região Metropolitana do Recife e uma das primeiras rádios pernambucanas a migrar para a amplitude FM.

Até o atual momento, a rádio se encontra localizada na capital pernambucana, no bairro de Santo Amaro. Sua atual sede foi construída na parte traseira da Igreja Matriz de Nossa Senhora da Piedade, onde, anteriormente, eram salas de aulas utilizadas pela paróquia e, a partir de reformas, transformou-se no estúdio tecnologicamente equipado que é atualmente. O transmissor da emissora trabalha com uma frequência de 20KW. Profissionais relatam que, no período da noite, transmitindo apenas 1/4 da sua frequência total, a rádio conseguiu emitir sinal

até o município de Mossoró, no Rio Grande do Norte – cerca de 569 km de distância do Recife.

A instituição mantém o seu viés católico até os dias atuais e conta com a presença de padres e figuras religiosas no seu conteúdo, tanto liderando programas quanto participando de entrevistas.

Dados do IBOPE compartilhados particularmente com a emissora apontaram que, em agosto de 2023, a Rádio Olinda alcançou o primeiro lugar da lista de rádios pernambucanas que mais cresceram naquele mês, chegando a um aumento de cerca de 50% de ouvintes. “Alcançando Vitórias” é o título do seu programa diário de maior audiência e Ivanildo Silva assume seu comando. Durante a sua passagem, é estimado que a emissora atinja um pico de 27 mil ouvintes por minuto (Silva, 2023, Entrevista aos autores).

4. A NECESSIDADE DE CONVERGÊNCIA

A teoria da cultura da convergência (Jenkins, 2006) expõe mudanças muito relevantes sobre diversos aspectos da comunicação e consumo, que foram modificadas de acordo com as novas tecnologias nos meios de comunicação mais recentes, as chamadas tecnologias de distribuição (*delivery technologies*). No entanto, Henry Jenkins descreve que as mudanças culturais e sociais criadas a partir destas tecnologias de distribuição, são na verdade provocadas pelo próprio cérebro humano.

A convergência não ocorre por meio de aparelhos, por mais sofisticados que venham a ser. A convergência ocorre dentro dos cérebros de consumidores individuais e em suas interações sociais com outros. Cada um de nós constrói a própria mitologia pessoal, a partir de pedaços e fragmentos de informações extraídos do fluxo midiático e transformados em recursos através dos quais compreendemos nossa vida cotidiana. Por haver mais informações sobre determinado assunto do que alguém possa guardar na cabeça, há um incentivo extra para que conversemos entre nós sobre a mídia que consumimos. Essas conversas geram um burburinho cada vez mais valorizado pelo mercado das mídias (Jenkins, 2006, p.30).

O burburinho ao qual o autor se refere, se trata do impacto que um tema ou termo muito repercutido passa a ter na cultura da convergência midiática, visto que a ampla discussão de um tema nas mídias passou a ser utilizada como estratégia monetária. Esse processo ocorre através da seleção tanto de palavras-chave como de conteúdo audiovisual publicado nas redes sociais, que identifica temáticas muito

abordadas como um potencial tema de interesse para os perfis de sua plataforma. Dessa maneira, esse mecanismo realiza o direcionamento de conteúdo de forma mais qualificada, seja com uma abordagem direta ou indireta de uma temática com alta repercussão.

Qualquer temática com amplo alcance nas redes sociais, pode se tornar uma ponte de acesso a novos perfis, intensificando a venda de produtos ou até mesmo a construção de imagem de um profissional. Diante disso, pode-se visualizar diversas revoluções que andam em conjunto com a convergência tecnológica, pois, com base nos requisitos necessários para se ter uma visibilidade no mercado, toda uma cultura de consumo é formada, criando um cenário instantâneo de consumo de conteúdo online e tornando necessária a produção massiva desses conteúdos de forma transmidiática (Paulino, 2022).

As mudanças no padrão de consumo midiático afetam diretamente os veículos de comunicação tradicionais, que agora se encontram obrigados a submergir no mar da convergência midiática, um mundo transmidiático¹ e cross midiático² que exige adaptações técnicas de produção e linguagem que condizam com a realidade da mídia convergida, justamente porque para além de seu papel social, a mídia tradicional precisa estar onde o seu consumidor está e falar a linguagem que seu consumidor entende para ser lucrativa.

É obrigatório ainda entender o que o público fala, quer e gosta, respeitar suas opiniões e incentivar uma cultura participativa. Ao mesmo tempo em que divulga sua mensagem ou publicidade, de forma coerente e unificada, nas várias mídias disponíveis, conforme elas surjam no mercado (Berticelli; Iláides, 2022).

4.1 A RÁDIO OLINDA E A CONVERGÊNCIA MIDIÁTICA

Uma pesquisa realizada pela PoderData, durante os dias 11 a 13 de outubro de 2021, revelou que 43% da população brasileira prefere se informar através de conteúdos online, 40% preferem utilizar a televisão, enquanto que somente 7% disseram preferir se informar através do rádio (Roscoe, 2021). Conforme esse

¹ Jenkins (2006) define a transmídia como um “fluxo de conteúdos por múltiplas plataformas de mídia, à cooperação entre múltiplos mercados midiáticos e ao comportamento migratório dos públicos dos meios de comunicação”

² Um conteúdo cross midiático consiste em um conteúdo presente em diferentes tipos de mídia, como impressa, TV, rádio e Internet. Mas a interpretação do conteúdo em cada meio é autossuficiente (Lusvarghi, 2007).

levantamento, o veículo rádio é o terceiro meio mais utilizado pelos brasileiros. Esta pesquisa atesta uma tendência de consumo que interfere diretamente no trabalho dos comunicadores do veículo rádio.

A rádio escolhida para a realização deste trabalho acadêmico transmite a sua programação diária na frequência 105.3 FM e nas plataformas digitais, como o site³ oficial da rádio e seu aplicativo disponível para sistemas android e *IOS*, disponibilizados gratuitamente para aparelhos celulares.

Em seu canal do *Youtube*⁴, a rádio compartilha *lives* e *podcasts* com figuras convidadas para seus onze mil inscritos. O canal mantém a mesma variedade de conteúdos do FM, convidando personalidades de diversos ramos. Os conteúdos digitais de divulgação são direcionados para a página do *Facebook*, que conta com 17 mil seguidores, e seu *Instagram*, com 20 mil. A interação com o público é presente nas redes sociais, contando com sorteios, enquetes, stories diários e a disponibilização de conversas por aplicativos de mensagens diretas.

Os mesmos profissionais que apresentam programas diários na emissora também podem ser vistos marcando presença no conteúdo direcionado para as plataformas digitais. Tendo por exemplo Ivanildo Silva, diretor-geral da instituição, que protagoniza tanto o 'Alcançando Vitórias' para o FM de segunda a sexta, como o *podcast* diário 'Olinda Todo Dia' para o canal do *YouTube*.

Segundo uma das entrevistadas Elielma Santana, radialista e operadora de som, o comunicador, especificamente do radiojornalismo, teve a necessidade de impor uma maior preocupação com a questão da imagem e aparência, devido à presença das transmissões em vídeo. Mais um processo que faz parte da revolução de conteúdo multiplataforma (Santana,2023, Entrevista aos autores).

Conforme Deuze e Whistchsge, "Essas novas formas de organização jornalística desafiam não somente a produção, mas também exigem novas rotinas a serem desenvolvidas" (Deuze; Witschge, 2016).

4.2 AS EXIGÊNCIAS DA ERA DA CONVERGÊNCIA MIDIÁTICA

A população que consome informação está, a cada dia que passa, mais inserida no contexto digital dentro de sua rotina (CGI.BR, 2023). A convergência permitiu ser possível acessar a uma diversa quantidade de informações em um curto período de

³ <https://radioolinda.com.br/>

⁴ <https://www.youtube.com/@RadioOlindaOficial>

tempo e proporcionou a capacidade de rever tais informações em qualquer momento e compartilhá-las para seus seguidores. A internet pode estar presente na palma da mão – em aparelhos celulares, *tablets* – ou até mesmo no braço, com os *smartwatches*.

Cerca de 76% dos ouvintes abordados pela Kantar IBOPE Media, no estudo Inside Audio 2023, acreditam que o rádio está se modernizando em seus conteúdos e formatos. Trinta e oito por cento defendem que a alternativa de consumir rádio via online enriqueceu a sua experiência, dado este que aumentou em relação a 2022, quando 30% dos ouvintes fizeram essa afirmação (Kantar IBOPE Media, 2022).

Com isso, torna-se esperado que instituições com fins comunicacionais tendam a abranger seu público, aderindo às mídias sociais, visto que, conforme levantado em uma pesquisa da Comscore, o Brasil é o terceiro país que mais consome redes sociais no mundo (Veronesi, 2023).

Uma consequência significativa dos avanços tecnológicos na comunicação foi a necessidade das emissoras de radiodifusão de transacionarem da Amplitude Modulada (AM) para a Frequência Modulada (FM). O técnico de laboratório da Universidade Federal de São João del-Rei (UFSJ), Bruno Caputo, alega em entrevista para a mesma universidade, que o AM começou a sofrer interferências vindas dos aparelhos modernos, tais como celulares, computadores e até mesmo lâmpadas fluorescentes (Entenda, 2015).

A convergência também passou a exigir dos comunicadores do rádio novas habilidades e uma preocupação a mais com a aparência. Na entrevista para o vídeo documentário, parte integrante deste trabalho, a comunicadora Elielma Santana explicou que anteriormente à era da convergência ela não possuía a preocupação com aparência dentro do ambiente empresarial que possui hoje em dia (Santana, 2023, Entrevista aos autores), visto que, atualmente a transmissão da emissora conta com áudio e vídeo, transmitidos para as mídias sociais, onde são gravadas imagens ao vivo do estúdio da rádio mostrando os participantes da transmissão.

5. O MERCADO DE TRABALHO NA ERA DA COMUNICAÇÃO CONVERGIDA

As transformações digitais trouxeram consigo novos desafios, sobretudo na vida profissional dos comunicadores (Weingarten, 2010), que agora encaram um mercado que faz poucas contratações, justamente por cada funcionário assumir atividades que anteriormente seriam assumidas por vários profissionais,

caracterizando uma convergência também de funções (Pereira; Assis; Antonioli, 2014). Diante disso, ocorre o aumento da competição pelas escassas vagas disponíveis, a diminuição da remuneração para estes profissionais e ainda, uma busca massiva por novos conhecimentos que anteriormente não possuíam tanta importância para esse nicho, como o marketing digital.

Torna-se uma necessidade a inserção de conhecimentos e experiências em áreas além da qual o comunicador se encontra inserido para que, o mesmo possua um maior destaque dentro do mercado de trabalho comunicacional. Em contrapartida, aderir a essa mudança não oferece ao comunicador apenas a vantagem de se manter, mas também de se engrandecer e aperfeiçoar a sua jornada empresarial.

Citando um exemplo contemporâneo de como o mercado de trabalho passou por mudanças mediante a era da comunicação convergida, ocorreu no mês de abril de 2023 uma decisão tomada pela direção de jornalismo da GloboNews Brasília, na qual os repórteres da instituição passaram por um treinamento para uso do “Kit Mojo” em transmissões ao vivo com o intuito de não demandar uma equipe para a filmagem (Cappeli,2023). O kit em questão consiste em uma tecnologia que combina o celular acoplado em um estabilizador de filmagem e um mini microfone em cima para captar o áudio, sendo possível utilizar o equipamento com apenas uma mão devido aos apoios presentes no mesmo.

6. PROCESSO DE PRODUÇÃO DO DOCUMENTÁRIO

Para a realização do videodocumentário foram utilizados os conceitos do gênero estabelecidos por Fernão Pessoa Ramos, no seu livro *Mas afinal... O que é mesmo documentário?* (2008), onde o autor afirma que o documentário consiste em “Uma narrativa com imagens-câmera que estabelece asserções sobre o mundo, na medida em que haja um espectador que receba essa narrativa como asserção sobre o mundo”. Ramos também ressalta que alguns procedimentos que compõem um documentário são a presença de locução, entrevistas ou depoimentos, imagens de arquivo e câmera na mão, entre outros (Ramos,2008).

Os quesitos técnicos de filmografia foram aplicados na gravação e no roteiro pré-elaborado, utilizando os conceitos dos elementos off - o complemento para que todas as informações sejam passadas -; e elementos de apoio (letterings, créditos, legendas e textos) definidos por Yvana Fachine e Luisa Abreu e Lima na obra “A

Linguagem da reportagem” (2021), na qual abordam com uma visão profissional a necessidade do uso de tais funções para compor imagens jornalísticas.

6.1 ENTREVISTAS

As gravações das entrevistas ocorreram na sede da instituição e no estúdio One Studio Gravação, no bairro da Madalena - Recife, durante os meses de setembro e outubro de 2023. Foram utilizados os celulares de Mateus (iPhone 8 Plus) e Ghyovanna (Xiaomi Redmi Note 11S) apoiados em tripés e estabilizador *Gimbal* para captação das imagens, *softbox* e *ring lights* para iluminação e microfones capela para a captação do áudio.

Com uma narrativa pessoal e saudosista, foi decidido seguir uma linha evolutiva, iniciando pelo depoimento do diretor-geral de produção, o radialista Ivanildo Silva, o qual relatou de forma breve os principais acontecimentos na história da Rádio Olinda, além de relatar como funcionava a rotina produtiva das equipes que anteriormente formavam os programas do veículo.

Em sequência, Admilson Rufino, operador de som, ex- funcionário da Rádio, contou um pouco da sua rotina e como as produções de áudio eram feitas antes e como estão atualmente.

Phillipy Raphael, o atual operador de som da emissora, especificou com uma abordagem técnica o processo de transição da Rádio Olinda do AM para o FM, e a produção de conteúdo online de forma simultânea. Jorge Moureira, como responsável pela produção de conteúdo para as redes sociais, descreveu como produzem e editam as suas publicações, e quais os métodos usados para atrair o público, no qual, em sua maioria, são “analfabetos digitais” segundo palavras do mesmo.

Elielma Santana (2023, Entrevista aos autores) contou sobre o seu processo de adaptação no meio em que trabalha, exercendo mais de uma função. Atualmente, trabalha como comunicadora e técnica de som, além de participar da produção de conteúdo online. Da mesma forma, tem sido a experiência de Gabriel Correia na Rádio Olinda, que afirma ter entrado na rádio para atuar como estagiário. Atualmente, ele faz de tudo um pouco, é apresentador, técnico de som, além de produzir cortes para os vídeos que serão publicados nas mídias sociais.

Em sequência, Ane Kely, radialista e produtora, descreve como é atualmente a produção de conteúdo para a rádio após o processo de convergência midiática e como é a interação com os ouvintes através de outras plataformas além do rádio.

7. CONSIDERAÇÕES FINAIS

Neste trabalho, a partir da produção do documentário “Rádio Olinda - A rádio da família”, revela-se, por relatos dos próprios profissionais entrevistados, como ocorreram as mudanças nas rotinas de trabalho, dentro do âmbito comunicacional, a partir da convergência midiática.

Ao identificar as mudanças geracionais de forma comparativa, ocorridas durante a ascensão das redes sociais na Rádio Olinda, é possível visualizar as exigências mercadológicas que impactam a preparação dos atuais profissionais de comunicação no mercado de trabalho, dando um norte aos aspirantes a comunicadores.

Em relatos coletados nas entrevistas, é citado por Gabriel Correia a sua inicial dificuldade de assumir mais de uma atividade ao mesmo tempo, sendo essas a locução e operação de som ao vivo. Ao decorrer do vídeo, é possível ver Jorge Moureira ao vivo na rádio e no *Instagram* simultaneamente, enquanto também está lendo os comentários enviados no *Facebook*. Em imagens de apoio, visualiza-se Ane Kely de Moura durante a transmissão da Caravana Hora Mariana simultaneamente caminhando, conversando com as ouvintes presentes e rezando ao vivo.

As constantes mudanças no mercado de trabalho exigem atualizações contínuas das habilidades dos profissionais da área de comunicação. Percebemos, por observação própria, que essa necessidade de atualização constante é uma demanda ainda maior nos dias atuais devido aos avanços tecnológicos nos processos de produção de conteúdo online. Os atuais e futuros comunicadores possuem a necessidade de estar atentos às novas tecnologias e tendências, e ajustar suas estratégias com a finalidade de se manterem com relevância em suas funções.

Esse é um desafio a ser enfrentado pelos futuros profissionais que irão adentrar ao ramo comunicacional, visto que o avanço tecnológico segue mudando as formas de se consumir informação. Portanto, será necessário desenvolver habilidades e experiências em contextos além da comunicação, tais como análise de dados, algoritmos, mídias sociais, com a finalidade de atender às demandas exigidas pelo público consumidor e contratantes, e prosperar no ramo desejado.

Após se adequar às mudanças tecnológicas, desenvolver habilidades multifacetadas e manter uma mentalidade de crescimento, os futuros profissionais

de comunicação estarão de fato capacitados para enfrentar os desafios e engrandecer-se dentro do ambiente comunicacional, que se encontra em contínua evolução.

O tema abordado neste trabalho não se esgota aqui. Além da comunicação social, é possível conduzir pesquisas em demais áreas de conhecimento que respondam a questões diversas. Para o ramo da saúde, por exemplo, pode-se estudar os impactos da contratação multifunções na saúde mental dos comunicadores, a partir da pressão psicológica, o *burnout*⁵ e a dificuldade de descanso por parte dos comunicadores. Já na área da economia, estudar os resultados microeconômicos da diminuição de funções no mercado da comunicação pode ser um caminho de pesquisa. Para o ramo da sociologia ou, ainda, da comunicação, uma pesquisa sobre os efeitos da convergência midiática no processo de consumo de conteúdo informativo ou jornalístico dentro da sociedade contemporânea poderia elucidar questões teórico-práticas com aplicações acadêmicas ou mercadológicas. Ademais, a temática abordada neste trabalho também pode se tornar útil no setor de marketing digital, para investigar como a convergência midiática influencia a forma do conteúdo de vendas a serem produzidos, distribuídos e consumidos em diferentes plataformas.

⁵ Doença causada pelo excesso de trabalho, em consequência da exaustão extrema e estresse (Brasil, 2023).

REFERÊNCIAS

AMARAL, João J.F.F. **Como fazer uma pesquisa bibliográfica**. Universidade Federal do Ceará, 2007. Disponível em:

<<http://200.17.137.109:8081/xiscanoe/courses-1/mentoring/tutoring/Como%20fazer%20pesquisa%20bibliografica.pdf>> Acesso em: 31 ago. 2023.

ASSERPE, Assessoria De Comunicação. Rádio Olinda tem migração para FM autorizada pela ANATEL. **Asserpe**, 2019. Disponível em:

<<http://www.asserpe.org.br/noticias/1903/links#:~:text=Hist%C3%B3ria%3A%20a%20R%C3%A1dio%20Olinda%20foi,Governador%20de%20Pernambuco%2C%20Agamenon%20Magalh%C3%A3es>> Acesso em: 23 ago. 2023.

BERTICELLI, Caroline; ILAÍDES, Larissa. Convergência midiática, a teoria de Henry Jenkins no marketing digital. **Ninho Digital**,2022. Disponível em:

<<https://ninho.digital/convergencia-midiatica/>>. Acesso em: 03 set. 2023.

BORGES, Kállita M.V. Vozes da desocupação: Parque Oeste Industrial. **PUC Goiás**, 2020. Disponível em:

<<https://repositorio.pucgoias.edu.br/jspui/bitstream/123456789/815/1/TCC%20K%C3%81LLITA%20MILLENA.pdf>>. Acesso em: 16 set. 2023.

BRASIL. Decreto nº 8.139, de 7 de novembro de 2013. Dispõe sobre as condições para extinção do serviço de radiodifusão sonora em ondas médias de caráter local, sobre a adaptação das outorgas vigentes para execução deste serviço e dá outras providências. Brasília, DF, 2013. Disponível em:

<https://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2011-2014/2013/decreto/d8139.htm>

Acesso em: 16 nov. 2023.

BRASIL. **Ministério da Saúde** - Síndrome de Burnout. Brasília, DF: Ministério da Saúde, 2023. Disponível em:

<<https://www.gov.br/saude/pt-br/assuntos/saude-de-a-a-z/s/sindrome-de-burnout#:~:text=S%C3%ADndrome%20de%20Burnout%20ou%20S%C3%ADndrome.justamente%20o%20excesso%20de%20trabalho.>> Acesso em: 30 nov. 2023

Câmara do Recife celebra 73 anos de Fundação da Rádio Olinda - **TV Câmara do Recife**, 2023. Disponível em: <<https://www.youtube.com/watch?v=azV448POKQg>> Acesso em 23 ago. 2023.

CAPPELLI, Paulo. Repórteres da GloboNews passarão a usar celular para se filmar ao vivo - **Metrópoles**, 2023. Disponível em: <<https://www.metropoles.com/colunas/paulo-cappelli/reporteres-da-globonews-passa-rao-a-usar-celular-para-se-filmar-ao-vivo>> Acesso em: 16 nov. 2023

CASTELLS, Manuel. **The Rise of the Network Society: The Information Age: Economy, Society, and Culture Volume I: 7**. Nova Jersey: Wiley Blackwell, 2009.

CGI.BR - Comitê Gestor da Internet no Brasil. **Pesquisa TIC Domicílios 2022**. Disponível em: <https://www.cgi.br/media/docs/publicacoes/2/20230825143348/resumo_executivo_tic_domicilios_2022.pdf> Acesso em: 30 ago. 2023.

CURADO, Camila Cristina. **MIGRAÇÃO DE RÁDIOS AM PARA FM: Processos de preparação e perspectivas de mudança frente à convergência tecnológica**. Unb, 2015. Disponível em: <https://bdm.unb.br/bitstream/10483/12196/1/2015_CamilaCristinaCurado.pdf> Acesso em: 30 nov. 2023.

DEUZE, Mark; WITSCHGE, TAMARA. O que o jornalismo está se tornando? **Revista Parágrafo**, 2016. Disponível em: <<https://revistaseletronicas.fiamfaam.br/index.php/recicofi/article/view/478>> . Acesso em: 01 nov. 2023.

ENTENDA a diferença entre as faixas AM e FM - **Jornalismo UFSJ**, 2015. Disponível em: <<https://jornalismo.ufsj.edu.br/site/sem-categoria/entenda-a-diferenca-entre-as-faixas-am-e-fm/>>. Acesso em: 16 nov. 2023

FECHINE, Yvana; LIMA, Luisa Abreu. **A linguagem da reportagem**. Recife: Editora UFPE, 2021. Disponível em:

<<https://editora.ufpe.br/books/catalog/download/704/713/2248?inline=1>>. Acesso em: 16 set. 2023.

FIGARO, Roseli. A abordagem ergológica e o mundo do trabalho dos comunicadores. **SciELO**, 2011. Disponível em:

<<https://www.scielo.br/j/tes/a/KxYCwsCsrMVxphKG3RZSsYB/>>. Acesso em: 16 set. 2023.

Governo assina portaria que permite migração de rádio AM para FM - **PT.Org**, 2015. Disponível em:

<<https://pt.org.br/governo-assina-portaria-que-permite-migracao-de-radio-am-para-fm/>> Acesso em 16 nov. 2013

JENKINS, Henry . **Cultura da convergência**. São Paulo: Aleph, 2006.

Kantar Ibope Media - INSIDE RADIO 2022 . Disponível em:

<https://www.kantaribopemedia.com/wp-content/uploads/2022/09/INSIDE-RADIO-2022_KANTAR-IBOPE-MEDIA.pdf> Acesso em: 23 ago. 2023

KLOCKNER, Luciano; PRATA, Nair. **História da Mídia Sonora: Experiências, memórias e afetos de norte a sul do Brasil**. Porto Alegre: EDIPUCRS, 2009.

LEMES, Gilcelio. AS ADAPTAÇÕES DO RÁDIO NA ERA MULTIMÍDIA E AS MUDANÇAS NO PERFIL DA AUDIÊNCIA. **Monografias**. Disponível em:

<https://monografias.brasilecola.uol.com.br/comunicacao-marketing/as-adaptacoes-do-radio-na-era-multimidia-e-as-mudancas-no-perfil-da-audiencia.htm#indice_3>

Acesso em: 13 set. 2023.

LUSVARGHI, Luiza. O cinema na era digital: a consolidação dos conteúdos cross-media no Brasil, de Big Brother ao caso Antônia. **XXX Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, Intercom Nacional**. Santos-SP, 2007. Disponível

em: <<http://www.intercom.org.br/papers/nacionais/2007/resumos/r1059-2.pdf>>

Acesso em: 16 nov. 2023.

MACEDO, Danilo. Dilma assina decreto autorizando migração de rádios AM para FM - **EBC**, 2013. Disponível em:

<<https://memoria.ebc.com.br/noticias/politica/2013/11/dilma-assina-decreto-autorizando-migracao-de-radios-am-para-fm>>. Acesso em: 16 nov. 2023

MASSARO, Carlos. Equipe da Rádio Clube AM anuncia encerramento da estação no Recife - **Tudo Rádio**, 2023. Disponível em:

<<https://tudoradio.com/noticias/ver/30271-equipe-da-radio-clube-am-anuncia-encerramento-da-estacao-no-recife#:~:text=%E2%80%9CNesse%20Dia%20do%20Radialista%20uma,%E2%80%9D%2C%20escreveu%20Ara%C3%BAjo%20na%20publica%C3%A7%C3%A3o.>>> Acesso em 16 nov. 2023.

MOVIMENTO de Educação de Base. 1991. **PUC - SP** [20--]. Disponível em:

<https://www5.pucsp.br/cedic/semui/fundos/movimento_de_educacao.html> Acesso em: 16 nov. 2023.

NEWMAN, Nic . Overview and key findings of the 2022 Digital News Report. **Reuter Institute**, 2022. Disponível em:

<<https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/digital-news-report/2022/dnr-executive-summary>> Acesso em: 10 set. 2023.

Patogê. **Tudo o que você precisa saber sobre o Instagram Stories**. Patogê, 2019. Disponível em:

<<https://patoge.com.br/box/uploads/2019/11/e-Book-Patoge-9-Tudo-O-Que-Voce%C3%82-Precisa-Saber-Sobre-O-Instagram-Stories.pdf>> Acesso em: 30 nov. 2023

PAULINO, Manuela . A internet e o jornalismo digital. **Reverso Online**, 2022.

Disponível em: <<https://www2.ufrb.edu.br/reverso/a-internet-e-o-jornalismo-digital/>>

Acesso em: 20 out. 2023.

PEREIRA, Carlos Alberto Messeder; ASSIS, Francisco de; ANTONIOLI, Maria Elisabete. **Desafios do jornalismo: Novas demandas e formação profissional**. Curitiba: Appris Editora, 2014.

Pesquisa Ranking 2023 - **INSTITUTO RANKING BRASIL**. Disponível em: <<https://rankingpesquisa.com.br/noticias/pesquisa-ranking-televisao-e-radio-sao-os-meios-de-comunicacao-mais-confiaveis-pelos-brasileiros/>>

Rádio Clube é oficialmente um Patrimônio Cultural Imaterial do Recife - **Diário de Pernambuco**, 2021. Disponível em: <<https://www.diariodepernambuco.com.br/noticia/viver/2021/07/radio-clube-e-oficialmente-um-patrimonio-cultural-imaterial-do-recife.html>> Acesso em: 16 nov. 2023.

RÁDIO OLINDA 73 ANOS DE HISTÓRIA - **Rádio Olinda FM 105.3**, 2023. Disponível em: <<https://www.youtube.com/watch?v=1-dldAr1PR4>> Acesso em: 23 ago. 2023.

Rádio Olinda A Rádio da Família. 2023. Disponível em: <<https://radioolinda.com.br/>> Acesso em: 23 ago. 2023

RAMOS, Fernão Pessoa. **Mas afinal... o que é mesmo documentário?**. São Paulo: Senac/SP, 2008.

ROSCOE, Beatriz. Internet é principal meio de informação para 43%; TV é mais usada por 40%. **Poder360**, 2021. Disponível em: <<https://www.poder360.com.br/midia/internet-e-principal-meio-de-informacao-para-43-tv-e-preferida-de-40/#:~:text=A%20internet%20e%20a%20televis%C3%A3o.21%25%20por%20sites%20e%20portais>> Acesso em: 23 ago. 2023.

SANTANA, Elielma. Entrevista concedida aos autores deste TCC. Recife, out. 2023

SILVA, Ivanildo. Entrevista concedida aos autores deste TCC. Recife, out. 2023

SILVA, Natália. Rádio é o meio de comunicação mais presente no Brasil, aponta Atlas da Notícia. **Abraji**, 2019. Disponível em:
<<https://www.abraji.org.br/noticias/radio-e-o-meio-de-comunicacao-mais-presente-no-brasil-aponta-atlas-da-noticia>> Acesso em: 16 set. 2023.

SIQUEIRA, Rafaela. O novo perfil do comunicador na era digital. **Cortex**, 2020. Disponível em:
<<https://www.cortex-intelligence.com/blog/comunicacao/novo-perfil-do-comunicador-na-era-digital-2>> . Acesso em: 20 out. 2023.

STWEART, J. Charles; CASH JR, William B. **Técnicas de Entrevista: Estruturação e Dinâmica para Entrevistados e Entrevistadores**. AMGH, 2015.

VERONESI, Ingrid. Tendências Digitais 2023. **COMSCORE**, 2023. Disponível em:
<<https://www.comscore.com/por/Insights/Apresentacoes-e-documentos/2023/Tendencias-Digitais-2023>>. Acesso em: 30 ago. 2023 .

WEINGARTEN, Marcc. **A turma que não escrevia direito**. Rio de Janeiro: Record, 2010.

APÊNDICE A – Documentário no canal do YouTube

Link para acesso ao documentário:

https://www.youtube.com/results?search_query=r%C3%A1dio+olinda

APÊNDICE B – Roteiro

Ato 1: Início

Música ao fundo: Oração pela família - Padre Zezinho.

- Um passeio pela sede da rádio, mostrando os funcionários trabalhando normalmente enquanto os créditos passam na tela.
(PLANO DE CONJUNTO)
- Lettering: “Rádio Olinda: A mudança na rotina produtiva dos profissionais de comunicação”.

Ato 2:

- A música inicial diminui gradativamente.
- Nesse momento Ivanildo começa a relatar a sua trajetória na Rádio Olinda e a importância da emissora no estado de Pernambuco.
- (PLANO MÉDIO)
- OFF: Ivanildo falando e imagens antigas da rádio passando.

Ato 3: A catequização da programação

- Lettering: “A catequização da programação”.
- Ivanildo relata como a Rádio Olinda iniciou o processo de evangelização e as mudanças na programação.
(PLANO MÉDIO)
- OFF: Ivanildo contando o seu papel na catequização da rádio.
- Elementos de apoio: imagens da rádio ao vivo e sala do clube dos ouvintes.
- Ivanildo fala sobre o aumento da audiência após a mudança completada para o catolicismo.

Ato 4: A Rádio da família

- Lettering: “A Rádio da família”
- OFF: explicação do termo “rádio da família”.
- Ivanildo relata a interação da rádio com o público.
(PLANO MÉDIO)
- Imagens de Phillipy trabalhando na rádio.
- Phillipy contando sua trajetória na Rádio Olinda e contando sobre a mudança do AM para o FM.
(PLANO MÉDIO CURTO)
- Vídeo extraído das mídias sociais da emissora, abordando a transição AM/FM.

Ato 5: A Rádio Olinda e a convergência midiática

- Lettering: “A Rádio Olinda e a convergência midiática”
- Entrevista com Ivanildo sobre a necessidade da convergência.
- (PLANO MÉDIO)
- Vídeo da emissora ao vivo no Facebook.
- Philiply explicando como iniciou o processo das *lives* na internet.
(PLANO MÉDIO CURTO)
- Vídeo de Rufino operando o som.
- Vídeo de uma operação de som no século passado.
- Admilson Rufino expressando seu ponto de vista sobre a evolução do veículo.
(PLANO MÉDIO)
- Elielma Santana operando o som ao vivo.
- Elielma abordando a chegada do vídeo como principal mudança no rádio.
(PLANO AMERICANO)
- Imagens da rádio ao vivo no site.
- Gabriel Correia contando os desafios da multifuncionalidade do comunicador
(PLANO AMERICANO)
- Elielma relatando sua adaptação para os novos elementos.
(PLANO AMERICANO)
- Ivanildo contando sobre a multifuncionalidade do comunicador da Rádio Olinda.
(PLANO MÉDIO)

Ato 6: A Rádio Olinda e as redes sociais

- Lettering’ “A Rádio Olinda e as redes sociais”
- Admilson Rufino relatando sua vivência na chegada das redes sociais
(PLANO MÉDIO)
- Imagens das mídias sociais da Rádio Olinda.
- Ivanildo Silva explicando a presença da emissora em vários canais de comunicação e suas vantagens.
(PLANO MÉDIO)
- Vídeo de Jorge Moureira trabalhando com o celular.
- Imagem de Terezinha, ouvinte da emissora assistindo e acompanhando as *lives*.
- Philiply Raphael relatando o alcance da rádio em outros países graças a internet.
(PLANO MÉDIO CURTO)
- Jorge Moureira criando conteúdos para as redes sociais.
- Jorge contando os desafios e vantagens da emissora estar presente nas redes

sociais.

(PLANO MÉDIO)

- Imagens das orações ao vivo na internet.

Ato 7: O futuro

- **Lettering:** "O futuro"
- Cada um dos entrevistados conta sobre suas expectativas para o futuro da comunicação e dos comunicadores.

(PLANO MÉDIO)

[Fade Out]

[Sobe créditos finais]

Música de fundo : Roberto Carlos - Jesus Cristo, eu estou aqui.

CRÉDITOS

Rádio Olinda - A Rádio da Família

Trabalho da conclusão de curso apresentado à Disciplina TCC II do curso de Jornalismo do Centro Universitário Brasileiro - UNIBRA, como parte dos requisitos para a conclusão de curso.

Orientadora: Prof.a Maria Cecília Beltrão Raposo.

Alunos:

Ghyovanna Keroli Brandão Eufrásio

Mateus Henrique Ribeiro Dos Santos

Yolanda Holder Martins De Oliveira

Entrevistados:

Ivanildo Silva

Diretor geral da Rádio Olinda

Admilson Rufino

Operador de som da Rádio Olinda

Elielma Santana
Radialista e Operadora de som da Rádio Olinda

Gabriel Correia
Radialista e Produtor da Rádio Olinda

Ane Kely de Moura
Radialista e Produtora da Rádio Olinda

Jorge Moureira
Setor comercial e Social Media da Rádio Olinda

Philippe Raphael
Radialista e técnico de som

Apoio:

Camila Holder
Ednaldo Souza
Italo Andrade
Maycom Alves da Silva
Vitor Andrade

Roteiro:

Ednaldo Souza
Ghyovanna Keroli Brandão Eufrásio
Mateus Henrique Ribeiro Dos Santos
Yolanda Holder Martins de Oliveira

Fotografia:

Ghyovanna Keroli Brandão Eufrásio
Mateus Henrique Ribeiro Dos Santos
Yolanda Holder Martins de Oliveira

Editores:

Ghyovanna Keroli Brandão Eufrásio

Trilha Sonora:

Pe. Zezinho, SJC - Oração pela família
Data de lançamento: 26 de setembro de 1995
Álbum: Sol Nascente, Sol Poente
Artista: Pe. Zezinho

Colo de Deus - Yeshua (cover instrumental)
Data de lançamento: 21 de setembro de 2016
Álbum: Adoração na nossa casa é assim
Artista original: Colo de Deus
Cover por: Adson Wagner

Roberto Carlos - Jesus Cristo, estou aqui
Data de lançamento: 7 de abril de 1970
Álbum: Roberto Carlos 1970
Artista: Roberto Carlos

Equipe de Produção:

Ghyovanna Keroli Brandão Eufrásio
Mateus Henrique Ribeiro Dos Santos
Yolanda Holder Martins de Oliveira

• **FIM**