

Las rutinas del periodista en el ambiente de convergencia: un estudio sobre la relación entre las fuentes de información y el uso de tecnologías en la radio

Debora Cristina Lopez<sup>1</sup>

Marcelo Freire<sup>2</sup>

**Resumen:** Las discusiones de los principios del periodismo y sus prácticas productivas en la radio intentan llevar a la comprensión del hacer en el periodismo radiofónico brasileño. El periodismo radiofónico contemporáneo, dinámico y ágil, demanda mayor conocimiento de las herramientas tecnológicas, utilizadas como estrategias de aceleración del proceso de construcción de la noticia. Ese es uno de los cambios centrales generados por el contexto de convergencia: la relación del periodista y sus fuentes de información. En la búsqueda por la información, el periodista utiliza distintas herramientas que alteran el proceso de acercamiento a los detentores de la información. Aquí buscamos analizar como una emisora de radio local, del interior de Brasil, utiliza las herramientas tecnológicas de búsqueda de la información en el proceso de construcción de la noticia. Investigamos la radio Luz e Alegria, una emisora católica, que llega a 60 ciudades y transmite en AM y FM. De la emisora, analizaremos el contenido noticioso. Utilizamos como propuesta metodológica el análisis cuantitativo, clasificando las fuentes por tipo, utilización y acceso mediante las tecnologías. A través del posterior cruzamiento de datos obtenidos por el análisis cuantitativo de la principal producción periodística de la emisora, buscamos apuntar influencias de las herramientas en la atribución de valor a fuentes. El estudio nos permite afirmar que la dinámica de trabajo de los periodistas en la emisora ha sido alterado por el crecimiento de las tecnologías de información y comunicación en la redacción. El ordenador y sus funciones, como la facilidad de coleta, grabación, edición e divulgación de contenido informativo cambiaron las rutinas de una radio de porte medio como el objeto de esta investigación. Las fuentes de información, debido al acercamiento con otros sitios y a la ruptura de los límites territoriales y de intercambio de informaciones, son más variadas.

**Palabras-Clave:** Convergencia, Periodismo Radiofónico, Fuentes de Información, Análisis de Contenido

## Introducción

Ese artículo tiene como objetivo estudiar el papel de las tecnologías de la información y de la comunicación en el periodismo radiofónico brasileño. La propuesta es observar los cambios generados por la adopción de nuevas herramientas en el proceso de construcción de la noticia, principalmente en la relación que el periodista establece con sus fuentes de información. De esta manera, buscamos, a través de los estudios de convergencia mediática, analizar el contexto contemporáneo del periodismo radial.

---

<sup>1</sup> Debora Cristina Lopez es doctora en Comunicación y Cultura Contemporáneas en la Universidade Federal da Bahia (UFBA), en Salvador (Brasil). Es profesora de periodismo radiofónico en Universidade Federal de Santa Maria – *campus* Frederico Westphalen, en Brasil, donde coordina el NUPEMS (Núcleo de Pesquisa e Extensão em Mídia Sonora). [deboralopezfreire@gmail.com](mailto:deboralopezfreire@gmail.com)

<sup>2</sup> Marcelo Freire cursa el doctorado en Comunicación y Cultura Contemporáneas en la Universidade Federal da Bahia (UFBA), en Salvador (Brasil). Es profesor de multimedia en la carrera de relaciones públicas – énfasis en Multimedia en Universidade Federal de Santa Maria – *campus* Frederico Westphalen, en Brasil. [marcelofreire@gmail.com](mailto:marcelofreire@gmail.com)

Es analizado, aquí, el que hacer periodístico del Complejo Luz e Alegria de Rádio, formado por dos emisoras, una con transmisión en AM y otra en tecnología FM. Localizado en Frederico Westphalen – una pequeña ciudad con cerca de 30 mil habitantes en la región sur de Brasil – las señales del grupo llegan a cerca de 60 otros municipios. Con un enfoque católico, las emisoras utilizan una estructura de programación muy tradicional en la radio brasileña, con utilización de periodismo en la transmisión AM y contenido musical para el FM. En ese artículo, nuestra propuesta es trabajar con el periodismo. Por lo tanto, optamos por focalizar las observaciones y discusiones en la Rádio Luz e Alegria AM. Aún en las estrategias metodológicas, buscamos hacer un cruce de datos entre el contenido presentado por la emisora en su página web y en el contenido en antena.

El grupo que hoy compone la Rádio Luz e Alegria, con la transmisión en AM fue fundada en el año del 1944 por el Monsenhor Vitor Batistella (Schuster y Pedrazzi, 2008). Hoy presenta una transmisión 24 horas, con su programación en el modelo mosaico (Martínez-Costa y Moreno Moreno, 2004), que trae como temáticas y abordajes centrales el periodismo y el deporte. Editorialmente, la emisora focaliza sus producciones en cuestiones centrales y regionales y en la información de actualidad, sin pasar al largo de su caracterización como una emisora católica<sup>3</sup>. En ese artículo, iremos analizar el principal noticiero de la emisora, el *Jornal das Doze*. En sus 66 años, la radio ha pasado por muchos cambios y muchas actualizaciones, principalmente de los dispositivos que utiliza en sus rutinas. Actualmente, la emisora trabaja con sistemas de edición de audio digital, además de contar con una redacción informatizada, con acceso a la internet y comunicación online con sus oyentes.

Intentamos, en ese artículo, analizar como los cambios de los dispositivos han afectado las relaciones del periodismo con sus fuentes de información – o hasta la definición de que es una fuente y de cómo acceder a ella – y de qué manera reflejan en los contenidos producidos por la emisora, corroborando para su entrada en el contexto de la comunicación en ambiente de convergencia. Para eso, utilizamos las bases teórico-metodológicas del análisis de contenido del contenido sonoro y de la página web de la radio aliadas a la discusión teórica.

## La convergencia en la radio

El periodista convive, en su cotidiano, con cambios constantes, actualizaciones, digitalización, crecimiento de las herramientas de producción y consumo de informaciones y, como consecuencia de ese contexto, es demandado por nuevas habilidades. En la radio contemporánea, eminentemente el que se presenta en un ambiente de convergencia, el periodista no trabaja más solamente con el audio,

---

<sup>3</sup> Esa caracterización está marcada principalmente en las opciones editoriales como selección de las fuentes contactadas y/o los temas a los cuales se dará más espacio en la emisora AM. En la FM el reflejo de esa origen se presenta en la selección de las músicas que integran la parilla o que son “prohibidas”.

pero con contenidos multimedia, infográfico, interactivo (Lopez, s/d). La búsqueda, el procesamiento, la difusión y el consumo de la información son ahora direccionados a un oyente-internauta (Lopez, 2009b), que está inserido, de la misma manera, en esa realidad de convergencia, denominada por Jenkins como una cuestión cultural, además de todo, y después de eso mediática.

En ese ambiente de tecnologización, digitalización y convergencia empezando y consolidándose de forma intensa en el periodismo radial, observase, como dice Faus Belau (2001), que el medio pasa por un cambio muy fuerte, quizá el mayor de su historia. Ahora aparece una nueva exigencia, la demanda por una revisión en la propia caracterización del vehículo, para sea posible integrarse y acompañar el desarrollo de las tecnologías de información y comunicación. La radio es llevada por el propio mercado a participar de las iniciativas de integración de las redacciones, a intentar comprender la búsqueda y construcción de la noticias por una perspectiva más periodística que vinculada a las especificidades de la radio. Es decir, la radio ahora presenta al oyente un contenido multimedia y multiplataforma (LOPEZ, 2009b).

Ese es un proceso que, aún que generado por la tecnología, sigue para allá de ella. Afecta, como dicen García Avilés *et al* (2007), otros ámbitos, como el empresarial, el de contenido y el profesional. Estas perspectivas no se excluyen, pero son complementarias, relacionadas, afectan una a la otra en la configuración del campo de la comunicación y, específicamente, en los reflejos que se proyectan sobre los cambios de las rutinas de cada uno de esos medios. En el caso de la radio, el aislamiento no es más posible. Ahora los oyentes son más interactivos y buscan por un periodista y un periodismo dinámicos, con agilidad, credibilidad y que explote las posibilidades narrativas de esos nuevos dispositivos que tienen en sus manos. De esa manera, buscan por un comunicador que esté actualizado y que busque comprender las especificidades de un medio en cambio.

El que hacer periodístico lida con esas nuevas herramientas y ellas generan nuevas posibilidades. La búsqueda por información, que antes se establecía por periódicos y teléfonos fijos, después en el campo, con la ayuda de las unidades móviles, grabadoras de rollo, grabadoras de K7, hoy es desarrollada con otros dispositivos (Ortrivano, 2002-2003). Son grabadoras digitales, teléfonos móviles, teléfonos por satélite con capacidad de captación de audio de alta calidad y también con funcionalidades complementarias. Hoy, a través del teléfono móvil es posible hacer fotografías, videos, audios, además de acceder a la internet para hacer investigaciones y búsquedas. Esta caracterizase como una de las herramientas principales para la coleta de datos por periodistas en emisoras de radio, principalmente las más pequeñas. Es posible observar, en Brasil, una movilización acerca de la ampliación del uso de los contenidos e informaciones disponibles online en agencias de noticias, gabinetes de prensa, sitios de noticias, redes sociales, entre otros (Lopez, 2009b). Esta realidad lleva a

un alejamiento del palco de las acciones y hace más difícil la comprensión de los fenómenos que se establecen en la sociedad, alejando el periodista del público y de su cotidiano.

La internet, entretanto, puede ser utilizada como un espacio proficuo para la búsqueda de informaciones que puedan auxiliar en la comprensión de esos procesos y también como una fuente para pesquisas y para identificar nuevos hechos y datos. Tratase de una herramienta que posibilita el acceso a documentos antes restringidos, que permite la reducción de los límites de espacio y tiempo y que, por eso, integra las actividades diarias del periodista, ampliando el papel de las tecnologías en el proceso de coleta de informaciones (Machado, 2003).

El proceso de convergencia permite la comprensión de las rutinas del periodista de radio en una nueva perspectiva. Trabajando con esos nuevos dispositivos, el comunicador puede construir nuevos contenidos multimedia, integrarse en producciones multiplataforma con otros vehículos del grupo, integrar sus contenidos al periodismo desarrollado en nuevas funciones (Lopez, 2009a), como es el caso del infografista de radio o de un coordinador de redes sociales. La integración a este proceso se establece gradualmente y siempre que se inserta en un nuevo cambio aparecen otras posibilidades, estrategias y herramientas que pueden ser utilizadas para un mejor o peor tratamiento de la información y de la relación con el oyente, con sus fuentes y con los sistemas de fruición y consumo.

### **Las fuentes de información**

La fuente es todo aquel sujeto que puede, de una manera u otra, transmitir informaciones al periodista (ERBOLATO, 1985). Ese intercambio de informaciones puede establecerse personalmente o a través del uso de herramientas mediadoras, como las digitales. Actualmente, entre las principales de las utilizadas por el periodistas para acceder a las fuentes están internet y teléfono – sea el fijo o el móvil. Por esos dispositivos, el proceso de coleta y transmisión de las noticias ha cambiado. Ahora, el periodista puede encontrar sus fuentes orales con más facilidad, y, además de eso, tener la posibilidad de confrontar, confirmar y complementar los datos que obtuvieran en el proceso de coleta.

Las clasificaciones de fuentes, de esa manera, necesitan pasar por dos perspectivas: la editorial y la tecnológica. En relación a la tecnología es posible clasificar las fuentes a partir de los instrumentos que el comunicador utiliza para accederlas y, consecuentemente, de las posibilidades que se observan en el contacto del periodista con el entrevistado y las maneras como la información circula entre ellos. Una entrevista, por ejemplo, se puede establecer de manera distinta cuando realizada personalmente – en el estudio o en pasajes en vivo del reportero –, por teléfono, chat, email, *twitter* u otro dispositivo. Las estrategias adoptadas por el periodista para obtener las informaciones de

las fuentes son variadas en cada uno de esos sistemas. Además de eso, las tecnologías permiten la búsqueda por personajes, especialistas o datos complementares a través de redes sociales, blogs, páginas personales, otros medios de comunicación o bancos de datos digitales variados.

Es posible decir que a través de la interacción personal el periodista puede obtener informaciones contextuales importantes, como reacciones, impresiones, sensaciones, ambientación, entre otras. Es el método de reportaje más antiguo y aún uno de los más eficientes para producciones especiales, que ofrecen más espacio al periodista en la parrilla de programación, o entonces que buscan la creación de un ambiente más personalista con el entrevistado para que esté relajado para fornecer las informaciones. Entre las otras estrategias de acceso a las fuentes, es posible identificar las herramientas asincrónicas y síncronas de contacto. En la primera, el periodista, a través del teléfono, chats o servicios de mensajes instantáneos chatea con el entrevistado, propiciando complementaciones y el aprovechamiento de las tips que son ofrecidas por él. En las herramientas asincrónicas, como el email, *Twitter*, blogs, fórums, etc, el periodista presenta sus preguntas y/o dudas que son contestadas posteriormente por el entrevistado. Tres características marcan esta estrategia: 1) la ausencia del intimismo y de la proximidad entre el periodista y la fuente; 2) la ausencia de la interacción entre el periodista y la fuente; 3) la búsqueda de datos como una etapa aislada, que no es necesariamente complementada por el entrevistado, que actúa más como una referencia consultiva y relatora que dialogal.

Editorialmente, retomamos en ese artículo las clasificaciones de Chaparro acerca de las fuentes institucionales. A través de bancos de datos de gabinetes de prensa o entrevistados sacados de las agendas telefónicas de la redacción, y que son oídos constantemente por los comunicadores, el trabajo de los periodistas es facilitado y, muchas veces, los análisis y informaciones se consolidan como "viciadas". Existe una troca entre el que sería interesante para el público, por el interés del periodista o de la fuente de información. Eso es una consecuencia de la salida del periodista del palco de las acciones por ocasión de las facilidades e de la difusión de datos propiciada por el proceso de tecnologización.

Es posible decir, de esa manera, que tenemos tres niveles de dinamismo de la información periodística, en el que respecta a la búsqueda por informaciones y a las herramientas de acceso a las fuentes: a) primario, que trabaja con las fuentes consultadas durante el desenvolvimiento de los hechos, cuando el periodista busca los datos en la calle, adensando el abordaje del evento mientras se pasa; b) secundario, que se refiere, normalmente, a las fuentes de análisis de los hechos y que se consulta por teléfono; c) terciarias, las fuentes directamente relacionadas al acontecimiento normalmente no aparecen en la producción – en esos casos la información llega a la redacción a

través de otros medios de comunicación, agencias o gabinetes de prensa y el periodista no la verifica antes de emitirla. Esa intermediación acaba por disminuir de manera intensa el inmediatez y el dinamismo de la transmisión de la información, aunque esas fuentes terciarias sean complementarias, y actúen en conjunto con las dos clasificaciones anteriores, conjugando la búsqueda por los datos y dando fuerza al trabajo periodístico.

### **Metodología de trabajo**

Para buscar atender a los objetivos propuestos en este estudio, los autores trabajaron con las definiciones de Triviños (1987), organizando las actividades en tres etapas, a saber: a) estudio exploratorio; b) pesquisa de descripción; c) explicativa. Na primera de ellas, fueron realizadas aproximaciones al contenido sonoro y online de la radio, a través de la navegación por la página [www.luzealegria.com.br](http://www.luzealegria.com.br) y las observaciones iniciales de las transmisiones en antena del programa *Jornal das Doze*. En el segundo momento fue desarrollado un estudio más detallado del contenido periodístico sonoro transmitido en antena al mediodía en la Rádio Luiz e Alegria AM y de forma más general en el transmitido por la página de la radio a partir de la perspectiva metodología del Análisis de Contenido. Al final, los datos observados fueron sistematizados y cruzados, en una etapa explicativa. En esa etapa, buscamos establecer también un dialogo entre esas informaciones y las discusiones teóricas apuntadas por los autores.

La sistematización de los datos detectados fue desarrollada a partir del Análisis de Contenido, buscando desvendar "significados aparentes e/ou implícitos dos signos e das narrativas jornalísticas, expondo tendências, conflitos, interesses, ambigüidades ou ideologias presentes nos materiais examinados" (HERSCOVITZ, 2007, p. 127). Para el análisis de la muestra fueron utilizados los textos interos y las frases como unidades de registro para, de esa forma, poder detectar sentidos, formatos e estilos.

é precária a percepção de que estatísticas sobre tamanho, formato e frequência de informações na mídia são capazes de determinar seu impacto social ou a intensidade de seus significados, sem que se conheça os fatores não-quantitativos que auxiliam os pesquisadores na interpretação e na crítica desses fenômenos (NEWBOLD *et all.*, 2002; MacNAMARA, 2003). (HERSCOVITZ, 2007, p. 126)

Buscando atender a esa necesidad de profundización y buscando alejarse de la superficialidad que es muy criticada en los estudios de Análisis del Contenido, se ha buscado relativizar los datos obtenidos a partir de su contexto y de los otros instrumentos de observación y análisis utilizados en los

estudios de periodismo de radio en ambiente de convergencia. Buscamos trabajar con el que Herscovitz (2007) denomina de tendencia actual de la AC, tentando observar, además del contenido manifiesto, el latente, detectable en el contexto en que el fenómeno se desarrolla, considerando el propio medio de comunicación y a quien se destina.

### **Las tecnologías en el periodismo del Complejo Luz e Alegria de Rádio**

Para sistematizar el análisis de contenido realizada en esta pesquisa, hemos dividido esta etapa en dos momentos: a) observación de la página de la emisora; b) observación del contenido sonoro del *Jornal das Doze*. En el primero, buscamos identificar las herramientas y estrategias de interacción con el oyente y de uso de las tecnologías como potencialidades de coleta de informaciones. En el segundo, fueron identificadas as marcas de tecnología presentes en el audio y, a partir de una comprensión más crítica de esos datos, como ellas se mezclan y relacionan con el que hacer periodístico del programa.

En el aire desde el año de 2005, la página de internet del Complejo Luz e Alegria habla al público de las dos emisoras, con mucho pocas distinciones entre el público del AM y del FM. Fundamentalmente, es posible encontrar diferenciaciones en el *streaming*, en el Top 05 y en la Abrangência (Cobertura). La página busca mantenerse actualizada e integrada a las demandas del público. Uno de los indicativos de ese intento es la presencia de distintas herramientas de interacción – sea de manera síncrona o asíncrona. Aunque la predominancia de la interacción asíncrona se establezca en los canales disponibles al oyente-internauta<sup>4</sup>, son las síncronas, por servicios de charla instantánea y teléfono los que aparecen en el día a día de la emisora. Entre las asíncronas, una es la principal: el email.

La página presenta contenidos diversos, envueltos o no con el periodismo. Son 35 diferentes espacios en la página, y de ellas 13 tienen relación con el contenido informativo. Se trata de iniciativas que buscan la transmisión de noticias, la participación del oyente en la sugerencia y en definiciones de pautas u ofertas de contenido complementar en periodismo generalista o especializado, como el caso del blog del programa LA no Campo (LA en el Campo). La participación del oyente puede ser observada como un de los propósitos esenciales de la página de la emisora. Encontramos, en el total, , 10 herramientas de interacción síncrona y asíncrona, que integran los tradicionales teléfono y carta a servicios de mensaje instantánea y comentarios en noticias. Observamos una valoración de la opinión del oyente, que habla en los espacios para comentarios y en las encuestas. En estas, en oyente-internauta puede expresar su opinión, conocer que piensa el público de la emisora, además de

---

<sup>4</sup> Lopez (2009b) propone que el oyente de radio en internet es, antes de todo, oyente-internauta, y se caracteriza como consumidor del contenido sonoro de la radio hipermediática y, como acción complementar, del contenido multimedia.

publicar y leer comentarios sobre el tema. Entretanto, paralelamente a la valoración de las encuestas – presentadas en una area importante de la página y que se queda disponible para acceso en un archivo digital – ocurre un abandono de sus resultados, que asumen un papel figurativo y no retornan repercutidos en las producciones transmitidas online o en antena.

La actualización se presenta de manera breve, con muy modestas inserciones y usos de tecnologías más próximas. La radio no trae, en su página, referencias a redes sociales como *Orkut* e *Facebook*, o a sistemas de blog y microblog, como *Twitter*. Además de eso, las iniciativas de personalización son modestas y el uso de contenido multimedia es mínimo. Estas acciones están restringidas a fotografías ilustrativas, sin presentar una función informativa definida, textos y audios ya anteriormente emitidos en la programación sonora.

Cuadro 01: Análisis de contenido de la página

Herramientas de interacción asíncrona	08 (Fale Conosco, Endereço, email, comentários, imprimir, enviar, LA Denúncia, cadastro)
Herramientas de interacción síncrona	02 (MSN, teléfono)
Twitter / Redes Sociales	00
Foros	00
Encuestas	2 (01 archivo completo)
Streaming	04 (02 audios + 02 vídeos)
Herramientas de validación	01 (propia)
Archivo	02 (Boletines de la policía y de los bomberos)
Canales de ampliación	02 (Tópicos, Notícias)
Canales de producción externa	01 (Noticias)
Contenido Multimedia	00
Imágenes	02 (foto ilustrativa, galería de imágenes identificadora)
Blogs y links de profesionales de la emisora	01 (LA no Campo)
Producción colaborativa	00
Servicios	03 (Peça sua Música, Top 10 Musical, Tempo)
Contenido estático	07 (Abrangência LA AM, Abrangência LA FM, Fotos, links, Histórico, Estatísticas, Diocese FW)

Sobre el uso del contenido por el usuario, la página permite algunas acciones, como hacer una clasificación de las materias, enviarlas por email y, además de eso, presentar cuantas visualizaciones cada una de ellas ha tenido. La posibilidad de comentar solo está disponible para los usuarios con registro. Esa estrategia limita la participación del oyente-internauta y a la vez filtra ese uso que posibilita colocar el usuario como más una fuente de información en el proceso de construcción de la



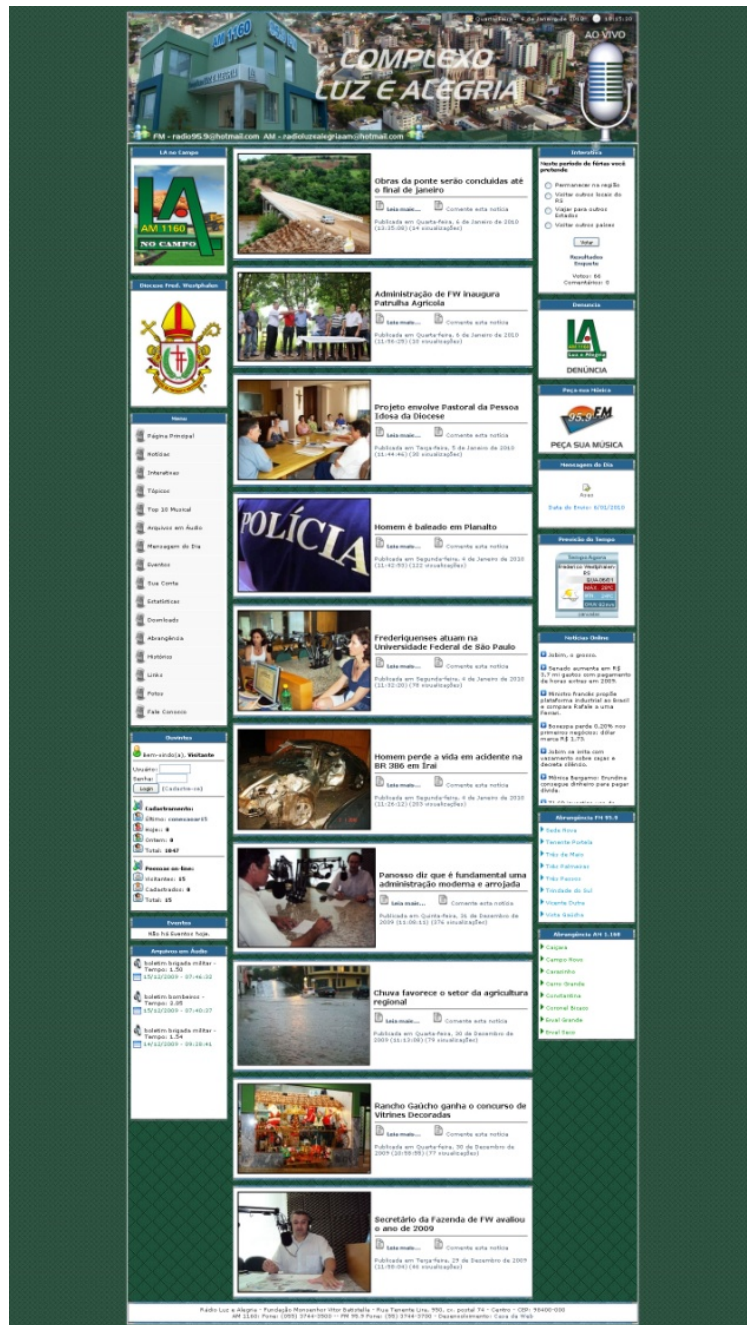
información. El área de login y el campo de comentarios son presentados en columnas fijas. La página principal se divide en tres campos: el menú lateral derecho que es fijo en todas las páginas del site; la parte central con el contenido principal formado por noticias, una lista de archivos, etc; la columna de la izquierda, en la página principal compuesta por animaciones en flash que presentan la cobertura de la emisora.

En los espacios específicos de cada una de las noticias presentadas en el site, son ofrecidos al oyente-internauta, como hemos dicho anteriormente, herramientas de evaluación, valoración y interacción. Pero ninguna de esas potencialidades de participación del usuario es utilizada en la organización editorial de la información. Es posible que se arregle el contenido también de acordó con las de mayor acceso, de más envío o las mejor evaluadas, pero eso no ocurre en el site. Si lo hicieron, sería posible el público haría ano solamente el papel de fuente o de sugerir pautas, pero también de "editor" apuntando que piensa ser más importante. Hace falta un botón de *tweet* que permita publicar automáticamente ese contenido en *Twitter* o para compartir el contenido en otras redes sociales, como *Facebook* o *iDigg*. El flujo de circulación en esas redes es otra manera des publico validar cuales fueron los más populares temas de la página.

Figura 01 – Herramientas de validación en las páginas de noticias



Figura 02: Página inicial de luzealegria.com



Estimular esa relación entre el público de la radio y de la página debería ser una estrategia bastante usada por la emisora. Por el destaque que se observa en la transmisión via *streaming* en el site, se puede considerar la existencia de un público de oyentes-internautas que escucha a la programación no por las transmisiones en antena, pero a través del flujo de datos en internet. Para ese público específico la interactividad es natural, sea síncrona o asíncrona. La actualización de las secciones de noticias y de audios, para *streaming* o *download*, que serviría como una ruptura de la linealidad de la radio tradicional e permitiría la recuperación de informaciones perdidas, como mínimo, tímida. El promedio de actualizaciones, dos publicaciones por día, no contempla la creación

de un archivo con las informaciones transmitidas por la radio para ese oyente-internauta o para el consumo posterior del oyente tradicional.

En el día observado, se mantuvo el promedio con la publicación de dos materias, respectivamente às 11h56 e às 13h35. La segunda no era inédita, sino que fuera presentada integralmente en la edición del día en el *Jornal das Doze*, principal programa periodístico de la emisora. Por esa nota hemos podido identificar posturas distintas del grupo en la publicación de informaciones en el site y en antena: a pesar del texto ser idéntico, en el site se hace referencia a la fuente de información, otro vehículo de comunicación – en este caso el periódico *Correio do Povo* –, y en el noticiario esa referencia no fue presentada.

La idea de observar las herramientas digitales de interacción es útil para nuestro análisis por entender que el público puede servir como fuente. Esa afirmación es considerada como valida tanto para el que solamente accede a la página, para el oyente-internauta que escucha el contenido via *streaming* mientras surfea por la página de la emisora y por otras direcciones y el oyente tradicional de las olas hertzianas que puede comunicarse con la redacción a través del ciberespacio pelo site, email, chats, etc. Uno puede utilizar el móvil para enviar un mensaje de texto o simplemente hacer una llamada. Pero para que eso pase es necesario que se estimule. Hemos visto que ese estímulo se hace de forma muy reducida en el site, pero si lo hicieran en la transmisión sonora podría hablar a todos sus oyentes: de la radio en internet y en antena. De esa manera, buscamos en el *Jornal das Doze* algunas marcas de esos estímulos. En la edición observada, durante los 30 minutos del programa hemos ubicado solamente una de esas marcas, con una llamada al oyente para que participe de la sección LA Interativa y la sugerencia de que esa participación se haga por el site o por teléfono. Ese ha sido el único estímulo a la participación del oyente.

El uso de la internet por los oyentes no es estimulado en el *Jornal das Doze*. Entonces podemos afirmar que por parte de los productores ese uso se presenta como fundamental. La utilización del ciberespacio como fuente y como ambiente para la circulación de informaciones a través de releases, sugerencias de pauta y agencias de noticias se presenta como un padrón en mucha redacciones brasileñas. En la radio observase un alejamiento de los reporteros del trabajo de búsqueda de información en la calle, substituido por un crecimiento – y posible predominio – de la investigación por internet y teléfono (Lopez, 2009b). En nuestro objeto de estudios observamos una predominancia de la presencia del reportero sentado. En la edición analizada fueron transmitidas 13 notas/materias y una entrevista en estudio. La única fuente directa ha sido ese entrevistado. Los otros contenidos informativos fueron presentados por uno de los locutores con una cita indirecta de dos fuentes. El problemas es que nove materias, 75% del total, son extraídas de internet, incluyendo las dos fuentes citadas, sin alteraciones o complementaciones. De estas siete no han tenido sus fuentes

referenciadas. Dos son derivadas de agencias de noticias (Portal da Saúde del gobierno federal brasileño y el Portal do Governo do Estado do Rio Grande do Sul, de esa provincia). Otras sete fueron extraídas de otros vehículos de comunicación, como: los periódicos *Correio do Povo*, *O Estado de São Paulo* y *Diário de Santa Maria*, el site Portal da URI y Yucuman.com y la Radio Guaíba. Las otras notas y noticias presentan una estructura de releases que son transmitidas a la emisora por email o fax. La última de ellas ha sido el relato de los acontecimientos de la policía de la ciudad que tiene un espacio fijo diario en el programa.

## Conclusiones

Además de las cuestiones éticas y jurídicas, para una emisora de radio local, a utilización son confirmación o adaptación localizada de contenido de internet aleja los productores de las pautas y temas que tratan de las cuestiones de la ciudad o que acercan informaciones nacionales del público. Observamos en ese análisis que el ciberespacio encuentra su lugar como un ambiente de formación direccionada a la pre-producción o a la búsqueda por informaciones, pero todos trabajando con las cuestiones locales. La aparición de fuentes locales estimularía el fortalecimiento de la internet local y superlocal y el vínculo con los públicos de la radio. Entre esas fuentes, una de las más importantes sería el oyente de la emisora – como tradicionalmente se hace en la radio. Pero la página del *Complexo Luz e Alegria* no comprende el oyente como fuente y no explota los espacios y herramientas para que pueda ser visto de esa manera.

En el que se refiere al contenido sonoro, hemos percibido que en la categoría tecnológica de herramientas para acceder a las fuentes el teléfono y la internet son los dispositivos más utilizados. Esas herramientas síncronas y asíncronas posibilitan a los periodistas el contacto con las fuentes predominantes en el *Jornal das Doze*: otros medios de comunicación y las fuentes institucionales. Las asíncronas, a través de sites y emails de gabinetes de prensa son los principales. Es posible afirmar que el contexto de facilidad en el acceso a la información permite que se construya la noticia potencializa acciones como las detectadas en nuestro análisis. De este contexto deriva una fragilidad acerca de su relación con los tres niveles de dinamismo de la información periodística que hemos propuesto. En el *Jornal das Doze* predomina el tercer nivel, que pasa a lo largo de las fuentes relacionadas al hecho y a la noticia, con la observación de la presencia del primer nivel en una de las producciones, la entrevista en el estudio, pre-producida y no profundizada, a pesar de extensa.

## Referencias

ERBOLATO, Mário. L. **Dicionário de propaganda e jornalismo**. Campinas: Papyrus, 1985.

GARCÍA AVILÉS, Jose Alberto *et alli*. Métodos De Investigación Sobre Convergencia Periodística. In: **Seminário do Acordo de Cooperação Brasil-Espanha**. FACOM/UFBA - 3 a 7 de dezembro de 2007.

GIL, Antônio Carlos. **Métodos e Técnicas de Pesquisa Social**. 5ª ed. São Paulo: Atlas, 1999.

HERSCOVITZ, Heloisa. Análise de Conteúdo em Jornalismo. In: LAGO, Cláudia; BENETTI, Márcia. **Metodologia de Pesquisa em Jornalismo**. Petrópolis: Vozes, 2007.

LOPEZ, Debora Cristina. Radiojornalismo e convergência tecnológica: uma proposta de classificação. In: **Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação**, 32., 2009, Curitiba. Anais... São Paulo: INTERCOM, 2009a.

\_\_\_\_\_. **Radiojornalismo hipermediático: tendências e perspectivas do jornalismo de rádio all news brasileiro em um contexto de convergência tecnológica**. 2009. 301 f. Tese (Doutorado em Comunicação e Cultura Contemporâneas) – Universidade Federal da Bahia (UFBA), Salvador, 2009b.

\_\_\_\_\_. Radiojornalismo hipermediático: um estudo sobre a narrativa multimidiática e a convergência tecnológica na Rádio France Info. Mimeo.

MACHADO, Elias. **O ciberespaço como fonte para os jornalistas**. Salvador – Ba, Calandra, 2003.

MARTÍNEZ-COSTA, María del Pilar; MORENO MORENO, Elsa (coords). **Programación Radiofónica: arte y técnica del diálogo entre la radio y su audiencia**. Barcelona: Ariel, 2004.

ORTRIWANO, Gisela Swetlana. Radiojornalismo no Brasil: fragmentos de história. **Revista USP**. Num 22, dez-fev 2002-2003.

SCHUSTER, Aline; PEDRAZZI, Fernanda. Mulheres no rádio: uma investigação sobre a presença feminina nos microfones das rádios de Frederico Westphalen. In: **Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação na Região Sul**, 09., 2008, Guarapuava. Anais... São Paulo: INTERCOM, 2008.

TRIVIÑOS, Augusto. **Introdução à Pesquisa em Ciências Sociais: a pesquisa qualitativa em educação**. São Paulo: Atlas, 1987.