

Estudar radiojornalismo na era digital: uma revisão metodológica

Debora Lopez¹

Resumo: Os meios de comunicação munem-se, em um ambiente de demandas informativas e tecnologias, de novas estratégias de apuração e de interação social. O radiojornalismo passa a incorporar, cada vez mais, ferramentas e fontes de informação como e-mail, telefone e, contrariando sua essência, veículos de comunicação impressos e *releases* de assessorias de comunicação. O jornalismo passa a ser pautado pelo próprio jornalismo. Essa mídia, dessa maneira, passa a andar na contra-mão da era digital, que exige imediatismo e velocidade. O rádio pautado pela Internet e pelos meios impressos apresenta uma dissincronia com outras mídias, nãose enquadrando em suas exigências básicas, ampliando suas definições, conceitos e perspectivas. Estudar esse novo rádio exige novas propostas metodológicas, que pretendemos, com esse estudo, analisar e discutir.

Palavras-Chave: Radiojornalismo; jornalismo *all news*; era digital; metodologia.

O radiojornalismo tem características marcantes em relação aos demais meios de comunicação de massa. Além disso, possui também especificidades marcantes em suas diversas formas e estilos. Essas características individuais exigem novas formas e metodologias para pensar e analisar o meio e o fazer jornalístico nesse campo de atuação. Hoje estudar o rádio e o radiojornalismo não se restringe – e não poderia sê-lo – ao próprio veículo de comunicação. O rádio deve ser compreendido a partir do universo comunicacional em que se insere e das relações e interferências que cada um dos elementos exerce sobre o outro. Tomemos por exemplo o rádio *all news*. Há uma tendência, à potencialização da informação no rádio e ao surgimento de emissoras 100% notícias. A cada dia mais os sujeitos se informam pelo rádio, aproveitando suas características centrais, como o imediatismo, a proximidade e a mobilidade. Por divulgar e produzir notícias 24 horas por dia esse tipo de emissora precisa ser observada à luz do jornalismo e do ambiente em que se encontra: a era digital. Isso porque o fazer jornalístico atual tem passado por mudanças e reconfigurações, muitas derivadas das demandas criadas pela era digital.

¹ Doutoranda em Comunicação e Culturas Contemporâneas pela Facom/UFBA, mestre em Letras pela Unioeste e graduada em Jornalismo pela UEPG. É professora no Centro Universitário FIB e na FSBA, em Salvador.

No rádio, estratégias discursivas e de apuração se complementam e buscam, muitas vezes, sua origem em outros meios de comunicação, como a mídia impressa, televisiva e on line. O modelo que denominaremos aqui como tradicional no fazer jornalístico radiofônico diz respeito à cobertura ao vivo, classificada por Ortriwano (1985) como de “natureza substantiva”. “O jornalismo de natureza substantiva encontra sua manifestação máxima na emissão direta, cumprindo na íntegra uma das características básicas da mensagem radiofônica: o imediatismo” (ORTRIWANO, 1985, p. 97). O advento de tecnologias variadas auxiliou o radiojornalismo, em distintos momentos, a ampliar a sua presença no palco dos acontecimentos. A presença das Unidades Móveis nas ruas, o uso dos telefones fixos como uma forma de ampliar os espaços alcançados na transmissão da informação e por último o uso do telefone celular e do telefone de transmissão via satélite para chegar aos locais antes inacessíveis tornaram a figura do repórter imprescindível no fazer jornalístico de rádio (ZUCHI, 2004). Entretanto, o potencial tecnológico e o desenvolvimento de novas estratégias de apuração não trouxeram somente alterações interacionais e próximas ao jornalismo de rádio. A presença do jornalista no palco dos acontecimentos (MEDITSCH, 1999; ORTRIWANO, 1985) já não está tão certa ou tão exigida por alguns comunicadores (VEIGA, 2006).

Diversas modificações podem ser detectadas no jornalismo da era digital. Entre as mudanças fundamentais do fazer jornalístico com a entrada das tecnologias digitais estão a descentralização da produção, a personalização de conteúdos e a informação em tempo real (LEMOS, 1997). Essas características são visualizadas com maior clareza na Internet, entretanto, refletem-se em outras mídias, como o rádio. A cada dia mais encontramos uma definição específica e estreita do público de uma emissora, além de detectarmos a presença de produções especializadas, como comentaristas, programas de entrevistas – que algumas vezes visam ao didatismo –, dossiês e grandes reportagens explicativas. Para observar essas características a metodologia de pesquisa em comunicação apóia-se em outras áreas e para que a observação possa ser ampla e completa é preciso realizar análises variadas e cruzamento de informações, lançando olhares sobre a programação das rádios, assim como do conteúdo que transmitem, observação simples das suas rotinas, entrevistas com os profissionais que atuam no jornalismo e análise comparativa com outros meios de comunicação.

Pensar em jornalismo de rádio é, antes de mais nada, pensar nas rotinas produtivas e técnicas de apuração adotadas pelas emissoras. As alterações no fazer jornalístico radiofônico se apresentam, no contexto da era digital, de maneira mais explícita. A apuração de informações através do telefone (FERRARETTO, 2001), prática já utilizada pelo rádio há anos, é potencializada. Hoje, algumas emissoras optam pela apuração sem a utilização de repórteres de rua (VEIGA, 2006). Pensando na proximidade com o público e a presença no palco dos acontecimentos como essência do radiojornalismo (ORTRIWANO, 1985), observamos aqui uma deturpação gerada pelas facilidades da tecnologização. A Internet passa a ser usada então, nessa perspectiva de facilitação, como fonte principal das informações e acontecimentos. O uso da *web* como fonte para o jornalismo (MACHADO, 2003) é levado ao extremo e faz com que o rádio, veículo supostamente imediato (MCLEISH, 2001), seja pautado por outras mídias.

Lembrando aqui que nos referimos a jornalismo *all news*, que trabalha com informação, opinião acerca dos fatos (MARANGONI, 1999). Jornalismo 24 horas pressupõe – ou deveria pressupor – interpretação e análise. Buscamos observar então de que maneira essas mudanças geradas pela era digital e pela Internet permitem a compreensão do jornalismo *all news* no rádio a partir de suas especificidades e quais as conseqüências das alterações impostas por esse contexto em que ele se insere na informação e no fazer jornalístico.

Ao pensar em emissoras *all news* não podemos considerar os mesmos critérios e esperar pelas mesmas rotinas produtivas de rádios convencionais, que mesclam conteúdo jornalístico com entretenimento e músicas, muitas vezes apresentando o jornalismo em segundo plano. Notícias 24 horas pressupõem uma potencialização de algumas das características do jornalismo radiofônico, como o imediatismo e a informação de serviços. Mas não se trata unicamente de uma potencialização. Características de outras mídias – e demandas de um público habituado a um amplo fluxo de informações – agregam-se ao rádio. A velocidade, por exemplo, é vista como pressuposto do radiojornalismo *all news*. As notícias precisam ser apresentadas aos ouvintes no momento em que ocorrem, analisadas e discutidas. Entretanto, devem ser breves. São análises pontuais, para consumo rápido.

Emissoras como *Band News FM* e *CBN*², por exemplo, têm características muito distintas, embora todas tenham sofrido alterações devido ao ingresso na era digital. As emissoras têm, por hábito, a subutilização de reportagens de campo, dando preferência a comentários, notas e participações ao vivo. No caso específico da *Band News FM Salvador* os gêneros adotados são a entrevista e a nota. A apuração de notícias se dá através de telefone e Internet, sem ida a campo – o que seria uma premissa do radiojornalismo, que é, por definição, próximo ao ouvinte e trabalha com informações locais.

Outras alterações podem ser observadas. A *Central Brasileira de Notícias*, ao trabalhar com jornalismo 24 horas opta predominantemente pela análise e pelo gênero opinativo. Busca, em sua estrutura organizacional a presença de comentaristas e âncoras (como a emissora denomina seus apresentadores). É certo que a *CBN* utiliza o conceito e a compreensão geral de âncora como uma estratégia para atribuir valor e credibilidade à sua informação e para atrair o público. Isso porque em uma sociedade em que a informação circula em alto fluxo e que a cada dia os fatos são transmitidos de maneira mais imediata, constante e, em muitos casos, superficial, a análise pronta e os referenciais de autoridade de ditos especialistas mostram-se fundamentais.

Assim, hoje, para discutir e compreender o radiojornalismo e principalmente o radiojornalismo *all news*, é preciso entender de que maneira as alterações geradas pelo processo de tecnologização da sociedade e dos *media* modificaram e/ou reconfiguraram o fazer jornalístico no rádio. A reportagem assistida por computador, o uso da Internet como fonte, a intensificação e facilitação do uso do material de assessorias de comunicação com o advento do e-mail, além do aumento na quantidade de informações disponíveis ao jornalista nas redações devido às ferramentas disponíveis na *world wide web* e também o crescimento dos dados oferecidos ao sujeito através de inúmeros suportes tecnológicos em

² Utilizamos, como exemplo nesse artigo para as referências ao mercado, as emissoras 100% notícia brasileiras *Band News FM* e *Central Brasileira de Notícias*. Optou-se por observar essas emissoras por terem características distintas, mas adequadas e, em grande medida, determinadas pela era digital: o jornalismo sentado, o uso de entrevistas em detrimento de reportagens, o uso dos releases em detrimento da apuração da emissora, o uso de notícias de jornais em detrimento do imediatismo, o uso de reportagens especiais, a elaboração de dossiês e a elaboração de programas especiais. Ambas emissoras adotam como público ideal as classes A e B, que tem como característica o acesso a outras mídias e a conexão tecnológica típica da era digital. A *Band News* se declara como emissora voltada para essas classes (VEIGA, 2006); a *CBN* é voltada, inclusive em sua estrutura de programação e pautas, para empresários, políticos e formadores e opinião; a *CBN* tem no público formador de opinião parte fundamental de sua audiência.

seu cotidiano apresentam-se como alguns dos responsáveis por parte das mudanças no jornalismo de rádio.

O advento da Internet e a potencialização diária de seu uso na sociedade atual apresentam ao público consumidor de comunicação algumas alterações. Essas mudanças, em grande medida, dizem respeito à oferta de informações e a como ela é feita. Entretanto, outro ponto crucial, principalmente para o jornalismo, em relação aos processos de tecnologiação pelos quais passa a sociedade atual é a forma como utilizamos esses recursos. As rotinas produtivas do jornalismo sempre foram marcadas pela presença de elementos tecnológicos e seu desenvolvimento fez com que os jornalistas realizassem algumas adaptações. Assim como a inserção do telefone e, posteriormente, a possibilidade de gravar áudio via telefone alteraram as rotinas, por exemplo, de emissoras de rádio, a rede mundial de computadores também é apresentada como um novo potencial para a apuração jornalística, que gerou novas rotinas e novos fazeres no jornalismo. Machado (2003) aponta duas possibilidades de uso para esse potencial: a) a utilização, em meios convencionais, da rede como uma ferramenta de busca de informações e conteúdo complementar, que auxilia a apuração tradicional; e b) a criação do webjornalismo³, mas distinto dos meios convencionais, com características próprias e configurado como uma modalidade específica. Embora as iniciativas nesse sentido tenham surgido desde a década de 70, com o uso do vídeo-texto (BARBOSA, 2002), a utilização em massa da rede mundial de computadores começou só na década de 90 (PALACIOS, 2002), embora o uso jornalístico inicial tenha ficado restrito a uma perspectiva quase de publicidade dos veículos, através da disponibilização de resumos de textos das versões impressas dos jornais (BARBOSA, 2002; MOHERDAUI, 2000)⁴.

³ A discussão acerca do fazer jornalístico específico para a Internet não será realizada aqui, já que o objeto de estudos da presente proposta é o radiojornalismo convencional e as influências que a tecnologiação e, fundamentalmente, a rede mundial de computadores exercem sobre esse jornalismo.

⁴ Machado aponta duas estratégias de incorporação da tecnologia ao jornalismo: o Jornalismo de Precisão e a Reportagem Assistida por Computador que são “capazes de reduzir a tecnologia a um uso instrumental porque [sua difusão] aperfeiçoa o trabalho sem desestabilizar os fundamentos da prática”. (MACHADO, 2003, p. 35). Segundo o autor, o jornalismo de precisão não causava rupturas ou gerava alterações na rotina de produção, nem mesmo em relação à velocidade, e por isso foi abandonado. Já a reportagem assistida por computador potencializa mais o uso dos computadores, inserindo-os no processo de apuração e pesquisa como instrumentais para busca de informações, em bancos de dados virtuais, que complementem a apuração com fontes primárias. “O conceito jornalismo assistido por computador identifica o processo de coleta de dados com auxílio do computador e que, para Nora Paul (1994), abrange quatro modalidades: 1) reportagem, 2) pesquisa, 3) referência e 4) encontro” (MACHADO, 2003, p.23).

O rádio embora não se apresente como hipertextual, já que o ouvinte precisa seguir a linha narrativa definida pelo jornalista ou pelo comunicador, não tendo liberdade de caminhar como queira entre as informações, atende a duas das potencialidades do webjornalismo: a interatividade e a instantaneidade. O rádio é um meio de comunicação interativo por natureza, que visa à representação de seu público, e, até por isso, costuma ser local ou regional, construindo uma identificação desse ouvinte com a emissora (FERRARETTO, 2001). No rádio, o ouvinte ouve a sua voz, sabe sobre seu bairro, liga e conversa com os comunicadores, fideliza-se, confia e, a partir daí, sugere pautas, confia informações, envolve-se com a emissora (SALOMÃO, 2003). O rádio é sim um veículo que fala para milhões (McLEISH, 2001), que tem uma audiência heterogênea e nem sempre conhecida (FERRARETTO, 2001), mas, ainda assim, por identificação de interesses, consegue manter sua relação próxima com seu público.

Este contexto do rádio como meio de comunicação próximo e fidelizante é antiga. Remonta o período áureo do rádio – no Brasil, nas décadas de 30 e 40 – e mantém-se até hoje. Entretanto, mantém-se através de novas estratégias. A inserção a cada dia maior da Internet no cotidiano das sociedades ocidentais gerou também mudanças nos meios convencionais, que chegam a uma nova fase, de adaptação. O radiojornalismo, hoje, não pode mais ser considerado eminentemente local. Com a ruptura dos limites de espaço e tempo no webjornalismo e a oferta cada vez maior de informações para o público o rádio, caso não passasse a mesclar informações locais, nacionais e internacionais, ficaria para trás. Assim, o globalismo e o glocalismo da rede mundial de computadores passam a integrar também o jornalismo radiofônico (TRIVINHO, 2004, p.13-14).

Trivinho (2004) lembra ainda que esse avanço entre os limites territoriais começou antes da própria Internet, com as redes de telefonia no século XIX, com o rádio nas primeiras décadas do século XX e depois disso com a televisão. Entretanto, é importante ressaltarmos que, embora o rádio tenha sido usado em alguns momentos com o objetivo de aproximar culturas, como ocorreu com a disseminação do *american way of life* e com *O Repórter Esso* durante a II Guerra Mundial, nas últimas décadas seu potencial estava mais voltado a uma recuperação da identidade com o local (FERRARETTO, 2001; ORTRIWANO, 1985), o que está se reconfigurando e se adequando às demandas das novas

tecnologias da comunicação através do uso de novas estratégias de apuração e a manutenção da perspectiva local (MEDITSCH, 1999).

Meditsch (1999) destaca, ao discutir esse novo radiojornalismo, a importância da presença do repórter no palco dos acontecimentos, mesmo quando a informação é apresentada ao vivo, enquanto se desenrola o fato. A observação do local, a apuração face a face, o acesso às fontes, para o autor, são elementos fundamentais para a verificação eficiente de uma informação jornalística. A apuração via telefone e a Internet podem ser utilizadas pelo jornalista, e com eficácia, como complementação à apuração tradicional. Machado (2003) lembra que o jornalismo nas redes está invertendo a lógica de produção das notícias, já que, agora, antes de ir para o palco dos acontecimentos, o jornalista faz uma ampla pesquisa de informações da web para subsidiar-se e buscar, na apuração tradicional, uma complementação, uma análise que o auxilie na elaboração do seu conteúdo jornalístico⁵.

Estudos em radiojornalismo

Os estudos em radiojornalismo no Brasil ainda são restritos. Poucos autores debruçam-se sobre essa área do conhecimento. Além disso, é importante considerarmos as distinções entre as perspectivas mais acadêmicas (MOREIRA, 1999; MEDITSCH, 1999 e 2005; FERRARETTO, 2001; BARBOSA FILHO, 2003), os manuais de redação (BARBEIRO & LIMA, 2001; PORCHAT, 1993; KLÖCKNER, 1997) e as que trazem mais relatos de experiências (CÉSAR, 1996; CHANTLER & HARRIS, 1998; KLÖCKNER, 1997), mais comuns. Considerações sobre as alterações geradas pela era digital e pelo advento das novas tecnologias de informação, como a Internet, nessa mídia são, constantemente, relegadas a segundo plano. Mesmo em obras que observam o radiojornalismo sob um ponto de vista mais amplo, inserido em um ambiente midiático múltiplo e que interage com outras mídias, como Sousa e Aroso (2003), ainda é possível encontrar uma minimização – ou ao menos um abandono – das trocas e mudanças geradas pela Internet no fazer jornalístico de rádio.

Pensamos aqui em jornalismo *all news*, normalmente também posto de lado nas discussões teóricas sobre o meio. As emissoras de jornalismo 24 horas são observadas, na

⁵ Vale ressaltar que Machado (2003) defende a apuração exclusiva através da Internet para o jornalismo digital, não estendendo essa nova característica aos demais veículos de comunicação de massa.

maior parte das vezes, a partir dos mesmos critérios jornalísticos das emissoras de conteúdo misto. Academicamente, as únicas produções sobre o radiojornalismo *all news* são Marangoni (1998) e Klöckner (1997). Outros autores, como Ferraretto (2001) abordam de maneira breve o tema, mas centralizam sua abordagem em conceituações, desviando-se das discussões acerca do fazer jornalístico e das rotinas de produção.

As mudanças no conceito de notícia no jornalismo contemporâneo se estabelecem, em grande medida, devido às demandas geradas pelo webjornalismo e pelo constante aumento no fluxo de informações e intensificação da velocidade em que é oferecida na sociedade atual (MORETZSOHN, 2002). Limites e conceitos têm sofrido mutações. A personalização, a interatividade, a customização de conteúdo, a convergência, características do jornalismo de Internet (PALACIOS *et alli*, 2002) têm reconfigurado também o jornalismo radiofônico, fundamentalmente em redes *all news*.

O rádio é considerado o meio de comunicação mais próximo do público, por ter como característica a transmissão de informações locais e a apuração de denúncias e pautas repassadas pelos ouvintes. Dentre os critérios de noticiabilidade mais importantes no jornalismo radiofônico, está certamente a proximidade (ERBOLATO, 1991). Noticia-se, primordialmente, o que interessa diretamente ao público ou o afeta (FERRARETTO, 2001). Desta forma, a presença do comunicador, do repórter no palco dos acontecimentos torna-se fundamental para que ele possa observar e verificar o fato, além de descrever o ambiente, para, como explica McLeish (2001) ser capaz de produzir imagens sonoras e trazer o ouvinte para o local onde se desenrola a informação. Com o desenvolvimento das tecnologias e a conseqüente adaptação das rotinas jornalísticas a elas, o radiojornalismo tem se apropriado de novas estratégias de apuração em detrimento da apuração face a face. O jornalismo radiofônico brasileiro em emissoras *all news* prioriza, neste sentido, o uso do repórter sentado – que apura suas informações através do telefone e da Internet – e do *gilette press* – apropriando-se de informações e, muitas vezes, usando o texto sem adaptá-lo ao veículo, de assessorias de imprensa e outros veículos impressos e/ou on line –, o que transfigura a essência do gênero: a presença no palco dos acontecimentos e o imediatismo.

A oferta de informações a cada dia mais constante e intensa gera, em certa medida, uma confusão, até mesmo para os comunicadores, do que seria a opinião e do que seria a informação no jornalismo. O rádio, por trabalhar caracteristicamente com o improvisado,

diversas vezes traz opiniões travestidas – de maneira intencional ou não – de informação. Na sociedade atual, ambiente de grande volume de dados e acontecimentos sendo transmitidos, a opinião passa a ter um valor de verdade atrelado a si. No rádio, meio de comunicação que tem o som como seu único suporte, essa opinião, muitas vezes passa despercebida como tal, sobrepujando a força do fato.

Estudar radiojornalismo

Apontamos nesse artigo alguns horizontes metodológicos para estudos em radiojornalismo. Pretendemos, dessa maneira, indicar caminhos a serem seguidos em busca de uma compreensão mais ampla desse meio de comunicação em seu novo ambiente, a era digital. Propomos, como possibilidade metodológica, unir a pesquisa bibliográfica com a observação e a análise de produtos. Entretanto, para que este processo se inicie e tenha continuidade de forma a atender os objetivos do projeto, de efetivamente detectar, questionar e compreender a nova configuração do radiojornalismo em emissoras *all news*, observamos a importância de abordar o trabalho de campo em três fases, que se enquadram na definição de Triviños (1987) e Gil (1999) para os tipos de estudo.

Iniciaremos a pesquisa com um estudo exploratório, fundamental para que o pesquisador compreenda seu objeto paralelamente à sua imersão bibliográfica. Esta fase pode compreender primeiros contatos com o objeto (as emissoras), além de visitas – que podem originar fichas de observação mais breves, tomadas como contextuais. Fundamental também para compreender o objeto de estudos é desenvolver uma pesquisa sobre o histórico das emissoras, com o objetivo de conhecer, ao menos inicialmente, as características e objetivos dessas emissoras em relação ao jornalismo no momento de sua criação. Como explica Triviños (1987) o pesquisador busca, durante todo o processo de pesquisa, conhecer a realidade do *corpus* selecionado. Segundo o autor, nessa etapa da pesquisa novas problematizações podem surgir, além de ela possibilitar ao pesquisador o acesso a elementos que permitam, no futuro, a obtenção dos resultados do estudo que propõe. Esse contato, desenvolvido com antecedência permite ao pesquisador obter informações prévias à sua observação. Esses dados podem auxiliar na elaboração do plano de observação e das pautas das entrevistas que serão aplicadas, além de contribuir para o

estabelecimento dos pontos de convergência e divergência entre a pesquisa bibliográfica e as ações mais diretas de campo.

A segunda de pesquisa, que se desenvolve após a fase exploratória, é a descritiva (TRIVIÑOS, 1987). Este é o momento em que passaremos a imergir no objeto, buscando nele e fora dele seus dados – através de distintas estratégias metodológicas –; detalhando e questionando teorias e autores através da pesquisa bibliográfica; passando a acompanhar, por períodos determinados, o cotidiano das emissoras; buscando definir e identificar variáveis que apontem para as mudanças ocorridas no jornalismo radiofônico; trabalhando com análises qualitativas e levantamento de dados. Os estudos de radiojornalismo têm relegado um pouco esse momento da pesquisa, o que acaba por gerar investigações mais vagas e menos sustentadas. Algumas das variáveis a serem analisadas já estarão definidas nas duas primeiras etapas da pesquisa de campo. Exemplos dessas variáveis podem ser: a) observação das estratégias de apuração dos veículos; b) sistematização e quantificação da divulgação de informações locais, nacionais e internacionais pelas emissoras; c) busca, através de entrevistas com profissionais, dos valores-notícia adotados pela emissora atualmente e antes da adoção da Internet como ferramenta jornalística; d) observar e questionar os jornalistas sobre o valor da informação em relação à opinião no meio de comunicação de massa em que atuam; e) verificar, através de entrevistas com os jornalistas e contraposição de notícias divulgadas, assim como se os comunicadores verificam as informações transmitidas, nos períodos de observação das emissoras, entre outras. As variáveis devem ser verificadas no decorrer de toda a pesquisa, mas, neste momento, podem ser observadas historicamente. Essa investigação acerca do ambiente histórico em que se desenvolve o processo pretende se estabelecer de duas maneiras: a) pesquisa bibliográfica atual e histórica que contemple as distintas fases e alterações da sociedade; b) aproximação em campo, na busca por informações atuais e de condições de produção. Essa segunda fase do processo de pesquisa de campo pode acontecer através da adoção de algumas estratégias metodológicas distintas e complementares, como a observação livre e as entrevistas, que serão detalhadas adiante. Assim torna-se possível ampliar a análise realizadas e compreender como essas relações se estabeleciam nas rádios antes da popularização e da adoção da Internet como ferramenta por elas, e, se for o caso, apontar como essa adoção se reflete no seu cotidiano.

É também nesse momento que se propõe a realização de observação de rotinas. Esse processo e a proximidade estabelecida antes de começarmos a executar as entrevistas com os jornalistas é fundamental. Por isso, optamos, nessa pesquisa, pelo uso da observação simples (GIL, 1999). Através desse método o pesquisador pode observar as rotinas de produção de informação e os conflitos e tensões que se estabelecem diariamente nas redações das emissoras selecionadas.

Para o desenvolvimento da observação sugerimos que o estudioso elabore fichas que conterão os dados mais formais, como data, local e acontecimentos principais do dia, além de uma descrição dos fatos, redigida pelo pesquisador e que pretende centralizar suas atenções em três tópicos, apontados por Gil (1999) como fundamentais: os sujeitos, os cenários e os comportamentos sociais. As fichas funcionam como diários, que permitem, após uma sistematização e análises científicas, a detecção de elementos que reiterem ou neguem falas, acontecimentos e relações.

A entrevista é uma das estratégias metodológicas mais utilizadas em pesquisa social. Através dela é possível coletar dados objetivos e subjetivos (CRUZ NETO, 2002). Uma das formas tradicionais de complementação da observação livre, é através das entrevistas que podemos captar sensações, impressões e opiniões dos agentes do processo social que estudamos.

Ainda nesse momento, uma estratégia metodológica eficiente é a realização de entrevistas face-a-face (GIL, 2002). Desta forma, é possível captar os dados subjetivos, que podem ser úteis na análise dos resultados das entrevistas e que podem ser registrados através de fichas de observação de cada uma das incursões às emissoras e de cada uma das entrevistas realizadas (TRIVIÑOS, 1987). Além disso, como explica Gil (1999), a ausência do contato face-a-face traz muitas desvantagens e merece ser realizado quando se busca estatísticas, objetivo que não temos.

Em estudos de radiojornalismo distintos sujeitos podem ser entrevistados, como os jornalistas que participam do processo de elaboração e transmissão da informação para o público. Os métodos de entrevista semi-estruturada (CRUZ NETO, 2002; TRIVIÑOS, 1987) e entrevista por pauta (GIL, 1999) adequam-se aos estudos em jornalismo radiofônico. Através deles é possível obter análises e opiniões dos entrevistados. É importante que o processo seja dialogal, interacional. Com a entrevista por pauta é possível

permitir que o entrevistado fale mais sobre alguns temas questionados pelo pesquisador de maneira pontual. Desta maneira, história, evolução, mudanças, dados mais formais sobre a emissora e seu jornalismo, assim como opiniões, análises serão abordados de maneira mais livre. Os temas a serem abordados nas entrevistas, elencados previamente na elaboração da pauta, podem ser originados da observação da programação das emissoras, da relação entre suas produções jornalísticas, da pesquisa bibliográfica e de demais entrevistas já realizadas.

Além da entrevista por pauta ou semi-estruturada outra estratégia metodológica pode ser utilizada. No caso de jornalistas ou comunicadores que participem da emissora há mais tempo e que possam falar de maneira mais específica sobre as mudanças ocorridas através de suas histórias de vida profissional, um método interessante é a entrevista focalizada (GIL, 1999). Com esse tipo de entrevista o pesquisador pode “explorar a fundo alguma experiência vivida em condições precisas” (GIL, 1999, p. 120) para analisar de maneira mais personalizada nosso objeto.

acreditamos poder

A análise da programação da emissora é outra metodologia comum e eficaz. Ela pode se dar em duas perspectivas: quantitativa e qualitativa (GIL, 1999). Essa análise pode ser comparativa entre duas ou mais emissoras, entre distintos programas em uma mesma emissora (restrita a trechos da programação, e não à grade completa), entre uma emissora de rádio e outros suportes midiáticos. Cada uma dessas análises deve gerar resultados e atender a objetivos distintos.

Utilizaremos a análise de conteúdo como estratégia metodológica para confirmar ou negar as hipóteses da pesquisa e para buscar o que “está por trás dos conteúdos manifestos” (GOMES, 2002, p. 74). Após uma observação prévia do conteúdo jornalístico obtido, é fundamental definir unidades de registro e unidades de contexto que servem como norte para a sistematização da análise a ser desenvolvida. Os resultados da análise de conteúdo podem ser cruzados com a observação simples, as entrevistas e a pesquisa bibliográfica⁶ na busca pela verificação das hipóteses e pelo atendimento aos objetivos propostos.

⁶ Através do cruzamento dos resultados quantitativos obtidos através da análise de conteúdo com os demais resultados obtidos através de processos mais subjetivos, é possível chegar a um denominador qualitativo. Assim, a observação e o aproveitamento dos dados em cruzamento pretende minimizar os problemas que

É possível, nos estudos de radiojornalismo, por dessa estratégia o estudioso pode, como a pesquisa propusero estudo pode ao analisar seu objetos características do público da emissora analisada e dos veículos utilizados como referência comparativa. O terceiro momento proposto (Gil, 1999) é possível adotar a pesquisa explicativa. Este é o momento do pesquisador cruzar e analisar os dados obtidos nas etapas anteriores através de técnicas de pesquisa qualitativa e análise das variáveis detectadas. É possível, nesse sentido, conjugar as ações do método observacional com essas três fases da pesquisa. Através dessas estratégias é possível apontar as alterações ocorridas no jornalismo *all news* e sua relação com os ambientes comunicacional e social em que se insere.

O objetivo deste ensaio é apontar caminhos metodológicos possíveis para os estudos em radiojornalismo. Não pretendemos esgotar o tema, nem detalhar as perspectivas apresentadas. Entretanto, buscamos, através desses apontamentos, acenar para direcionamentos para a abordagem do rádio no contexto comunicacional da era digital.

Referências BIBLIOGRÁFICAS

- BARBEIRO, Heródoto; LIMA, Paulo Rodolfo de. **Manual de Radiojornalismo: produção, ética e Internet**. Rio de Janeiro: Campus, 2001.
- BARBOSA, Suzana. **Jornalismo digital e a informação de proximidade: o caso dos portais regionais, com estudo sobre o UAI e o iBAHIA**. (dissertação de mestrado), FACOM/UFBA, 2002.
- CÉSAR, Cyro. **Rádio: inspiração, transpiração e emoção**. 2ª ed. São Paulo: Ibrasa, 1996.
- CHANTLER, Paul; HARRIS, Sim. **Radiojornalismo**. São Paulo: Summus, 1998.
- CRUZ NETO, Otávio. O Trabalho de Campo como Descoberta e Criação. In: MINAYO, Maria Cecília de Souza (org). **Pesquisa Social: Teoria, método e criatividade**, 21ª Ed, Petrópolis, RJ: Vozes; 2002.
- ERBOLATO, Mário. **Técnicas de Codificação em Jornalismo**. São Paulo: Ática, 1991.
- FERRARETTO, Luiz Artur. **Rádio: o veículo, a história e a técnica**. 2ª ed. Porto Alegre: Ed. Sagra Luzzatto, 2001.
- GIL, Antônio Carlos. **Métodos e Técnicas de Pesquisa Social**. 5ª ed. São Paulo: Atlas, 1999.
- KLÖCKNER, Luciano. **A Notícia na Rádio Gaúcha: orientações básicas sobre texto, reportagem e produção**. Porto Alegre: Sulina, 1997.
- LEMOS, André. Anjos interativos e retribalização do mundo. Sobre interatividade e interface digitais. **Tendências XXI**, Lisboa, 1997. Também disponível em <http://www.facom.ufba.br/pesq/cyber/lemos/interac.html>. Acesso em: 12 fev 2006.
- MACHADO, Elias. **O ciberespaço como fonte para os jornalistas**. Salvador – Ba, Calandra, 2003.

muitos autores vêm na análise de conteúdo, vista como superficial por ser eminentemente quantitativa e alheia ao contexto (GOMES, 2002).

- MARANGONI, Nivaldo. **Programação jornalística vinte e quatro horas por dia: o pioneirismo da CBN - Central Brasileira de Notícias.** Trabalho apresentado no XXII Intercom. 1999.
- _____. **Programação jornalística vinte-e-quatro-horas por dia: o pioneirismo da CBN - Central Brasileira de Notícias.** 1998. Dissertação (Mestrado em Comunicação Social) - Universidade Metodista de São Paulo
- MCLEISH, Robert. **Produção de Rádio: Um guia abrangente de produção radiofônica.** São Paulo, Summus, 2001.
- MEDITSCH, Eduardo. **A Rádio na Era da Informação.** Coimbra: Minerva, 1999.
- _____. **Teorias do Rádio.** Florianópolis, SC: Insular, 2005.
- MOHERDAUI, Luciana. **Guia de Estilo Web: produção e edição de notícias on-line.** São Paulo: Senac, 2000.
- MOREIRA, Sônia Virgínia. **O Rádio no Brasil: tendências e perspectivas.** Brasília: Ed UnB, 1999.
- MORETZSOHN, Sylvia. **Jornalismo em “tempo real”: o fetiche da velocidade.** Rio de Janeiro: Revan, 2002.
- ORTRIWANO, Gisela Swetlana. **A Informação no Rádio: os grupos de poder e a determinação dos conteúdos.** 2ª ed. São Paulo: Summus, 1985.
- PALACIOS, Marcos. **Jornalismo Online, Informação e Memória: Apontamentos para debate.** Trabalho apresentado durante as Jornadas de Jornalismo Online, 21 e 22 de junho de 2002, Universidade da Beira Interior, Portugal.
- _____. *et. alli.* **Um mapeamento de características e tendências no jornalismo online brasileiro.** Trabalho apresentado no Redecom, Salvador, BA, março de 2002.
- PORCHAT, Maria Elisa. **Manual de Radiojornalismo Jovem Pan.** São Paulo: Ática, 1993.
- SALOMÃO, Mozahir. **Jornalismo Radiofônico e Vinculação Social.** São Paulo: AnnaBlume, 2003.
- SOUSA, Jorge Pedro; AROSO, Inês. **Técnicas Jornalísticas nos Meios Eletrônicos: princípios de radiojornalismo, telejornalismo e jornalismo on line.** Porto, PT: Oficina Gráfica da Universidade Fernando Pessoa, 2003.
- TRIVINHO, Eugênio. **Comunicação, Glocal e Cibercultura: bunkerização da existência no imaginário mediático contemporâneo.** Trabalho apresentado no GT de Tecnologias Informacionais de Comunicação e Sociedade do XIII Encontro Nacional da COMPÓS, São Bernardo do Campo, SP, junho 2004.
- TRIVIÑOS, Augusto. **Introdução à Pesquisa em Ciências Sociais: a pesquisa qualitativa em educação.** São Paulo: Atlas, 1987.
- VEIGA, Renata. **Análise da Rotina Produtiva da BandNews FM Salvador.** Monografia de conclusão de curso de Jornalismo. Faculdade Social da Bahia, Salvador, 2006.
- ZUCHI, Ivan Luiz. **O Telefone Celular e o Radiojornalismo ao Vivo nas Emissoras AM de Cascavel.** Monografia. Faculdade de Ciências Sociais de Cascavel. Cascavel, 2004.