



A fonte no rádio e a convergência midiática: fluxos informativos e espaços de circulação

*The source on the radio and media convergence:
information flows and circulation spaces*

Debora Cristina Lopez ^[a]

Marizandra Rutilli ^[b]

^[a] Doutora, Universidade Federal de Ouro Preto – UFOP,
e-mail: deboralopezfreire@gmail.com

^[b] Mestra, Universidade Federal de Santa Maria – UFSM, *e-mail*: maryrutilli@hotmail.com

Resumo

Este artigo discute como a internet, uma ferramenta tecnológica, provoca mudanças nas formas de acesso às fontes e no fluxo informativo em tempos de convergência. Para tanto, direcionamos nossas reflexões a partir das Teorias do *Gatekeeping* e *Newsmaking*, que compreendem um processo de seleção de informações provenientes das fontes considerando uma lógica profissional e organizacional para a construção da notícia. Este estudo apresenta uma revisão bibliográfica sobre a fonte e o rádio em cenário convergente. Metodologicamente, trata-se de um estudo de caso com aplicação de análise de conteúdo sobre o noticiário Jornal da Guaíba, da Rádio Guaíba de Porto Alegre/RS.

Palavras-chave: Radiojornalismo. Formas de acesso. Internet. Fonte. Fluxo informativo.

Abstract

This article discusses how the Internet, a technological tool, causes changes in the ways of access to sources and information flow in converging times. To do so, we head our reflections from Theories of Gatekeeping and Newsmaking that comprises an information selection process, which comes from sources considering a professional and organizational logic for news construction. This study presents a literature review on the source and the radio in a converged scenario. Methodologically it is a case study by applying content analysis of the news bulletin Jornal da Guaíba, from Rádio Guaíba of Porto Alegre/RS.

Keywords: Radio journalism. Ways of access. Internet. Source. Information flow.

Introdução

A intensificação dos estudos sobre tendências do rádio e consequências das tecnologias digitais no meio tem revelado lacunas conceituais e mercadológicas. As mutações nos sistemas de transmissão, os desafios da gestão, os potenciais que eles revelam para a revisão do conteúdo transmitido pelo rádio, as novas práticas do jornalismo radiofônico e as interfaces que estabelecem com outras áreas são campos de pesquisa ainda a serem explorados. Este cenário é potencializado pela cultura da convergência, pelos novos hábitos de consumo e produção de informação e pelo diálogo com uma cultura pós-massiva, descentralizada e complexa. As novas relações se estabelecem num cenário em que diversos atores podem publicar conteúdos.

Esta realidade repercute diretamente nas rotinas do jornalismo. São alterações no espaço em que se localizam as fontes, no capital social que constroem e no papel que o público, jornalista e fonte exercem no processo de construção da notícia. Este olhar sobre o rádio em cenário de convergência conversa com o conceito de remediação de Bolter e Grusin (1999), em que os meios se remodelam, carregam características do meio tradicional, mas também se renovam, e vice-versa. A internet, então, serve de canal para que as novas práticas produtivas do rádio e o contato com as fontes sejam um processo reformulação, de remediação.

Este artigo, nesta perspectiva, propõe-se a discutir e compreender a fonte neste espaço, os fluxos de informação que se estabelecem na redação da emissora, dialogando com o *newsmaking* e as práticas jornalísticas em rádio. Sobre os referenciais metodológicos, em um primeiro momento, se recorre a uma revisão bibliográfica sobre o conceito de fonte; em seguida, sobre o rádio convergente e algumas considerações sobre a fonte na atualidade. Aplica-se neste estudo a análise de conteúdo, embasada nos estudos de Bardin (1977), ao Jornal da Guaíba, noticiário da Rádio Guaíba de Porto Alegre/RS que é transmitido de segunda a sexta-feira, das 16 até as 17 horas, em antena e via *site* da emissora.

Para a análise de dados, tem-se como *corpus* de pesquisa cinco horas de programação do Jornal da Guaíba, em que foram pontuadas 56 matérias, produzidas durante uma semana, com média de 15 matérias diárias. As coletas foram realizadas no período de 10 a 14 de junho de 2013. Além disso, também foram realizadas entrevistas fechadas com base em Duarte (2012), seguindo um roteiro determinado, enviado por *e-mail* ao chefe de reportagem da emissora no turno da tarde, Ricardo Pont, e à produtora do Jornal da Guaíba na época, Sarah Buogo Souza. O objetivo das entrevistas fechadas foi o de verificar com os profissionais as formas utilizadas pela equipe para contatar fontes jornalísticas na respectiva semana.

O que é fonte para o jornalismo e para o radiojornalismo

O jornalismo é baseado na difusão da informação. E toda informação precisa de uma fonte jornalística. Para Martínez-Costa, (2002, p. 43), as fontes são a essência dessa atividade. São tão importantes que estão presentes em diferentes fases de produção da notícia, na forma com que serão conduzidas. Segundo Chapparro (1996), não há jornalismo sem fonte, tampouco qualidade do resultado jornalístico. O conhecimento é fruto de uma fonte de informação, seja ela oral ou não, ampliada pelo entendimento de Martínez-Costa (2000):

Fontes de informação podem ser: as agências de notícias, assessoria de comunicação de qualquer empresa ou instituição, uma pessoa que esteja ligada ao fato jornalístico, tribunais, agentes sociais, hospitais etc., também documentos que podem ser consultados pelo jornalista, como arquivos, livros, revistas e publicações (MARTINEZ-COSTA, 2002, p. 43)¹.

As fontes podem ser classificadas de diferentes maneiras. Para Ferraretto (2001), elas podem ser de duas modalidades: internas e externas. Entre as internas estão a equipe de reportagem, enviados especiais, correspondentes. As fontes externas são os informantes, ouvintes, agências de notícias, outros veículos de comunicação, assessoria de imprensa² e internet. Cada uma delas exerce um papel no processo produtivo do rádio e estabelece uma relação com a informação. Elas não se excluem, mas se complementam e têm propósitos variados. As internas tradicionalmente auxiliam o jornalista na etapa de pesquisa, ao discutir angulações, retomar conteúdos anteriores e compor as notícias, sempre refletindo o perfil editorial do meio de comunicação. As externas protagonizam ou presenciam o fato, analisam, trazem sua impressão ou seu olhar sobre o evento, repercutem o acontecimento jornalístico sob um ângulo diferenciado, que é apropriado e/ou explorado pelo meio de comunicação.

Martínez-Costa (2002), por outro lado, divide as fontes no radiojornalismo em quatro grandes grupos: pessoais, documentais, governamentais e não governamentais. As fontes pessoais são privadas, podem manter uma relação habitual ou eventual com o jornalista; as documentais compreendem os documentos que contém a informação necessária, que podem ser privados, secretos e de livre consulta; as governamentais são os representantes de governo ou instituições autorizadas a dar informação em primeira ordem; as não governamentais representam um confronto de informações com as do poder, que podem ser políticas, econômicas, entre tantas outras. O cruzamento entre elas, aliado à observação do fato, permitiria ao jornalista ter um olhar mais amplo sobre o acontecimento, atendendo ao seu compromisso social com a verdade, com a sociedade e com o conteúdo.

No que diz respeito ao rádio, a autora destaca alguns tipos de fonte específicas, que intervêm diretamente na produção radiofônica. As fontes comuns: agências de notícias, outros meios de comunicação, arquivos, entrevistas coletivas. Ainda, as fontes próprias: o material elaborado pela própria redação, as crônicas

1 *"[...] Por tanto, fuentes de información pueden ser: las agencias de noticias, un gabinete de comunicación de cualquier empresa o institución, una persona involucrada em el hecho noticioso, los tribunales, agentes sociales, asociaciones de vecinos, hospitales, etc., aunque también son consideradas fuentes aquellos documentos que pueden ser consultados por el propio periodista, tales como archivos, libros, revistas, publicaciones, etc."* (Tradução nossa).

2 Compreendidas por nós como agentes profissionalizados que fornecem unidades-notícias, dando versatilidade ao fluxo de informações entre a fonte e o veículo ou jornalista.

de intercâmbio (trocas). Dialogando com a perspectiva de Ferraretto (2001), as fontes comuns e próprias exercem papéis distintos na produção da notícia, mas sempre complementares, permitindo ao jornalista um olhar dinâmico sobre processos sociais complexos.

Ainda que o rádio tenha passado por fases muito variadas em sua estrutura tecnológica, seus objetivos e suas diretrizes editoriais ao longo de sua história (KOCHHANN et al, 2010), sua relação com as fontes passou por poucas atualizações. As fontes de informação, que vão muito além de uma pessoa que fala algo, continuam disponíveis para jornalistas. No contexto da convergência, a internet propicia novas formas de acesso, suportes tecnológicos que permitem rapidez no contato. É o caso das chamadas de vídeos, *e-mails*, *releases*, *chats on-line*, redes sociais, que podem gerar, por exemplo, uma coleta mais rápida de informações (contribuindo em perspectiva positiva com a produção das notícias no rádio). Por outro lado, também consideramos algumas práticas reducionistas neste processo.

Entretanto, observa-se em muitas emissoras que a presença das fontes na rede mundial de computadores através de *sites* de outros meios de comunicação e agências de notícias, contatos via correio eletrônico de assessorias de comunicação, *sites* redes sociais, fontes de pesquisa e banco de dados e a disponibilidade das fontes orais em conceder entrevistas através de *e-mail* e telefone reduziram o contato direto e pessoal com essas fontes, além da capacidade do jornalista de complementar e enriquecer seu relato oral através da descrição dos acontecimentos, reações e sensações que podem ser constatados através da pesquisa de campo (LOPEZ, 2010, p. 3).

Partindo desta infinidade de fontes, ressaltamos o papel fundamental na construção da notícia – a qual passa por um processo de seleção, explicado pela Teoria do *Gatekeeping*, em que, conforme Shomaker e Voz (2013, p. 36), “as mensagens são geradas a partir de uma informação sobre eventos que tenha atravessado uma série de portões e tenha sofrido modificações ao longo do processo”. Nesta perspectiva, entendemos que as fontes e suas informações também são selecionadas, hierarquizadas pelos jornalistas ao construir notícias – os porteiros, que as recebem por diferentes canais e as selecionam de acordo com critérios de noticiabilidade, a partir do conhecimento profissional, bem como a cultura organizacional. Por outro lado, também consideramos neste processo as fontes que criam suas mensagens e trabalham via assessoria para que elas atravessassem todos os “portões”, o que demanda do jornalista-porteiro uma aplicação inerente de critérios de seleção no fluxo informativo diário, no ambiente de produção. Fluxo este que no rádio apresenta suas particularidades e, de acordo com Ferraretto (2001), é único desde o processo de captação até as transmissões das mensagens.

O rádio possui um fluxo particular de trabalho, da captação à transmissão das mensagens noticiosas. A informação chega às emissoras de rádio de diversas maneiras. As principais fontes geradoras de material para a investigação de acontecimentos e a difusão destes na forma de notícias podem ser divididas em dois tipos básicos: as internas, aquelas que a própria emissora estrutura e mantém, e as externas, às quais as empresas de radiodifusão estão vinculadas por sua função como meio de comunicação de massa (FERRARETTO, 2001, p.195).

Ao observar esse fluxo informativo e aproximar essa lógica das novas formas de acesso através da rede, é possível compreender que cada emissora se organiza interna e externamente para ter acesso à informação e esta chega por diferentes maneiras. Esse processo tem passado por adequações devido à convergência jornalística e afetado a realidade das emissoras de rádio brasileiras. Parte das rádios integram grupos de comunicação ou redes que compartilham conteúdo³. As equipes estão híbridas, organizando a informação de maneira distinta. A internet permite que várias informações cheguem às redações por um único canal, uma única plataforma. O fluxo informativo agora também passa pela rede. Tanto equipes de reportagens, enviados especiais, correspondentes como informantes, ouvintes, agências de notícias, demais veículos de comunicação, assessoria de imprensa, entre outros, se comunicam com as emissoras via internet.

O rádio a partir da internet

A partir da década de 1990, a internet provocou no rádio processos de readequação que alteraram a forma de difundir a informação. Conforme Trigo-de-Souza (2002-2003), além de ser irradiada por transmissores e antenas, a programação radiofônica passou a alcançar seus ouvintes também pela internet. Por outro lado, a autora admite mudanças causadas por essa migração de suporte, já que as tecnologias determinam novos condicionamentos para a mensagem veiculada. Essas mudanças fizeram com que o rádio passasse a oferecer recursos adicionais em seus *sites* para seu ouvinte-internauta ou público, como vídeos, fotos, textos. E esses recursos extras previstos pela *web* permitiram, e ao mesmo tempo exigiram do rádio e demais meios de comunicação, a capacidade de pro-

³ De acordo com o *site* Tudo Rádio (REDES VIA, *on-line*), há 68 redes de rádio com transmissão via satélite atualmente no Brasil. Ainda assim, segundo estudo realizado pela Associação Brasileira de Rádio e Televisão (ABERT), as rádios de pequeno porte predominam no país, atingindo 50% das AMs e 96% do total de emissoras, se consideradas comerciais e comunitárias (O RÁDIO, *on-line*). Isso reflete o caráter local do rádio e, conseqüentemente, a relação próxima dos jornalistas com o acontecimento e com as fontes.

duzir o que se denomina como conteúdo multimídia. Perante esses indicativos, podemos identificar na rede certa força e capacidade para tencionar e gerar um processo de mudança.

A força da internet é de tal ordem que se assemelha a um buraco-negro no espaço que tem força gravitacional tão grande que nada escapa dele, nem mesmo a luz. Isso aponta para a substituição de um sistema por outro. Sai o rádio com suas ondas eletromagnéticas da antena para os receptores, entra a Internet conduzindo o rádio do servidor informático, diretamente para o computador fixo ou móvel em carros, aviões, navios, trens, metrô, telefones celulares e até mesmo na porta de geladeiras (BARBEIRO; LIMA, 2003, p. 46-47).

A década de 1990 também é citada por Ferraretto (2007) como um período que trouxe duas inovações tecnológicas fundamentais para a configuração das rotinas do radiojornalismo: o uso do telefone celular e da internet como fonte e como suporte para a informação. Já Zucoloto (2012) aponta, dentro desta perspectiva, para avanços que iniciaram muito antes dos anos de 1990 e que representam indícios de mudanças de suportes ou de condicionamento.

Essa tendência de o jornalista de rádio acumular funções começou já na fase de 55 a 70, em que os avanços da eletrônica, como o transistor, o gravador magnético, as unidades móveis de transmissão, entre outros, permitiam um condicionamento, ao mesmo tempo e numa relação de causa e efeito de dupla mão, do veículo, do seu radiojornalismo, da sua notícia e do próprio trabalho de produção do radiojornalista. (ZUCOLOTO, 2012, p. 159).

A digitalização das redações e a inserção da internet nas rotinas produtivas provocou mudanças, por exemplo, no processamento de texto e na construção da notícia. Tudo isso implica discutir também as transformações da rotina de redação do rádio atual, na produção de conteúdo que não é apenas para o meio tradicional, é conteúdo com características próprias. Esse cenário insere-se em uma realidade mais ampla, definida por Jenkins (2006) como a cultura da convergência, em que a relação dos sujeitos em si, com os dispositivos e com os processos comunicacionais se altera, reverberando também nas rotinas das redações. As práticas dos jornalistas, no que se refere à forma de contato com as fontes, se dava anteriormente por intermédio do telefone, dos telegramas, de cartas remetidas por agências de notícias e assessorias de imprensa. Reforçamos que essas práticas ainda são muito recorrentes, porém, com acréscimos de práticas remodeladas, de formas de contato com a fonte, que agora também são mediadas pela *web*, um canal mais rápido entre o jornalista e a fonte. Muitas dessas fontes, como observamos, replicam-se

na *web*, assumindo os mesmos espaços e papéis, mas também surgem novos sujeitos, novos locais de fala e relações fonte/ jornalista até então inéditas.

O conceito de remediação aplicado ao cenário atual

O contexto das tecnologias digitais e da comunicação em rede pode ser aproximado da lógica de Bolter e Grusin (1999), trabalhada no livro *Remediation* (em português, *Remediação*) como um processo de reformulação. Esta é uma mescla de modos já tradicionais, reapropriações de práticas já existentes nos meios de comunicação somadas à criação de novos métodos e utilizações. Para os autores, os meios de comunicação possuem uma capacidade de readaptação a cada novo cenário, se reformulam e adotam técnicas de outros meios para se manter e não perder espaço dentro dos novos contextos. A lógica da remediação pode ser aplicada ao cenário da convergência, do qual o rádio faz parte atualmente.

A dupla lógica da remediação pode funcionar de forma explícita ou implícita. Os meios de comunicação estão continuamente vivenciando, reproduzindo, substituindo, apropriando-se de práticas de outros meios. Para Bolter e Grusin (1999), os meios precisam uns dos outros, para que possam funcionar como mídia dentro da cultura na qual estão todos inseridos. A remediação funciona como uma reforma dos meios, das suas práticas.

O que continua forte em nossa cultura hoje é a convicção de que a própria tecnologia progride através de uma reforma. Ou seja, as novas tecnologias de representação vão continuar reformando ou corrigindo os anteriores, enquanto, mais cedo, tecnologias estão lutando para manter sua legitimidade mediante a recuperação dos mais novos. Os ciberentusiastas argumentam que, corrigindo a mídia mais velha, as novas mídias estão realizando a mudança social. Estas são as estratégias da remediação (BOLTER, GRUSIN, 1999, p. 63)⁴.

Por muito tempo, a remediação da realidade foi construída em tecnologias de representação. A fotografia, o cinema e televisão são exemplos trazidos pelos autores que fazem parte deste conceito da remediação. A remediação é um conceito usado para explicar muitos dos processos pelos quais os meios de comunica-

⁴ "[...] What remains strong in our culture today is the belief that technology itself progresses through reform. Ie, the new technologies of representation will continue reforming or correcting earlier while earlier technologies are struggling to maintain their legitimacy by remediating the younger ones. The cyberentusiastas argue that correcting the media oldest new media are making social change. These are the strategies of remediation" (Tradução nossa).

ção estão sujeitos e aos quais se submetem mesmo que de modo involuntário. Se aplicarmos esse entendimento ao rádio e às formas de contato dos jornalistas com as fontes, é possível visualizar práticas previstas pelo processo de remediação. É possível afirmar que a construção da notícia ainda é mesma, o que vem se remodelando são as novas formas de acesso que agora são permitidas pela internet, além das já tradicionais. A remediação também vai além e prevê a adaptação dos meios aos cenários que estes vão aos poucos fazendo parte.

Cada meio de comunicação encontrou formas de se adaptar aos novos tempos e conviver com outros cenários estabelecidos para a circulação de informação e de entretenimento. Mesmo assim, os meios nunca deixaram de competir entre si. As novidades tecnológicas no campo das telecomunicações, por exemplo, foram rapidamente absorvidas pelo trio imprensa-rádio-tv, cada qual articulando processos distintos de diversificação, mas todos atentos aos recursos de produção assimilados pelos concorrentes para conquistar audiência (MOREIRA, 1999, p. 5).

A partir do entendimento sobre este momento em que as mídias estão inseridas, busca-se aproximar o conceito de remediação sobre a fonte jornalística. As possíveis reformulações sobre o próprio conceito, as novas aplicabilidades ou mesmo as práticas que continuam nos moldes tradicionais, em tempos de convergência e novas ressignificações. O novo radiojornalismo continua a depender da fonte para construção da notícia, afinal, é jornalismo. Para tanto, vem se valendo de outros suportes e plataformas, como a internet, que permite um acesso mais rápido às fontes e, também, uma reapropriação de conteúdos de outros meios para a construção da notícia.

O rádio, a internet e a fonte

A internet é um espaço privilegiado de trocas (simbólicas e virtuais) e apresenta-se como uma rede ubíqua acessível por dispositivos móveis e híbrida com o espaço físico. Prova disso é essa aliança cada vez mais crescente entre o rádio e a internet, já que esta foi incorporada pelo radiojornalismo e suas práticas diárias.

O avanço tecnológico não deixa outra saída para o rádio senão a internet, isto lhe proporcionará um salto de qualidade tanto em propagação como em conteúdo, e com isso, pulará a etapa do rádio digital propagado tradicionalmente por transmissor e antena. O rádio inserido em uma nova plataforma de difusão amplia suas funcionalidades (BARBEIRO, LIMA, 2003, p. 45).

No que se refere às fontes, para Lopez (2010, p. 74), com a chegada da internet, “o jornalista, com a inserção cada vez mais constante das tecnologias da informação e da comunicação nas redações, tem ao seu dispor um número crescente de fontes, de formas de acesso à informação e também tem seu campo de ação ampliado”. As formas de contato com as fontes para produção de noticiários no radiojornalismo tornaram-se múltiplas, é um contato mais rápido, instantâneo. O uso do correio eletrônico permitiu uma proximidade maior entre os próprios profissionais de redação, para que possam ser efetuadas trocas de pautas e facilitação do acesso às informações. Quanto ao campo de atuação, por exemplo, o que antes comportava apenas uma programação para ser difundida via ondas eletromagnéticas, agora se tornou multimídia. Profissionais também se tornaram multimídia e precisam continuar produzindo conteúdos para antena, mas também é preciso dar conta de criar novos conteúdos para as páginas das emissoras, atualizar e gerenciar redes sociais que funcionam principalmente como um canal de interatividade entre o rádio e seus públicos. De acordo com Barbeiro e Lima (2003, p. 70), o produtor deve estar sempre em contato com as fontes, já que notícias podem surgir de uma conversa informal, e deve manter um arquivo com sugestões de assuntos, práticas do jornalismo que não se alteram com a apropriação de ferramentas digitais, mas que são complementadas. Isso porque a internet contribui para a agilidade e riqueza das informações.

O processo de pesquisa e recolha de informações na rede apresenta inúmeras vantagens para a produção da notícia. Permite aos jornalistas se inteirarem rapidamente sobre o que já foi escrito sobre determinado assunto, torna os contatos com as fontes interativas, possibilita a ampliação e seleção de fontes de informação, agiliza a busca de dados, pesquisa e consulta a arquivos públicos, bibliotecas, órgãos públicos, facilita a coleta de maior quantidade de informação em menos espaço de tempo, além de aumentar o potencial de reportagens a distância e do trabalho fora das redações a locais remotos (DEL BIANCO, 2004, p. 4).

Esse processo está ainda mais facilitado atualmente, com o barateamento do acesso à internet em banda larga e móvel, o desenvolvimento dos dispositivos móveis e integração de equipamentos capazes de captar e produzir conteúdo com alta qualidade técnica. Agora, o jornalista não precisa voltar para a redação para realizar pesquisas, editar áudios capturados ou contatar suas fontes. Os *smartphones*, *tablets* e aplicativos tornaram-se ferramentas de trabalho indispensáveis para o jornalista de rádio. Ao refletirmos sobre essas novas considerações, é possível entender que, de modo geral, o que muda é a forma de acesso às fontes e não as tipologias.

A Rádio Guaíba/Jornal da Guaíba

A Rádio Guaíba de Porto Alegre/RS iniciou suas transmissões em abril de 1957⁵. Atualmente, possui transmissões via frequência 720 AM e 101.3 FM, além da internet⁶. A emissora é administrada pelo Grupo Record de Comunicação desde março de 2007, do qual fazem parte também o Jornal Correio do Povo e TV Record RS. O Jornal da Guaíba faz parte da programação do turno da tarde, em que atuam um chefe de reportagem, um produtor e mais seis repórteres, incluindo o “moto link”. Estreou no dia primeiro de maio de 2013, em substituição ao programa Balanço da Tarde. Vai ao ar de segunda a sexta-feira, das 16 às 17 horas, com ênfase para informações locais de Porto Alegre e região metropolitana. Apresenta entrevistas, reportagens, boletins, além de informações como previsão do tempo, informações do trânsito e o “Giro da Notícia”, com as últimas informações relevantes, locais ou nacionais. O noticiário é dividido em quatro blocos. O primeiro, de abertura, contém as principais notícias do dia e mais uma “escalada” com informações que vão ao ar até o final do noticiário. No segundo bloco, tem-se a previsão do tempo, seguida de boletins. O terceiro bloco traz as informações do trânsito e demais notícias. No quarto, os destaques finais, “Giro da Notícia” e as informações relevantes de última hora, selecionadas pelo chefe de reportagem.

As fontes, a internet e o Jornal da Guaíba

A análise que se apresenta neste artigo foi desenvolvida a partir da perspectiva de Bardin (1977), e sistematizada a partir da observação e acompanhamento das notícias que foram ao ar durante uma semana. Após o mapeamento das informações, buscou-se junto à chefia de reportagem um retorno sobre a fonte utilizada para a construção de cada uma das matérias. As categorias têm como base o referencial teórico apresentado no início deste artigo. Ao todo foram produzidas 56 matérias, com uma média de 15 produções diárias. A equipe de produção do Jornal da Guaíba recorre a fontes jornalísticas comumente utilizadas nas práticas de radiojornalismo e produção. No período, foram utilizadas as seguintes fontes: agências de notícias (5 matérias), assessorias de comunicação de empresa ou instituições (17), pessoa que esteja ligada ao fato jornalístico (8), documentos (1), outros veículos de comunicação (3), e equipe de reportagem (9) e representante do governo (13). Ainda com base nos

⁵ Informações adicionais sobre o histórico da emissora podem ser acessadas em: <<http://www.radioguaiba.com.br/Institucional/>>.

⁶ Disponível em: <www.radioguaiba.com.br>.

dados repassados pela chefia de reportagem, pontuou-se que a internet foi utilizada como forma de acesso às fontes em 33 matérias, de um total das 56 produzidas, o que representa um percentual de 59% de utilização da rede. Já na categoria “Via Internet” estão inclusos os contatos via *e-mail*, *releases* enviados via assessoria de comunicação, acesso a *sites* de órgãos governamentais e não governamentais; informações e pautas que foram repassadas entre a produção do programa e outros veículos de comunicação que fazem parte do Grupo Record de Comunicação; coletivas de imprensa que foram transmitidas por computador; além de contato via Facebook e Twitter. A categoria “Outros” inclui formas de acesso às fontes com uso de recursos tecnológicos, mas sem a utilização da internet. Incluem-se neste item rondas telefônicas (telefone fixo e telefone celular), entrevistas ao vivo, consulta a documentos, matérias reportadas pelo moto *link* e entradas ao vivo em que o repórter está no local do fato jornalístico. Essas formas de contato foram constatadas em 23 matérias do total de 56 e representam 41 % de utilização.

Percebemos que as fontes mais consultadas e citadas pelos repórteres e chefe de reportagem para construção das notícias, no referido período, advêm de informações repassadas pelas assessorias de imprensa. Por outro lado, temos o dado de que 59% das formas de acesso às fontes se dão via internet. A relação jornalista – assessoria, algo já concretizado, com a internet, tornou mais rápido o processo de envio das matérias e *releases*. Essa alteração na forma de acesso aos *releases* e esse aumento progressivo da utilização da internet para este fim podem ser aplicados nos demais tipos de fontes que foram utilizadas nas práticas de radiojornalismo e que não foram empregadas na produção do Jornal da Guaíba durante o período de análise.

Ainda é possível constatar que do total de 59%, em que a internet pontua como forma de acesso à fonte, a categoria “Outros” também pode ser empregada. Isto é, uma mesma fonte sendo acessada por meio das duas categorias. O exemplo disso é que uma fonte pode ter chegado ao jornalista via internet, mas ele pode ter utilizado também o telefone, a consulta de documentos, entre outros, para construir sua matéria ou mesmo contatar com a fonte. Já a categoria “Outros” não pode ser mesclada com a categoria “Via Internet”, já que representam formas de acesso às fontes sem o uso da internet, ou seja, através dos modos tradicionais. Numa aproximação à discussão, os dados indicam uma perspectiva cada vez maior da consolidação da internet como forma de acesso às fontes. Uma fonte jornalística disponível na rede pode ser acessada por jornalistas, mas também por qualquer pessoa. Diante disso, cabe ao jornalista utilizar-se de recursos para conferir, por exemplo, a veracidade das fontes e das informações passadas por estas, e utilizar-se de modos de contatos já radicados no campo do radiojornalismo. O uso do telefone, o contato face-a-face, a presença do jornalis-

ta no local em que os fatos acontecem, entre outros, são fatores que determinam a credibilidade de uma produção e também de uma emissora. Se por um lado repórteres e redações, de modo geral, são envolvidos pela rede e têm um acesso mais rápido às fontes, por outro, o uso das já consolidadas práticas do radiojornalismo é que sustentam o rádio nessa nova ambiência multimidiática.

Considerações finais

A internet permite um processo de democratização do acesso à informação em qualquer ambiente, a qualquer assunto, e a ferramentas de buscas. Por intermédio da rede, há uma pluralidade de informações disponíveis tanto para o público receptor quanto para jornalistas que precisam produzir conteúdos e chegar às fontes para construir uma notícia. Estamos inseridos em uma rede, a internet, e esta permeia os processos de comunicação e serve como forma de acesso às fontes para as práticas de rádio. O processo de remediação pode ser aplicado às reformulações do rádio, à relação com a fonte, no que refere aos processos de reapropriação de conteúdos de outros meios para a construção da notícia.

Este estudo realizado no Jornal da Guaíba aponta a internet como facilitadora da produção, uma ferramenta de busca muito utilizada que permite um acesso mais rápido às fontes por profissionais que atuam no rádio e na produção radiofônica. No estudo, a internet foi usada como forma de acesso na maioria das matérias que foram produzidas durante os dias de análise. As amostragens também indicam a internet como primeira forma de acesso. Para que haja a validação das informações, a emissora se utiliza de formas *off-line* para construir as reportagens, como o contato face-a-face através de entrevistas e via telefone, por exemplo. Cabe aqui elencar que, em contrapartida, esse acesso rápido propiciado via rede também acontece em processo inverso, ou seja, as fontes ou representantes delas conseguem chegar aos meios de modo ágil, com o intuito de divulgar informações de seus interesses. Nesse caso, cabe ao jornalista também a função de filtrar esses dados e, claro, não depender unicamente da rede para chegar até a fonte.

As fontes consultadas pelo jornalista por meio das ferramentas digitais seguem a categorização tradicional do jornalismo. Predominam as fontes externas, principalmente as de caráter oficial. O fato de estarem em espaços *on-line* e mais acessíveis não faz com que os jornalistas do Jornal da Guaíba explorem a multiplicidade que se gera. A mudança, ao que se observa, se restringe à agilidade de acesso à informação predeterminada, direcionada para o jornalista. Desta forma,

perde-se em identidade editorial e no processo de construção da informação. Isso porque as fontes aparecem, mas predominam as oficiais, as governamentais, em detrimento da variedade e da fonte que, antes das ferramentas digitais, não tinha tanta visibilidade. Se há indícios de que mudanças estão acontecendo a partir desta nova relação do rádio com a internet e que estas interferem nas velhas práticas do rádio, este é um caminho a ser trilhado dentro do campo da pesquisa e da observação sobre as técnicas do veículo. Contudo, só há mudança se houver alterações no conteúdo e se for identificada de que forma isso ocorre. Caso contrário, serão práticas tradicionais do radiojornalismo disponibilizadas e facilitadas por suportes tecnológicos e digitais como a internet.

Referências

ALMEIDA, A. C.; MAGNONI, A. F. Rádio e internet: recursos proporcionados pela web ao radiojornalismo. In: MAGNONI, A. F.; CARVALHO, J. M. (org). **O novo rádio – cenários da radiodifusão na era digital**. São Paulo: Senac. 2010, p. 273- 290.

BARBEIRO, H.; LIMA, P. R. **Manual de radiojornalismo: produção, ética e internet**. Rio de Janeiro: Elsevier, 2003.

BARDIN, L. **Análise de conteúdo**. Lisboa; Edições 70, 1977.

BOLTER, J. D.; GRUSIN, R. **Remediation: Understanding New Media**. Cambridge: MIT Press, 1999.

CHAPARRO, C. Jornalismo na fonte. In: DINES, A.; MALIN, M. (orgs.). **Jornalismo Brasileiro: no caminho das transformações**. Brasília: Banco do Brasil, 1996, p. 132-154.

DEL BIANCO, N. **Noticiabilidade no rádio em tempos e internet**. Covilhã. Portugal, 2004. Disponível em: <<http://www.livroslabcom.ubi.pt>>. Acesso em: 12 de junho de 2013.

DI FELICE, M. (org.). **Do público para as redes: a comunicação digital e as novas formas de participação social**. São Paulo: Difusão, 2008.

DUARTE, J. Entrevista em profundidade. In: DUARTE, J.; BARROS, A.

(Orgs.). **Métodos e técnicas de pesquisa em comunicação**. 2. ed. São Paulo: Atlas, 2012. p. 62-83.

FERRARETTO, L. A. **Rádio: o veículo, a história e a técnica**. Porto Alegre: Sagra Luzzatto, 2001.

FIDLER, R. **Mediamorphosis** – Understanding New Media. Califórnia: Pine Forge Press, 1997.

HERREROS, M. C. La rádio em la convergência multimedia. Barcelona: Gedisa, 2001.

KOCHHANN, R.; FREIRE, M.; LOPEZ, D. C. Convergência tecnológica, dispositivos multiplataforma e rádio: uma abordagem histórico-descritiva. In: KLÖCKNER, L.; PRATA, N. (Org.). Mídia sonora em 4 dimensões: 1ª ouvintes e falantes, 2ª memória política, 3ª programas de rádio, 4ª tecnologia e futuro. Porto Alegre: Edipucrs, 2011, v. II, p. 281-296.

LOPEZ, D. C. **Radiojornalismo hipermediático**: Tendências e perspectivas do jornalismo de Rádio all news brasileiro em um contexto de convergência tecnológica. LabCom, 2010. Disponível em: <<http://www.livroslabcom.ubi.pt/book/24>>. Acesso em: 08 jun.2013.

MACHADO, E. O ciberjornalismo como fonte para os jornalistas. Salvador: Calandra, 2003.

MARTINEZ-COSTA, M. P. (Org). **Información radiofónica**. Barcelona: Ariel, 2002.

MOREIRA, S. V. Rádio@Internet. In: BIANCO, N. R. Del; MOREIRA, S. V. (Orgs). **Rádio no Brasil**: tendências e perspectivas. Rio de Janeiro: EdUERJ; Brasília: UnB, 1999.

PONT, R. Chefe de reportagem na Rádio Guaíba. Porto Alegre. Entrevista concedida à autora entre 10 e 15 de junho de 2013.

O RÁDIO: em números (Brasil). **Tudo Rádio**. Disponível em: <<http://tudoradio.com/conteudo/ver/27-O-Radio>>. Acesso em: 23 junho 2014.

ORTRIWANO, G. Radiojornalismo no Brasil: fragmentos de uma história. **Revista USP**. São Paulo, n. 56, p. 66-85, dez. /fev. 2002-2003.

RÁDIO GUAÍBA. Rio Grande do Sul. Disponível em: <<http://www.radioguaiba.com.br/Institucional/>>. Acesso em: 25 jun. 2013.

REDES VIA SATÉLITE. **Tudo Rádio**. Disponível em: <<http://tudoradio.com/redes>>. Acesso em: 23 junho 2014.

SALES, R. de; ALMEIDA, P. P. de. Avaliação de fontes de informação na internet: avaliando o site do Nupill/UFSC. **Revista Digital de Biblioteconomia e Ciência da Informação**. Campinas, v. 4, n. 2, p. 67-87, jan. /jun. 2007.

SHOEMAKER, P.; VOS, T. **Teoria do gatekeeping**: construção e seleção da notícia. Tradução Vivian Nickel. Revisão técnica de Márcia Benetti. Porto Alegre: Penso, 2011.

SOUZA, S. Produtora do Jornal da Guaíba – Rádio Guaíba. Porto Alegre. Entrevista concedida à autora entre 10 e 17 de junho de 2013.

ZUCOLOTO, V. M. **No Ar** – a história da notícia de rádio no Brasil. Florianópolis: Insular. 2012.

Recebido: 27/10/15

Received: 27/10/15

Aprovado: 25/11/15

Approved: 25/11/15