



CENTRO DE ARTES E COMUNICAÇÃO
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM COMUNICAÇÃO

***A construção da notícia no rádio e as novas
rotinas produtivas: um estudo da Rádio Jornal
de Pernambuco***

Karoline Maria Fernandes da Costa e Silva

Recife/PE, fevereiro de 2014

KAROLINE MARIA FERNANDES DA COSTA E SILVA

**A CONSTRUÇÃO DA NOTÍCIA NO RÁDIO E AS NOVAS ROTINAS
PRODUTIVAS**

UM ESTUDO DA RÁDIO JORNAL DE PERNAMBUCO

Dissertação apresentada por Karoline Maria Fernandes da Costa e Silva ao Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Universidade Federal de Pernambuco como parte dos requisitos para obtenção do grau de Mestre em Comunicação Social.

Orientador: Prof. Dr. Heitor Costa Lima da Rocha

Recife/PE, fevereiro de 2014

Catálogo na fonte

Bibliotecária Maria Valéria Baltar de Abreu Vasconcelos, CRB4-439

S586c	Silva, Karoline Maria Fernandes da Costa e A construção da notícia o rádio e as novas rotinas produtivas: um estudo de caso da rádio Jornal do Commercio de Pernambuco / Karoline Maria Fernandes da Costa e Silva. – Recife: O Autor, 2014. 147 f.: il. Orientador: Heitor Costa Lima da Rocha. Dissertação (Mestrado) – Universidade Federal de Pernambuco. Centro de Artes e Comunicação. Comunicação, 2014. Inclui referências e anexos. 1. Comunicação. 2. Radiojornalismo. I. Rocha, Heitor Costa Lima da (Orientador). II. Título. 302.23 CDD (22.ed.) UFPE (CAC 2014-68)
-------	--

FOLHA DE APROVAÇÃO

Autor do Trabalho: Karoline Maria Fernandes da Costa e Silva

Título: “A construção da notícia no rádio e as novas rotinas produtivas: Um estudo de caso da Rádio Jornal do Commercio de Pernambuco”

Dissertação apresentada como requisito parcial para obtenção do título de Mestre em Comunicação pela Universidade Federal de Pernambuco, sob a orientação do professor Dr. Heitor Costa Lima da Rocha

Comissão Examinadora:

Heitor da Costa Lima Rocha

Alfredo Vizeu Pereira Júnior

Ana Maria da Conceição Veloso

Recife, 26 de fevereiro de 2014

DEDICATÓRIA

*A todos aqueles que, assim como
Bertolt Brecht, acreditam no “rádio
verdadeiramente democrático”.*

AGRADECIMENTOS

“Ninguém nasce feito, é experimentando-nos no mundo que nós nos fazemos”. Em concordância com o pensamento de Paulo Freire, posso dizer que esta dissertação, escrita em dois árduos anos, não seria possível sem o apoio de tanta gente querida que me ajudou a levantar a cabeça e ir até o fim nos momentos mais difíceis, a construir uma pesquisa à altura da Universidade Federal de Pernambuco, ao mesmo tempo em que dava conta das jornadas nem sempre convenientes do trabalho, da vida, das responsabilidades e da família. Fazer parte do mundo acadêmico me fez perceber que as situações óbvias do cotidiano das rotinas produtivas de uma redação jornalística ganham uma complexidade incrível no campo teórico. É difícil explicar o que é jornalismo, o que é notícia, o que quer a audiência em um cenário tão mutável como é a comunicação no século XXI. Mas é com imensa alegria que agora posso dizer que faço parte dessa parcela da população brasileira que dedica alguma contribuição à ciência. A partir da construção do conhecimento podemos mudar o mundo, nem que seja no nosso mundo particular das idéias, e este projeto nasceu com este objetivo, e para tanto, são muitos a agradecer, mas a lista aqui reconhece o quanto alguns são especiais em minha vida.

Deus, Nossa Senhora, sempre. Minha família mais próxima: minha amada mãe: Maria Goretti Fernandes, seu colo, seu carinho e sua sabedoria de viver. Meu querido pai, Inaldo José, que me ajudou a formar meu caráter de mulher madura, com seus ditos populares típicos do interior de Pernambuco, onde estão minhas raízes. Minhas irmãs amadas: Kattiane, a primogênita, intelectual, cujas risadas agora estão imortalizadas em meu lindo sobrinho, Ernestinho, a quem também dedico esta dissertação. Kênia, a mais animada das irmãs, bela e guerreira, sempre uma inspiração positiva. Com muito carinho, à minha companheira para absolutamente todas as horas, Chris Nunes, com quem divido esta conquista. Valeu mesmo.

Ao professor e meu orientador querido Heitor Rocha, quem primeiro confiou no meu projeto, e que nunca deixou de me encher de otimismo quando eu achava que não ia conseguir dar conta da pesquisa e da extensa carga horária própria do rádio. Também Alfredo Vizeu e todos os professores o quais convivi durante o período no PPGCOM/UFPE. Também agradeço especialmente à professora e jornalista Ana Veloso, que com seu olhar clínico e sensibilidade, me trouxe muito conhecimento sobre

rádio. Aos amigos queridos que fiz na UFPE, inclusive os alunos do estágio em docência. Aos alunos de Rádio e TV da Uninassau/Pronatec, os quais compartilharam comigo conhecimentos sobre o radiojornalismo. E por falar em radiojornalismo, os meus agradecimentos especiais também se voltam para o Coordenador de Jornalismo da Rádio Jornal, o querido Carlos Morais, sempre compreensível com a minha atribulada rotina de mestrandia, repórter e professora. Ao virtuoso Geraldo Freire, um comunicador “da maioria”, como sugere o seu *slogan*. Mais lá atrás, Marise Rodrigues, que me ensinou os primeiros passos desta grande escola que é a vivência diário no rádio. A todos, muito obrigada.

RESUMO

Com o objetivo de buscar uma compreensão das rotinas produtivas do jornalismo de rádio, esta pesquisa faz uma análise de conteúdo da emissora de maior audiência no estado de Pernambuco – a Rádio Jornal do Commercio, com sede no Recife. Utilizam-se neste trabalho as teorias tradicionais da comunicação para identificar os critérios de noticiabilidade neste veículo, na tentativa de aproximar conceitos acerca do que, atualmente, é notícia no radiojornalismo local. A partir do estudo do *newsmaking* radiofônico, discute-se aqui o papel social do rádio na construção da realidade, tendo como reflexão, a concentração e valorização, neste veículo, de certos temas, considerados mais leves, em detrimento da abordagem de outros assuntos mais centrais para promover, a partir do jornalismo, o despertar crítico do público. A pesquisa teve como *corpus* o conteúdo produzido pelo departamento de jornalismo da Rádio Jornal, com recorte específico para o programa Super Manhã, comandado pelo comunicador Geraldo Freire, veiculado de segunda a sexta-feira, das 7h30 ao meio-dia. O recorte temporal escolhido neste trabalho compreendeu a coleta e análise de dados entre os dias 10 e 14 de junho de 2013, período atípico na política brasileira, em que revoltas urbanas insuflaram no país e as demandas da democracia, como o direito a um transporte público de qualidade e uma melhor educação, ficaram em evidência através de manifestações violentas, passeatas e mobilizações que reuniram milhões às ruas. Embora o papel das novas tecnologias da informação e comunicação (TICs), entre elas, as redes sociais, seja indissociável na análise do fenômeno das mobilizações de rua, esta pesquisa considera central o papel das mídias tradicionais – neste estudo de caso, o rádio local – na formação da cidadania e neste despertar crítico, através da promoção de entrevistas, reportagens e notas ligadas ao tema no espaço dedicado ao radiojornalismo. No entanto, partindo desta premissa, a presente pesquisa constata, através do estudo das reportagens, entrevistas e notas veiculadas no referido programa, que atualmente, o jornalismo de rádio local dedica pouco espaço a temas como política, nos moldes do conceito de esfera pública proposto por Habermas (1984). Os dados coletados levam a entender que fatores como a carência de normativa, além das pressões e constrangimentos próprias da profissão, influenciam de maneira negativa na construção da notícia. O corpus utilizado neste estudo serve como ponto de partida para indagações acerca de mudanças sofridas pelo produtor, pelo produto e pelo consumidor da notícia.

Palavras-chave: Radiojornalismo. Gêneros Jornalísticos. Construcionismo. Critérios de Noticiabilidade.

ABSTRACT

The goal of this research was to find a meaning of radio journalism productive routines. The “Rádio Jornal do Commercio” largest station audience in Pernambuco with headquarters in Recife was used as analyses object. It was used at this work the communication traditional theories to identify the news criteria in this media, in the attempt to approach the concepts from what it's radio journalism nowadays. From radio news making study, discusses here the social role of radio in the construction of reality, have as reflection the concentration and appreciation in this media of some themes considered more relaxing and entertainment than other subjects with focus in news and journalism to increase the critical sense at the audience. This research had as corpus the content made by the journalism department at Radio Jornal in a show called “Super Manhã” headed by Geraldo Freire. This program is shown from Monday to Friday, from 7h30 to 12 pm. The analyses were between June 10 and 14, 2013. This period was atypical in Brazilian politicians because of all urban revolution demanding good public transportation, better education and others requests for democracy. This was evidenced with violent manifestations, marches and mobilizations gathering millions of people in the streets. It's understood the role of information and communications news technology, such as online social Medias at this phenomenon; however this research considers the traditional media as the main role in this case, specifically the local radio. This research notes through the study of reports and interviews conveyed at the program that actually local radio journalism dedicate few space to themes such as politics modeled as the concept of public sphere proposed for Habermas (1984). Data collected lead to factors as normative shortage, besides pressures and constraint from the profession influence negatively at the news construction. Corpus utilized in this study fits as starting point to inquiries the changing happened with the producer and consumer of news.

Key words: Radio journalism. Journalistic genres. Gêneros. Constructionism. Newsworthiness criteries.

SUMÁRIO

INTRODUÇÃO.....	11
1 O RADIOJORNALISMO NO CURSO DA HISTÓRIA.....	19
1.1 Os jornais falados: a construção de um modelo informativo no rádio.....	24
1.2 O rádio na era da Sociedade do Conhecimento.....	29
1.3 Radiojornalismo: pressupostos teóricos.....	32
2 A CONSTRUÇÃO DO DISCURSO JORNALÍSTICO.....	38
2.1 O papel do jornalismo nas sociedades democráticas.....	42
2.2 O culto à objetividade jornalística.....	46
2.3 As relações sociais e políticas na produção da notícia.....	51
2.4 As notícias como construção social da realidade.....	53
2.5 O tempo presente e a fragmentação do discurso através dos fatos.....	57
3 GÊNEROS RADIOFÔNICOS.....	60
3.1 Os gêneros jornalísticos no rádio.....	60
3.2 A entrevista no rádio.....	62
3.3 Reportagem: conceitos e narrativas possíveis.....	67
3.4 Classificações tradicionais dos gêneros radiofônicos.....	73
3.5 Novas tecnologias, novos gêneros.....	76
3.6 Impactos da convergência empresarial no radiojornalismo.....	82
3.7 Radiojornalismo: entre o diversional e o informativo.....	83
4 A PRODUÇÃO DA NOTÍCIA NA RÁDIO JORNAL.....	88
4.1 Um estudo de caso sobre a Rádio Jornal do Commercio.....	92
4.2 A Rádio Jornal: a informação e o entretenimento.....	94
4.3“O comunicador da maioria” e as estratégias narrativas: cumplicidade e identificação através da fala.....	102
4.4 As reportagens: a simbiose entre a técnica e a ética.....	111
4.5 As rotinas produtivas e o newsmaking da Rádio Jornal.....	116
4.6 Fontes e a apuração da notícia no rádio.....	118
CONSIDERAÇÕES FINAIS.....	123
REFERÊNCIAS.....	129
ANEXOS.....	136

INTRODUÇÃO

Produzir uma notícia ou uma reportagem, em qualquer veículo de comunicação, tem se tornado cada vez mais uma atividade complexa, diante da pluralidade de pontos de vista, que, através da internet e redes sociais, potencializam essa “avalanche” informativa para o leitor/ouvinte/usuário. Este talvez seja um dos maiores desafios do jornalismo contemporâneo, cujos *valores-notícia* e rotinas produtivas se modificam a uma velocidade sem precedentes desde que estes foram estabelecidos na cultura organizacional da classe jornalística. Construir uma notícia, em tempos de mídia pós-massiva, requer um difícil condensamento de sentidos diferentes em uma estrutura mínima e dotada de lógica, e ainda, dentro de um modelo liberal de imprensa que classifica o jornalismo como uma profissão cognoscitiva que requer uma forte especialização na *narração direta, e sem mediações, do que se considera que seja a “realidade”* (ALSINA, 2009). A relação outrora dicotômica na construção dos fatos, atualmente, hoje, se converte em multifacetados vieses, que modificam o fazer jornalístico contemporâneo.

Neste sentido, como o rádio, cujas principais características com relação à linguagem são: objetividade, as notícias breves e rápidas e a fragmentação – para citar algumas – pode cumprir um dos propósitos do jornalismo: o de produzir um senso crítico diante das grandes questões ao redor do cidadão? Neste espectro de fragmentação informativa, de que modo o radiojornalismo contemporâneo brasileiro, enquanto uma das mídias mais consumidas no território, se posiciona? O presente trabalho tentou aproximar conceitos acerca desta questão, tomando como objeto de análise a emissora radiofônica líder de audiência em Pernambuco: a *Rádio Jornal*, bem como seus jornalistas, comunicadores e produtores. Soma-se à construção da notícia no rádio, a reflexão em torno dos rumos da radiodifusão brasileira no cenário digital, posto que a inevitável transição do padrão analógico para um novo modelo envolve ainda uma ampla gama de questionamentos sobre as novas rotinas, formas de transmissão, linguagem e conteúdo, consumo e comportamento da audiência. Debates como a própria digitalização, a migração das emissoras de frequência AM para a banda de rádio FM, se amalgamam às expectativas de mudanças de um cenário ainda nebuloso, mesmo para os especialistas. O panorama atual do rádio brasileiro toma para si, ainda, reflexões com relação ao material informativo veiculado e ao profissional que produzirá este conteúdo, que requer uma adequação às demandas da sociedade moderna, aos anseios

da população e à busca, enfim, do rádio *realmente democrático*, conforme preconizou Brecht (1932).

Na trajetória desta pesquisa, buscou-se uma aproximação do papel social que o rádio cumpre atualmente, tecendo um olhar sob um modelo que já se adapta às novas tecnologias e busca inserir a audiência dentro deste contexto que a presente pesquisa propõe. Para tanto, uma análise a partir do radiojornalismo se faz essencial no sentido de tentar determinar, a partir dos gêneros radiofônicos e jornalísticos, como o veículo do século XXI se comunica com seu público, no atual estágio de possibilidades tecnológicas, pois, de acordo com Prata (2012, p.15), o rádio de uma era que é chamada de pós-modernidade “tem imagens em movimento, fotografias, links, interação em tempo real e não linearidade. (...) Certamente a linguagem é o ponto chave dessa discussão”. Este trabalho toma como *corpus* um estudo de caso da Rádio Jornal do Commercio (AM 780) do Recife (PE). Fundada em 1948 pelo empresário Francisco Pessoa de Queiroz, a emissora atualmente pertence ao Sistema Jornal do Commercio de Comunicação (SJCC), uma empresa do grupo JCPM, cujo maior acionista é o magnata João Carlos Paes Mendonça. Tendo completado 65 anos de fundação em 2013, a emissora tem importância cultural e histórica relevante para o país e, em especial, para os pernambucanos. O *slogan* “Pernambuco Falando para o Mundo” define, sem exagero, o pioneirismo e o forte poder comunicacional, de penetração e de identificação do veículo com a sociedade pernambucana. Numericamente, a Rádio Jornal também justifica a necessidade do presente estudo: 22 anos ininterruptos de liderança em audiência desde 1991, entre as emissoras AM em Pernambuco e uma audiência que atinge 43% no Grande Recife e média de 169 mil ouvintes por minuto – cerca de 150 mil em horário de pico, entre às 7h e 8h, conforme dados do Ibope¹. A emissora também é cabeça de rede de várias emissoras do Sistema Jornal do Commercio de Comunicação (SJCC) em Pernambuco, cobrindo 85% do estado e levando informação a cerca de sete milhões de habitantes residentes em 121 municípios. São seis rádios próprias, sendo uma delas na Capital (AM 780) e as outras cinco nos municípios de Caruaru (AM 1080), Garanhuns (AM 1210), Limoeiro (AM 660), Pesqueira (AM 1390) e Petrolina (FM 90,5) (todas situadas no Agreste pernambucano, exceto por esta última, com sede na região do Sertão). Há ainda as afiliadas Cultura, A Voz do Sertão, Cardeal, Pajeú e Papacaça, todas no interior, com retransmissão de cinco horas de conteúdo local e em

¹ Fonte: caderno especial de aniversário “Há 65 anos Falando para o Mundo”, publicado pelo Jornal do Commercio em 4 de julho de 2013.

rede, com retransmissão das resenhas, jornadas esportivas, o programa *Rádio Livre*, com a jornalista Graça Araújo e o *Super Manhã*, comandado pelo comunicador Geraldo Freire. Na plataforma web, a Rádio Jornal possui contas no *Twitter* e *Facebook* e um site com possibilidades de transmissão via *streaming* de áudio e vídeo, além do Paine Interativo, em que ouvintes podem interagir com a programação, sendo uma das poucas emissoras locais a oferecerem esta forma de linguagem direta com a audiência.

O decreto assinado pela presidenta Dilma Rousseff (PT) em 7 de novembro de 2013, autoriza esta transição e é apenas o primeiro passo de um longo processo, que pode durar décadas até sua inevitável conclusão. Em seu discurso, na ocasião, Dilma ressaltou que tal processo seria vantajoso no sentido de proporcionar às emissoras a possibilidade de fruição entre novos dispositivos móveis como *tablets* e *smartphones*:

A migração, que nós acabamos de autorizar, das faixas AM para a faixa FM, ela vai, sem dúvida, melhorar a qualidade da transmissão, com menos ruído, com menos interferência. As atuais rádios AM vão manter seus ouvintes e até poderão aumentar a audiência ganhando mais poder de negociação com os anunciantes. Essa mudança de faixa vai também propiciar melhores condições técnicas para que as rádios façam, por meio de novos aplicativos, a transmissão de sua programação para celulares, *tablets* via internet. Ao cativar as novas gerações que estão acostumadas ao uso desses novos equipamentos, este fato ajudará a reafirmar o rádio como meio de comunicação universal que ultrapasse fronteiras etárias, geográficas e sociais².

São as possibilidades e limitações dos referidos dispositivos móveis que impulsionam um dos objetivos da presente pesquisa, a qual se baseia nesta que tem sido uma das mais recorrentes temáticas da academia para teorizar sobre o jornalismo moderno: a convergência midiática, com suas tendências e perspectivas enquanto modelo comunicacional. Salaverría e Negredo (2008, p.21) concluem que as empresas jornalísticas vivem tempos de mudança, que o jornalismo do século XX está morto e que o do século XXI “apenas balbucia”. “No passado, as regras do jogo estavam claras: à imprensa (escrita) correspondia a interpretação, ao rádio o imediatismo e a televisão o entretenimento. Cada um tinha seu público e todos conservavam sua própria cota publicitária. A pesquisadora Nair Prata (2012, p. 22), em sua tese de doutorado, que posteriormente se transformou em livro, faz uma divisão da grade conteúdo na

² Discurso da presidente Dilma Rousseff. Acesso em: 7/11/2013. Disponível em: <http://www2.planalto.gov.br/imprensa/discursos/discurso-da-presidenta-da-republica-dilma-rousseff-durante-cerimonia-de-assinatura-de-decreto-de-adaptacao-das-radios-am-para-fm-brasilia-df>.

programação das emissoras AM's: esporte: 9,3%, jornalismo: 17,5%, música estrangeira: 3,3%, música nacional: 21,1%, religioso: 14,4% utilidade pública: 4,8% e variedades: 24,3%.

Embora figure no terceiro patamar com relação à dedicação das emissoras AM's para a autora, é o jornalismo de rádio que será analisado nesta pesquisa, pela importância de seu próprio papel social. Traquina (2001, p.52-53) embasa esta escolha de análise com foco na atividade jornalística quando argumenta que os meios de comunicação social (a imprensa, essencialmente, nesse momento histórico) são a principal ligação entre os acontecimentos do mundo e as imagens desses acontecimentos na nossa mente". Resgatando o conceito de "presente social" proposto por Lorenzo Gomis (1991), que posiciona os *media* como formadores da percepção da realidade pelo indivíduo, pode-se afirmar que o noticiário, entendendo-o como uma produção jornalística, é uma das principais formas atuais de contato com o entorno social onde vivemos. Graças aos meios de comunicação, sabemos o que se passa no restante do mundo. De uma maneira geral, é a sociedade que está presente no noticiário. Para destacar a importância do papel social do jornalismo, Gomis pondera: o que não se comenta nos meios de comunicação (nosso segundo círculo de referências), não produz efeito de notícia. A formação ou construção da realidade que se produz dos meios é uma atividade profissional de *mediação*. Assim, o teórico destaca que a construção social da nossa realidade é fruto de uma organização que se dedica a interpretar a realidade social e mediá-la entre os indivíduos. Na linha deste argumento, esta dissertação se debruça sobre o radiojornalismo, a partir do estudo do processo de transformação de um acontecimento em notícia, conforme descrito por Alsina (2009, p.19), como uma *construção* que se compõe de três fases: a produção, a circulação e o consumo.

O caminho teórico para definir este conceito de acontecimento tem início no paradigma do *Construcionismo*. Esta corrente visa explicar o mundo social e resulta de conceitos vindos principalmente dos campos da Filosofia, Sociologia do Conhecimento e da Política. Também entendida através do termo construtivismo, o construcionismo não possui um caminho fundado por um único autor. No entanto, para esta dissertação, a obra de Peter Berger e Thomas Luckmann se configura como uma das principais referências, especialmente o livro *A Construção Social da Realidade*, de 1966.

Com relação ao *newsmaking* do radiojornalismo analisado neste trabalho, observou-se os critérios de noticiabilidade, linguagens, narrativas e técnicas de entrevista utilizadas nas notícias e reportagem – entendendo este gênero como o mais

importante da atividade jornalística (LAGE, 2001; SODRÉ; FERRARI, 1986) -, sob a luz do panorama atual, que se configura por um gradativo período de passagem da revolução eletrônica para a revolução digital. Como salienta Santaella (2001, p.14), este estágio evidencia a complexidade do campo da comunicação, reclamando para si uma maior compreensão do fenômeno do fazer jornalístico do rádio. Ao longo da pesquisa, pode-se concluir que o uso de dispositivos móveis como *smartphones*, habilitados com um bom plano de internet 3G, já está substituindo os tradicionais e simbólicos gravadores (que em um curto prazo de cinco anos evoluiu da fita K7 para o conversor digital de sons bem mais moderno). Com o celular do tipo *iPhone*, a tradicional ligação para o interior da redação, que há bem pouco tempo plugava o repórter para passar um *flash* (gravado ou ao vivo), cede lugar a aplicativos que convertem sons de todas as espécies, imagens de todos os tipos e textos escritos em formatos legíveis pelo servidor FTP, via banda larga, ligando a audiência – esta, que se apresenta em formato híbrido, sendo hora ouvinte, hora internauta, ou os dois, simultaneamente.

No entanto, tal emprego de inovações ainda não são suficientes para que o radiojornalismo se aproxime, atualmente, da chave do processo de convergência multimídia, que, como lembram Salaverrría e Negredo (2008), consiste, sobretudo, em organizar a redação em função dos conteúdos e não defini-la só pelos seus processos ou pelas tecnologias que ela emprega. O epicentro desta ainda indefinida convergência não é a tecnologia, a relação custo-benefício ou a produtividade. Estas são meras ferramentas para estruturar e viabilizar uma redação capaz de nutrir de conteúdos qualquer meio presente ou futuro. Ferramentas para flexibilizar e adaptar o meio sem perder sua identidade nem danificar sua missão pública frente às mudanças frequentes e rápidas e a composição do caráter das audiências. Em um contexto marcado pela abundância de conteúdos e pressões organizacionais que refletem diretamente na qualidade do produto jornalístico, o que se verifica como tendência é que o radiojornalismo atual está imerso em um grande paradoxo, que se sustenta no binômio notícia x mobilidade, mas que, neste “fazer jornalístico”, altera os tradicionais critérios de noticiabilidade para garantir competitividade diante do fenômeno web. Indícios deste apontamento são a presença cada vez maior da tendência ao *infotainment*, à informação sem espaço para aprofundamento e o despertar da consciência crítica, o que se faz notório com o esvaziamento da reportagem.

Para construir esta dissertação, utilizou-se da observação participante das rotinas produtivas da redação da Rádio Jornal, combinada a outros métodos: a) Revisão

bibliográfica; b) Levantamento de dados; c) Entrevistas (individual); e) Análise de conteúdo. O *corpus* tomado correspondeu ao período de uma semana do programa matinal *Super Manhã*, que mescla variedades e conteúdo jornalístico de cunho local, nacional e internacional, a partir da figura central do comunicador Geraldo Freire, além da equipe de produtores e repórteres do veículo. O conteúdo *on line* da emissora em questão foi analisado apenas com relação às possibilidades de abordagem de conteúdo.

Com base no artigo 2º do Código de Ética da Radiodifusão Brasileira, que dispõe que “a radiodifusão defenderá a forma democrática de governo e, especialmente, a liberdade de imprensa e de expressão do pensamento”, e ainda prescrevendo para o radiojornalismo o compromisso de preservar, “igualmente, a unidade política do Brasil, a aproximação e convivência pacífica com a comunidade internacional e os princípios da boa educação moral e cívica”, a presente pesquisa alinhou o trabalho ao momento particular vivido pela sociedade brasileira no mês de junho de 2013, quando o país foi sacodido pelas manifestações populares na luta por direitos, pelo combate à corrupção e por tantas outras demandas da democracia. Neste sentido, escolheu-se para análise o intervalo de uma semana, entre os dias 10 e 14 do mês de junho, recorte do início do referido período marcado pela onda nacional e internacional de revoltas sociais e mobilizações de rua envolvendo a política brasileira. Além de observar as proposições do próprio código de ética que deveria nortear a programação do rádio, utilizou-se como parâmetro de definição das categorias de análise autores e publicações que analisam a qualidade do jornalismo, tais como Palacios (2011), Silva (2010), Christofolletti (2010), Rothberg (2010), entre outros; os campos de investigação associados às análises de discurso correspondentes aos sentidos e vozes: Gil (1995), Orlandi (2010) e Charaudeau (2006), para citar alguns.

Observou-se ainda as principais dificuldades na construção da notícia, sob a ótica do produtor, através do uso de técnicas que contribuam para o rigor jornalístico, apuração eficiente, consulta de fontes fidedignas e plurais e proposta de soluções para a resolução das diversas demandas da democracia através da comunicação. Entre as barreiras atuais que impactam de maneira negativa a correta veiculação de notícias está a pressa em divulgar determinados fatos sem a devida contextualização que aprofunde a cobertura e possibilite uma maior reflexão. Neste sentido, a construção de notícias que exige posicionamento de porta-vozes do poder público em alguns assuntos – principalmente relacionados à saúde e educação – ainda carece, no radiojornalismo, de um fechamento que inclua a intermediação das várias partes envolvidas em alguns

desses problemas. Sem este tratamento adequado na apuração jornalística, uma denúncia de falta de medicamentos em uma unidade de saúde de bairro acaba, rotineiramente, sendo veiculada sem a inclusão, em tempo real, de uma “resposta” das autoridades na resolução da questão e, conseqüentemente, uma solução para o problema – objetivo final da denúncia jornalística. A escolha da velocidade com que a notícia precisa ser construída, divulgada e consumida pela audiência, em detrimento da qualidade, ainda é uma prática comum, mesmo diante das possibilidades das novas formas de comunicação – que incluem as redes sociais.

A tão anunciada promessa de transformação da democracia pregada pelos ciberteóricos ainda não alcançou maturidade necessária com relação ao *webradio*, já que, mesmo com as possibilidades de aprofundamento da notícia no meio virtual, pela falta de estrutura e de tempo, pouco se avança, ainda, neste sentido. A fragmentação do discurso através do apelo da objetividade ainda se configura como uma das principais características do fazer jornalístico no ambiente de rádio, em especial, com relação à produção da reportagem.

Em termos estruturais, esta dissertação é dividida em seis partes: Introdução, quatro capítulos de desenvolvimento e Considerações Finais. Na Introdução são apresentados a temática e os objetivos da pesquisa. O primeiro capítulo, intitulado **O Radiojornalismo no Curso da História**, tem como foco um resgate histórico da instalação do rádio no Brasil e evolução da prática jornalística no veículo, a partir da construção de um modelo narrativo e linguagens próprias. Esta etapa tem como objetivo situar o leitor com relação aos autores como Ortriwano (1985), César (2009), Prado (2012), Prata (2012) e Maranhão Filho (2010), que dialogam com as questões centrais do rádio, a partir dos seus pressupostos teóricos, e destacar a importância do rádio na era da Sociedade da Informação.

No segundo capítulo, **A Construção do Discurso Jornalístico**, são aprofundados os pressupostos que envolvem as etapas de edificação da notícia, discutindo e ampliando os conceitos de objetividade jornalística, relações sociais e políticas na produção da notícia, notícias como construção social da realidade e as opções de tempo presente e fragmentação do discurso através dos fatos. E como o trabalho concentra olhares com relação à construção da notícia no rádio e à discussão sobre os novos gêneros radiofônicos possíveis dentro do contexto hipermidiático.

O terceiro capítulo, intitulado **Gêneros radiofônicos**, discute o conceito de gênero, tipologias e possibilidades no contexto do rádio tradicional (via ondas

hertzianas) até seu atual estágio, onde as novas classificações ainda demandam uma descrição teórica mais detalhada. Os formatos do fazer jornalístico de rádio no atual período de passagem da revolução eletrônica para a revolução digital, com suas máquinas-dispositivos computacionais, aliadas às telecomunicações em dimensão planetária, e a exponenciação da complexidade do campo da comunicação que começa a atingir proporções gigantescas (SANTAELLA, 2001) também são abordados, bem como os impactos do fenômeno da convergência, que são explanados a partir da experiência da *Rádio Jornal* do Recife.

No quarto capítulo são apresentadas as rotinas de produção do noticiário da *Rádio Jornal*, além dos respectivos resultados obtidos nos levantamentos quantitativo e qualitativo, assim como as reflexões diante dos pontos de encontro e desencontros percebidos nesses dados, além do diálogo entre esses pontos. Depois de apresentados nesta introdução os elementos que irão compor a estrutura desta pesquisa, faz-se necessário expor as condições do modelo de análise empregado aqui para que se possa partir às considerações desta dissertação.

1 O RADIOJORNALISMO BRASILEIRO NO CURSO DA HISTÓRIA

Neste primeiro capítulo, propomos uma revisão sob uma perspectiva histórica do veículo rádio no Brasil, desde sua implantação, em fase amadora e pioneira no início do século XX, consolidação e apogeu na década de 40, na chamada *Era de Ouro* do rádio, quando o entretenimento e os grandes ícones se popularizaram em todo o país, a inserção de conteúdo jornalístico entre as décadas de 50 e 60, quando a televisão inicia suas primeiras transmissões, passando pela invenção do transistor, até a atual problemática que sugere novas formas de se pensar o fazer radiofônico, provocadas pela inserção da mídia pós-massiva (Internet) tanto no cotidiano da audiência, agora percebida também no ambiente *web*, como nas rotinas produtivas dos profissionais que atuam no meio radiofônico.

Inicialmente, a radiodifusão brasileira nasceu com as primeiras reuniões de telegrafistas, radiotelegrafistas e alguns intelectuais da sociedade da época, em grupos denominados Rádio Sociedades e Rádio Clubes. Apesar da data de nascimento do rádio no Brasil ser tema de controvérsia, consta nos registros oficiais que a primeira locução transmitida no país ocorreu no dia 7 de setembro de 1922, durante a exposição comemorativa do Centenário da Independência – na ocasião, foi transmitido a partir de alto-falantes instalados no alto do Corcovado, no Rio de Janeiro, o discurso do então presidente Epitácio Pessoa. No entanto, muitos estudiosos que se debruçaram sobre a radiodifusão brasileira, como Ortriwano (1985), César (2009), Prado (2012) e Prata (2012), além de Maranhão Filho (2010), destacam o pioneirismo da Rádio Clube de Pernambuco, fundada por Oscar Moreira Pinto, no Recife, que teria realizado uma transmissão radiofônica em 6 de abril de 1919, com um transmissor importado da França. Em contraponto, a pesquisadora Isaltina Maria de Azevedo Mello Gomes (1987), em seu artigo “*Considerações sobre o Radiojornalismo em Pernambuco*”, atesta que a emissora só efetivou os seus trabalhos em 1923, sendo antes desse período a sua programação baseada em comunicação por “radiotelegrafia com captação de sinais em código Morse”. A teórica resgata alguns períodos em que as emissoras pernambucanas produziam informativos:

O radiojornalismo de Pernambuco começa a existir em 1926, quando foram lançados os jornais falados em Recife. Em 1930, a Rádio Clube de Pernambuco adotou uma posição pretensamente neutra. Já em 1935 – na Intentona Comunista –, começou a manipular abertamente as

informações, a fim de desmobilizar os rebeldes do Rio Grande do Norte. Por ocasião da revolução Integralista, em 1937, a emissora criou boletins diários para informar as ocorrências. Em 1938, o radiojornalismo de Pernambuco caracterizava-se por boletins noticiosos divulgados nos horários das refeições. Em 1948, a emissora já mantinha programas noticiosos: *Jornal Lavolho*, *O Minuto da Cidade e do Porto do Recife*, *Boletim de Informações Oficiais e a Crônica da PRA8*. Durante a Segunda Guerra Mundial, o radiojornalismo de Pernambuco foi marcado pelas edições extraordinárias do *Repórter Esso*. (GOMES, 1987, p.42-43)

Controvérsias observadas, é necessário destacar que o rádio brasileiro, em suas origens, primou pelo caráter educativo, através dos fundadores da Rádio Sociedade do Rio de Janeiro, Edgar Roquette Pinto e Henry Morize, até que o propósito do veículo se deslocasse para sentido massivo e popularesco - sendo o termo popular aqui ligado à noção de público *radioouvinte* e suas necessidades psicossociais.

Nesta segunda fase da radiodifusão brasileira, entre os anos de 1935 e 1954, o conceito do rádio com seu enfoque e mecanismos da produção-consumo, ligados à sociedade industrial, já se evidenciavam, em pleno contexto histórico do Estado Novo getulista. Neste aspecto, é contundente a observação sobre o conceito de *indústria cultural* elaborado pelos frankfurtianos Adorno e Horkheimer (1947), que denunciaram que o *mass media* eram, nas primeiras décadas do século XX, uma forma de opressão e alienação, através da conversão da cultura em mercadoria, do processo de subordinação da consciência à racionalidade capitalista, conforme observa Francisco Rudiger (2011, p. 138).

Segundo anota Maria Elvira Bonavita Federico (1982), na busca desenfreada pelas entradas publicitárias (condição de sobrevivência do rádio), as emissoras, neste período, tiveram que apelar para maiores audiências e autopromoção, bem como a de seus astros e talentos:

A transmissão da Copa do Mundo em Marselha em 1938, evidenciou Gagliano Neto como o “melhor locutor esportivo do mundo” no Rio de Janeiro e em São Paulo, o *speaker* metralhadora, Nicolau Tuma, era o mais minucioso e abrangente. A adjetivação e o uso de superlativos imperou. Era o mecanismo da farsa promocional” não só para influenciar os ouvintes mas para provar ao anunciante e a agência de que Gozavam de popularidade e seus astros tinham prestígio. (FEDERICO, 1982, p. 59).

Tão logo o rádio deixou de ser um brinquedo de amadores, para converter-se em realidade atuante, a radiodifusão passou a ser encarada, por muitos governantes, como serviço público. Inúmeros argumentos se alinharam em defesa desse entendimento. Autor do livro *Controle da Informação no Brasil*, Antônio F. Costella (1970) destaca que, assim, afirmou-se que a radiodifusão exercia (ou deveria exercer) uma função educativa e civilizadora, alterando-se acima dos interesses individuais. “Acrescentou-se que a missão do rádio era dirigida à coletividade inteira, pois ilimitado e imprevisível seria o número daqueles que se postariam na escuta”. (COSTELLA, 1970, p.123). Fanuchi (1997) resgata que o rádio no Brasil inspirou-se, a princípio, no modelo europeu, de linha cultural e educativa, diferenciando-se daquele apenas por não ter caráter estatal. “Nossas estações dependiam, contudo, do apoio da comunidade, principalmente na fase de implantação. Poucos anos depois, porém, o modelo norte-americano, mais dinâmico, variado e bem-sucedido comercialmente, passou a representar o novo padrão”. (FANUCHI, 1997, p. 129-130).

Magaly Prado (2012), pontua que a década de 1930 foi muito importante para a consolidação do rádio como um veículo transmissor de informação. O partidatismo de algumas emissoras, que de fato contribuíam para a eleição de alguns políticos, mostrava a força da revolucionária mídia eletrônica do século XX. Getúlio Vargas criaria um importante instrumento de propaganda, com o programa “A Hora do Brasil”. A autora destaca também que o surgimento da Rádio Nacional do Rio de Janeiro foi decisivo na consolidação do modelo que a linguagem radiofônica iria seguir no Brasil. (PRADO, 2012, p. 42).

Nos anos de 1940, as emissoras conectadas com os grandes jornais começam a despontar. Os veículos impressos não chegam a sofrer grandes impactos porque a receptividade à prática da publicidade através dos meios periódicos ainda era insipiente e pouco aceita até a década anterior. Conforme analisa Federico (1982), quando o rádio se constituiu em competidor nas inserções publicitárias, as empresas jornalísticas passaram a encarar a possibilidade da integração e diversificação, adquirindo emissoras. Deve-se talvez a essa nova possibilidade de lucro comercial, a investida profissionalizante do radiojornalismo”. O sistema de propriedade vigente da fase anterior, ou seja, associações e agremiações em *rádio-sociedades* e *rádio clubes*, passa, por força dos condicionantes econômicos e políticos, a ter uma feição empresarial, levada a efeito por empresários e políticos, ligados ao jornalismo. Autor do livro *Jornalismo de Rádio*, Milton Jung (2005), faz a relação entre a atividade jornalística e o

caráter educativo próprio do rádio brasileiro a partir de sua segunda fase, chamando a atenção para o chamado “método Roquette-Pinto”. O referido antropólogo grafava as notícias mais relevantes dos jornais com um lápis vermelho, e as lia no ar, para que a população não-letrada tivesse acesso àquele conteúdo, com o objetivo de tornar a informação mais democrática – muito embora nem toda família brasileira tivesse em suas casas um aparelho receptor de rádio, ainda pouco acessível.

Já em 1950, o advento da televisão iria revolucionar a programação radiofônica, antes marcada pelo popular e pelo entretenimento, para deslocar com maior intensidade o foco para o radiojornalismo ao longo da década e nos anos de 1960. Zucoloto (2008) também reflete que neste período se consolidaram os modelos referenciais e as principais concepções e linhas que orientaram as grades de programação das rádios ao longo dos mais de 70 anos de história da radiodifusão brasileira, desde meados da década de 30 do século passado até a primeira década dos anos 2000. A pesquisadora ainda observa que a Constituição de 1988 estabelece três sistemas para a radiodifusão: o privado, o estatal e o público, e, como até hoje não houve regulamentação e a legislação que disciplina a radiodifusão é a mesma desde 1960, há confusão em termos legais quanto à sua natureza, se pública ou estatal.

Com relação ao uso de tecnologias, pode-se afirmar que o gravador magnético revolucionou a cobertura jornalística no rádio, logo após o término da II Guerra, tornando-se equipamento comum também a partir dos anos 50, como resgata Otriwano (2003, p.49). A partir deste aparelho, a reportagem no rádio obteve um ganho: passou a ser possível fazer montagens sonoras, editar os trechos escolhidos, além de reproduzir imediatamente a gravação. “As reportagens tiveram com este sistema seu melhor aliado, contribuindo para que, pouco a pouco, fosse menor a quantidade de programas ao vivo, dando à programação um caráter distinto, com maior qualidade e pureza”. No entanto, é bom salientar que os primeiros gravadores geralmente usados no Brasil eram da linha amadorística, ainda muito pesados, pouco portáteis e de manejo não muito prático. Só quando os gravadores de fita foram transistorizados é que se produziram aparelhos realmente portáteis e em condições de atenderem aos serviços de reportagens externas.

Por outro lado, a fita magnética permitiu também maior controle sobre o conteúdo das mensagens: passou a ser viável fragmentar as entrevistas, depoimentos e remontar os trechos selecionados - um procedimento que se tornou rotineiro. Comenta Otriwano que o transistor foi a inovação tecnológica que mais revolucionou o rádio:

Apresentado ao mundo em 1947, começa a se popularizar alguns anos depois, simplificando o processo e melhorando a qualidade das transmissões radiofônicas. O aparelho receptor não precisa mais estar ligado às tomadas de eletricidade, seu tamanho fica cada vez mais reduzido e seu preço mais baixo. E o ato de ouvir torna-se individualizado. Ao mesmo tempo, o rádio ganha em mobilidade, tanto de emissão como de recepção. Os automóveis passam a dispor de receptores; os gravadores magnéticos ficam mais compactos e livres dos fios e tomadas, facilitando seu manuseio e integrando-se a todas as coberturas jornalísticas em que o rádio esteja presente. Hoje extremamente portáteis, com seus microfones embutidos, permitem captar o palco da ação sem necessidade de nenhuma infra-estrutura de apoio. A exploração da frequência modulada (FM) a partir do início da década de 50 – no Brasil, quase vinte anos depois – permite ao rádio desenvolver um dos elementos essenciais em sua busca pela sobrevivência diante da televisão: o aspecto local. Com qualidade sonora superior ao da amplitude modulada (AM) explorada até então (basicamente, através das ondas médias – OM – e das ondas curtas – OC; posteriormente, no Brasil, também em ondas tropicais – OT), a FM tem custo de transmissão inferior, permitindo aumento considerável do número de emissoras em operação. Paralelamente, torna-se possível o emprego de unidades móveis de transmissão, valorizando sobremaneira a agilidade do rádio e suas características, como imediatismo, simultaneidade e mobilidade. (ORTRIWANO, 2003, p. 76).

É justamente diante deste cenário que surge a programação baseada no tripé *música-esportes-notícias*. Paralelamente, diferentes experiências de uso do rádio como meio democrático também ganharam espaços: livres, piratas, comunitárias. Com a segmentação do mercado e as emissoras especializando-se em diferentes tipos de programação, surge a figura do disc-jóquei e o desenvolvimento de programações de interesse limitado a determinadas faixas de público. Em algumas emissoras a especialização foi tão radical que os programas de curta ou média duração (meia hora, uma hora) foram praticamente abolidos, havendo quase que um só programa durante as 24 horas do dia, dirigido rigorosamente a um só segmento do público. No Brasil, a especialização chegou a partir de meados dos anos 70, ganhando força alguns anos depois. Música, jornalismo, prestação de serviços, esportes foram as linhas básicas adotadas, sempre de olho no público-alvo pretendido, visando a melhor exploração das potencialidades comerciais do meio. Gêneros e formatos diferenciados foram sendo experimentados, entre eles, no jornalismo surgiram as rádios *all news*, que apresentam apenas notícias, e as *talk & news*, em que o espectro de formatos jornalísticos é mais amplo englobando notícias, entrevistas, comentários etc. Na prática, observa Gisela

Ortriwano, os modelos teóricos não se apresentam em suas formas puras, mesclando-se em diferentes composições: *news*, *talk*, *all news*, *all talk* “e outras mais que possam resultar da criatividade do jeitinho brasileiro”.

A primeira emissora all news de que se tem conhecimento é a XTRA, de Tijuana, no México (mas que transmitia da Califórnia do Sul), pertencente a Gordon McLendon. Em 1961, McLendon, que também foi um dos pioneiros no uso do rock 24 horas por dia como especialização, transformou a XTRA em *all news*. Três anos mais tarde, outra emissora de sua propriedade, a WNUS, de Chicago, adotava a mesma programação especializada em notícias. Em abril de 1965, a WINS, de Nova York, muda, repentinamente, de rádio especializada em rock para all news. Após despedir todos os seus discjôqueis “contratou 27 jornalistas especializados em rádio e passou a transmitir notícias 24 horas por dia” (ORTRIWANO, 2003, p.53).

É exatamente nesta fase que o jornalismo é regulamentado, no rádio brasileiro, a partir de agosto de 1962 a Lei nº 4.117, com a instituição do Código Brasileiro de Telecomunicações. Composta por oito capítulos e 129 artigos, a legislação que normatiza o serviço de telecomunicações exige que as emissoras de radiodifusão, inclusive televisão, devem cumprir “sua formalidade informativa, destinando um mínimo de 5% de seu tempo para a transmissão de serviço noticioso”, conforme registra Neves (2000, p. 204). Desse modo, o jornalismo está inserido no rádio brasileiro, em princípio, por normativa legal. O Ministério das Comunicações faz a mesma classificação desde a década de 60, quanto ao tipo das emissoras entre FM's comerciais; FM's educativas; rádios comunitárias; ondas médias; ondas curtas e ondas tropicais. Ainda com relação às determinações que regem a atividade da radiodifusão brasileira, observa-se que o Código de Ética da Radiodifusão Brasileira também versa sobre o conteúdo informativo, destinando a atividade de radiodifusão não só ao entretenimento, “como à informação do público em geral, assim como à prestação de serviços culturais e educacionais”.

1.1 Os jornais falados: a construção de um modelo informativo

Barbosa Filho (2003, p. 43) lembra que, na década de 1940, apogeu do rádio como o grande meio de comunicação da sociedade brasileira, o veículo começa a se definir mais claramente para o jornalismo, sendo o *Repórter Esso* resultado dessa fase.

Nair Prata (2009, p.19) também define que a atividade do radiojornalismo teve início no Brasil a partir da experiência deste que é descrito como o “mais importante noticiário de rádio de todos os tempos”. Durante 18 anos, o jornalismo radiofônico se constituiu sob os moldes do conhecido aforismo do meio radiofônico “*gilette press*”, onde as leituras de notícias dos jornais preenchiam a programação. No entanto, quando o país entrou na Segunda Guerra ao lado das forças aliadas, a Rádio Nacional do Rio de Janeiro lançou o *Repórter Esso*, que já funcionava, de forma experimental, na Rádio Farroupilha de Porto Alegre. Até 1945, as notícias transmitidas neste jornal eram principalmente informes sobre o desenrolar da guerra. Klöckner (2008 *apud* Prata, 2009) explica que, com o *Repórter Esso* inaugurava-se no país a síntese noticiosa, caracterizada por frases diretas e mais curtas, lidas em cinco minutos:

Pela primeira vez, um jornal falado tinha noticiários certos para entrar no ar: às 8h, 12h55, 19h55 e 22h22, sem contar as edições extras, que dependiam de informações urgentes vindas das frentes de combate na Europa. O *Repórter Esso* também lançou no Brasil o primeiro guia impresso para orientar radialistas na preparação de noticiário. O Manual de Produção destacava três regras básicas cumpridas com rigor pelo programa: 1. O *Repórter Esso* é um programa informativo; 2. O *Repórter Esso* não comenta notícias; 3. O *Repórter Esso* sempre fornece as fontes da notícia. (PRATA, 2009, p. 19-20).

Ortriwano (2003) anota que, além do *Jornal da Manhã*, havia outros programas jornalísticos no rádio brasileiro dos primeiros tempos que mereciam, literalmente, o título de jornais falados: ler no rádio as notícias dos jornais impressos. A pesquisadora relata que, sem qualquer tipo de elaboração, as notícias eram lidas diretamente do jornal, dando origem a todo um anedotário próprio: como nos casos em que o locutor, distraído, poderia ler um “continua na página x”. De modo a evitar este tipo de constrangimento, as notícias dos jornais eram recortadas, em um procedimento que, de forma pejorativa, ficou conhecido como *gilette-press* ou *tesoura-press*”.

Não existiam ainda repórteres nas rádios, apenas locutores, abastecidos pela recortagem dos jornais. Ortriwano destaca também que Humberto Sodré Pinto afirmou que os jornais falados foram lançados no Recife em 1926, confirmando a observação a respeito do pioneirismo deste “formato”, apontado pela pesquisadora pernambucana Isaltina Gomes (1987). Com o impacto do surgimento da televisão, citado anteriormente, artistas, programas e verbas transferiram-se paulatinamente para o

recém-chegado veículo eletrônico. Embora isso tenha representado o fim de uma *era de ouro* para o rádio de espetáculo, o jornalismo foi beneficiado e passou a viver um de seus períodos mais férteis. Isso porque, em busca de uma saída para o marasmo que tomou conta do veículo – sem as orquestras, cantores e estrelas, o rádio se transformou num vitrolão – e o jornalismo passou a ser encarado como uma possibilidade de reerguimento.

Também na década de 1950 uma inovação tecnológica importante marcaria a história do rádio: a chegada do transistor – tecnologia surgida em dezembro de 1954, quando a IDEA, empresa norte-americana, lança o Regency TR1, o primeiro rádio transistorizado do mundo - que livrou o aparelho de fios e tomadas, proporcionando a criação de uma nova linguagem apropriada para um veículo com alta mobilidade, que acompanhava o ouvinte para onde quer que ele estivesse, conforme relata Nair Prata (2007 *apud* Prado, 2012, p.21). “Assim, a partir do transistor, o público pressuposto do rádio passou a ser um ouvinte móvel, o que não acontecia anteriormente quando as famílias se reuniam na sala ao redor de um garboso aparelho”.

Ainda segundo Prata, essa nova linguagem, conferindo mobilidade para o receptor, deu origem ao jornalismo radiofônico, com foco na agilidade da informação. Aliado a outros avanços tecnológicos, o transistor deu ao rádio sua principal arma de faturamento: é possível ouvir rádio a qualquer hora e em qualquer lugar, não precisando ligá-lo às tomadas. Tavares (2009), lembra, em sua dissertação de mestrado, que é justamente na década de 40, que o rádio - que já está, de certa forma, se firmando como uma empresa que tem sua renda oriunda parte dos anúncios, parte dos “financiamentos oficiais” – passa a tentar definir sua estética com relação à produção e linguagem. O autor afirma que, na busca de um modelo ideal, profissionais pernambucanos frequentemente viajavam ao Rio de Janeiro com o objetivo de “estudar” o que se fazia em termos de rádio na então Capital Federal. Por conta dessa prática, é possível que o modelo utilizado desde aquela época pelas emissoras pernambucanas buscasse uma homogeneização com os padrões estéticos das emissoras do sul.

(...) Assim, a década de quarenta vai se delineando como um período no qual o rádio pernambucano busca consolidar sua linguagem com as novelas, os programas humorísticos, os esportes, o rádio teatro e o rádio notícia de acordo com as necessidades comerciais e principalmente políticas da época. Porém, tendo como modelo o que se fazia na então capital federal, o Estado do Rio de Janeiro. (TAVARES, 2009, p. 16-17).

Ortriwano (1985) resgata que já no final do decênio, em 1959, o rádio brasileiro está em condições de acelerar sua corrida para um radiojornalismo mais atuante, ao vivo, permitindo que reportagens fossem transmitidas diretamente da rua e entrevistas realizadas fora do estúdios. Também em 1959, a Rádio Jornal do Brasil, do Rio de Janeiro, lança um tipo de programa que seria depois adotado pelas emissoras de todo o país: os serviços de utilidade pública – inovação introduzida pelo jornalista Reinaldo Jardim, que teve como objetivo estabelecer diálogo com os ouvintes. Inicialmente, o serviço surgiu nas rádios com a divulgação de notas como “achados e perdidos”, até passar a ser ampliado, com informes sobre previsão do tempo, condições das estradas, ofertas de emprego.

Detalhe é que não só o radiojornalismo determinou a estética radiofônica nos anos que se seguiram. No início da década de 60, outro formato vai surgir como alternativa para as rádios brasileiras: o modelo “música exclusivamente música” da Rádio Tamoio, também de origem do Rio de Janeiro, planejado por José Mauro. A tendência musical alcançou grande sucesso comercial, tendo sido bastante acentuada na maioria das emissoras do período. Ortriwano anota que ainda no decênio de 60, começam a operar as primeiras emissoras em FM – frequência modulada. Concomitantemente, outro grupo de rádios passa a adotar um formato mais “falado”, que buscava reencontrar o diálogo com o seu público. Destaca-se a Rádio Panamericana, de São Paulo, com um programação que ia desde receitas de culinária a fontes de pesquisa para trabalhos escolares. A mesma Panamericana cria, em 1967, uma equipe de jornalismo bem estruturada, que mudou a imagem da rádio de esportiva para jornalística e de prestação de serviços. A reportagem de rua é intensificada, e a informação passa a estar presente não mais em horários fixos, mas no momento em que o fato acontece, a qualquer hora do dia e da noite.

Segundo Isaltina (1987), os anos 1970 marcam a entrada das FMs na radiodifusão pernambucana. No entanto, por falta de memória, não há registros históricos disponíveis no período entre os anos de 1950 a 1970. A pesquisadora observa que, na década de 80, nos programas informativos de rádios pernambucanas predominava o noticiário nacional, o que de uma certa forma evidenciava o desperdício da possibilidade de ocupar maior espaço na programação com informações locais. O critério de seleção de notícias nas emissoras pernambucanas era o grau de sensacionalismo e impacto. O Recife contaria, até 1986, com 14 emissoras de rádio, sete AMs, e sete FMs.

Para a Rádio Jornal do Commercio, objeto da presente pesquisa e principal emissora de Pernambuco, o jornalismo praticado se enquadrava, desde seu surgimento, no estilo informativo: notícias locais, posto que continha um departamento de jornalismo estruturado, com editor geral, chefes de reportagem, editorias de polícia e esportes e um razoável número de repórteres que produziam flashes, além de noticiário nacional e internacional captado de agências de notícias, imprensa diária e *releases*. Magaly Prado (2012) lembra que foi aos poucos que as emissoras essencialmente jornalísticas começaram a se fortalecer no Brasil. Nos anos 1980, muitas delas, como a Jovem Pan, já traziam jornais diários, como o Jornal da Manhã”, com uma estrutura clássica de dois apresentadores na condução do programa. Até então, o ouvinte estava acostumado com as notícias nacionais e internacionais na frequência AM, até a chegada da Central Brasileira de Notícias (CBN) passar a veicular informação 24 horas, em FM. Em âmbito nacional, atualmente, pela própria demanda do público por informação na sociedade atual, muitas são as emissoras que profissionalizam setores específicos para produção de conteúdo jornalístico ou dedicam 100% da programação ao conteúdo informativo, como é o caso das emissoras de formato *all news*. Autor do *Manual de Radiojornalismo*, o jornalista Heródoto Barbeiro (2003), que atuou como âncora na CBN São Paulo por muitos anos, descreve que existem basicamente dois modelos de redes de radiojornalismo:

Existem basicamente dois modelos de redes de radiojornalismo. Um é a emissão de alguns programas diários, geralmente jornais nas pontas do dia; o outro é o modelo *all news*, ou seja, jornalismo 24 horas. Os dois modelos são negociados com emissoras de todo o Brasil e tem afiliadas, geralmente, em cidades grandes e médias. São emissoras próprias pertencentes a um mesmo grupo de comunicação ou independentes que se associam. (...) As transformações provocadas pelo desenvolvimento do capitalismo favorecem a criação de redes, uma vez que o núcleo gerador detém determinado conteúdo que uma empresa menor não pode suportar. (...) Na rede de rádio a programação jornalística local fica reduzida a dois ou três programas diários e à cobertura dos *breaks* nos programas nacionais. Há emissoras que optam pela compra de apenas alguns programas. É uma forma de não afastar o veículo dos assuntos locais e da prestação de serviços. (BARBEIRO, 2003, p. 48 – 49).

A estrutura de uma emissora de conteúdo informativo e seus *valores-notícia*, no entanto, varia entre as afiliadas e tende a ser definida, em princípio, a partir das expectativas do público e dos objetivos da rádio com relação ao tratamento da informação, bem como de sua apropriação de novas tecnologias e utilização de

ferramentas próprias do atual ambiente de convergência, no qual os veículos de comunicação de massa estão inseridos.

De uma maneira genérica, pode-se concluir que, com a chegada da TV, o rádio só foi se recuperar anos depois, com a estruturação de novas emissoras construídas com base no tripé: jornalismo, esporte e entretenimento. Surge então a figura do repórter na rua, a acompanhar os fatos e reproduzir ao ouvinte o que acontece naquele exato momento. Esta foi a estratégia usada pelas emissoras de rádio para recuperar o prestígio e competir com a televisão, que ocupou o lugar do rádio na sala das casas.

1.2 O radiojornalismo na era da Sociedade do Conhecimento

Segundo o paradigma proposto por teóricos como Bell (1973), a humanidade vive hoje a era chamada de Sociedade do Conhecimento, cuja dinâmica está baseada no uso compartilhado de recursos, na construção coletiva de conhecimento, na interação livre de restrições de espaço e tempo e na valorização do direito à informação, às tecnologias de informação e comunicação e à educação, como um bem comum. Inseridos em uma realidade pós-industrial, os indivíduos também acabam se tornando dependentes da informação rápida, através principalmente da mídia. Neste contexto, o rádio passa por um processo de readequação com relação ao seu conceito, através das possibilidades da Internet e tecnologias móveis. O veículo agora permite novas interpretações acerca do próprio conceito que caracteriza este *media*, formas de fruição, linguagens, narrativas e ganho de audiência, em um ambiente de convergência.

No auge dos seus 91 anos de existência, o rádio ainda é um veículo de grande penetração no Brasil, de baixo custo e de poderoso alcance, não perdendo espaço para a TV aberta, TV por assinatura ou Internet, conforme apontou, em artigo, o presidente da Associação Brasileira de Emissoras de Rádio e Televisão (Abert), Daniel Pimentel Slaviero:

Hoje, o rádio está presente em nove entre dez domicílios. Todavia, não foram poucas as vezes que se anunciou a morte do rádio, com a chegada da televisão aberta, da TV por assinatura e da internet. Mas o rádio provou sua força, soube se adaptar e valorizar atributos como instantaneidade, interatividade, mobilidade e a proximidade com o cidadão. Eis seu grande diferencial: um conteúdo de qualidade produzido com credibilidade. O rádio ganhou aliados para expandir seu alcance, como o telefone celular, o *iPod*, o MP4 e o *tablet*. Das pessoas entre 12 e 75 anos, 8%, ou 4,2 milhões, escutam rádio pela

internet no último mês. O percentual vai a 11% entre jovens de 12 a 24 anos. Se, de um lado, a popularização da internet e das novas mídias amplia a concorrência, de outro temos certeza de que permitem que o rádio vá mais longe, conquiste mais ouvintes, atraia novos anunciantes³.

Prata (2009) destaca dados divulgados em março de 2005 pela *Revista Veja*, que apontavam para a força e vigor do rádio na primeira década do século XXI: o Brasil ocupava o segundo lugar mundial em números de emissoras de rádio: eram 6.218, soma inferior apenas à dos Estados Unidos, que tinha mais de 12 mil estações à época. Um cenário que se mantém há 25 anos, desde que a situação da radiodifusão brasileira foi tema de investigação de Ortriwano (1985). Na ocasião, a pesquisadora registrou a posição privilegiada do país dentro do panorama da radiodifusão mundial, tanto com relação ao número de emissoras como de aparelhos receptores, de público e de verbas publicitárias, anotando os seguintes dados, baseados em levantamento da *Federal Communications Commission* (FCC), em 1980:

O Brasil ocupa o segundo lugar no quadro mundial quanto ao número de emissoras instaladas, superando apenas pelos Estados Unidos, onde estão em atividade 9.421 estações. Segundo dados do Ministério das Comunicações, em junho de 1980, estavam em operação no Brasil 1.151 emissoras, transmitindo em ondas médias, frequência modulada, ondas curtas e ondas tropicais. Quanto ao número de aparelhos receptores, dados da Lintas para 1980/1981 demonstram a existência de 41.358.500, distribuídos em 20.134.700 residências, o que dá ao Brasil o 4º lugar no panorama mundial. A população atingida pelo rádio, acima de 15 anos de idade, chega a 61.750.000, o que coloca o Brasil em 3º lugar (ORTRIWANO, 1985, p.37-38).

Dados do Instituto de Geografia e Estatística (IBGE) divulgados em 2011, apresentam um panorama curioso com relação ao número de aparelhos em domicílios brasileiros. De acordo com o levantamento da Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios (Pnad)⁴, que ouviu 358.919 pessoas em 146.207 domicílios, o rádio estava presente, em 2009, em 87,8% dos lares. Em 2011, essa porcentagem cai para 83,4%,

³ SLAVIERRO, Daniel Pimentel. Os 90 anos do rádio Brasileiro. Publicado na seção Opinião, do Jornal Folha de São Paulo, em 25 de setembro de 2012. Disponível em <http://www.abert.org.br/site/index.php?biblioteca/artigos-abert/os-90-anos-do-radio-brasileiro.html>. Acesso em: 12 de dez de 2012.

⁴ A Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios (Pnad) investiga dados sobre população, migração, educação, emprego, família, domicílios e rendimento. Resultados da Pesquisa Nacional de Amostra de Domicílios (PNAD), realizada anualmente pelo IBGE, relativas à TIC (Telefones Fixos e Celulares, Microcomputadores, Internet, Rádio e Televisão). Disponível em: <http://www.teleco.com.br/pnad.asp>. Acesso em 22 de junho de 2013.

uma redução de 0,6%, tendo sido o rádio, conforme apontou o estudo, o único bem cuja posse apresentou queda, em contraponto à televisão, fogão, filtro de água, geladeira, freezer, máquina de lavar roupas, DVD, carro e motocicleta. Nélia R. Del Bianco (2012) comenta que pesquisas de mídia do Ibope indicam que a audiência média do rádio FM é de 15% da população e 3% para o AM. Considerado o volume total de ouvintes nos 13 mercados com pesquisas regulares do Ibope, chega-se a um número aproximado em 11 milhões de ouvintes por minuto, em uma audiência segmentada entre as 380 rádios AM e FM existentes nas praças abrangidas pela medição. Dados da Ipsos Estudo Marplan EGM de 2010⁵ apontam que os índices mais baixos de escuta estão entre jovens de 20 a 29 anos, processo que ocorre, em sua maioria, pela Internet, enquanto o consumo de AM continua estagnado na faixa etária de 45 a 49 anos. O segmento de classe C ainda é o que mais escuta rádio segundo este estudo. No entanto, com a expansão das novas tecnologias, o rádio conquista uma audiência que ainda não é computada pelas pesquisas tradicionais, embora alguns estudos tentem aproximar algum entendimento em torno da audiência a partir da internet e suas novas possibilidades.

No entanto, a julgar pela população do país, estimada pelo IBGE em 195,2 milhões, (dados de 2011), pode-se dizer que o aparelho está presente em 51,4 milhões de casas – uma audiência ainda enérgica, e que tende a superar o pessimismo apocalíptico que sempre perseguiu o rádio, desde o surgimento da televisão. Para autores contemporâneos como Ferraretto (2007), apesar de não existirem, ainda, dados suficientes para antever como o veículo, até então consolidado enquanto *media* de massa, enfrentará as transformações que vêm por aí, depois de iniciada, na década de 1990, uma nova fase histórica, influenciada pela disseminação da Internet, pode-se fazer algumas projeções positivas.

O autor cita reflexões de Mariano Cebrián Herreros, para destacar que vive-se uma realidade onde a radiodifusão não é mais singular. Para usar a expressão de Valério Cruz Britto (*in* FERRARETTO, 2012), há uma intensa *multiplicidade de oferta*. Do ponto de vista da irradiação, já não se pode dizer que ainda são espaciais as tecnologias disponíveis por onde as formas de fruição da transmissão radiofônica acontecem: desde 1990, o rádio se amalgama à TV por assinatura, seja por cabo ou DTH (*direct to home*); ao satélite, via antena parabólica, em sinais AM ou FM e à Internet, onde “aparece com a rede mundial de computadores ora substituindo a função das antigas emissões em OC,

⁵ Mídia Dados Brasil 2011, Grupo de Mídia de São Paulo (*in* DEL BIANCO, 2012).

ora oferecendo oportunidade para o surgimento das chamadas webrádios, ou servindo de suporte a alternativas sonoras assíncronas como o *podcasting*”.

A esta pluralidade de ofertas, ainda há que se levar em consideração as estratégias empresariais de complementaridade entre meios diversos sob controle de um mesmo grupo econômico ou até a migração da própria audiência de uma mídia para outra na combinação de conteúdos, semelhantes ou não. No atual estágio de convergência, há que se repensar, do ponto de vista teórico e prático, como se configuram atualmente as características que sempre fizeram parte do veículo rádio: imediatismo, instantaneidade, linguagem oral, penetração geográfica, mobilidade de emissão e recepção, sensorialidade, aliadas a um baixo custo de produção e recepção. A presente pesquisa elenca alguns pressupostos para analisar, no estágio atual, as condições e perspectivas do radiojornalismo, em face às novas demandas da audiência. Para tanto, faz-se necessário um olhar com relação às práticas que normatizaram o jornalismo enquanto profissão neste *media*, e como as linguagens e paradigmas se amalgamaram ao veículo.

1.3 Radiojornalismo: pressupostos teóricos

Neste tópico, a pesquisa almeja, a partir de uma revisão teórica, dialogar com autores que de certa forma teorizaram sobre o *newsmaking* radiofônico ao longo dos anos desde a criação do veículo. Há um certo consenso entre autores de que a moderna história do jornalismo de rádio brasileiro está associada de forma indissolúvel ao *Repórter Esso*. Até a concepção dos moldes deste noticiário, os *radiojornais* eram produzidos, conforme já afirmado, na base da tesoura e da cola. Mauro de Felice (1981) assevera que o *Repórter Esso* era organizado como os noticiários dos Estados Unidos, que aqui no Brasil, ninguém estava acostumado ainda, posto que a prática comum era a de recortar as notícias do jornal. “Na Rádio Nacional a mentalidade era tão atrasada, segundo relata Heron Domingues, que, quando a guerra acabou, queriam acabar também com o *Repórter Esso*”, com o argumento de que, após a guerra, não havia mais noticiário para irradiar.

Em uma referência direta às práticas do rádiojornalismo em suas primeiras décadas, a frase introdutória “o jornal falado morreu, viva o rádiojornalismo”, do *Manual de Radiojornalismo* produzido pelos jornalistas Heródoto Barbeiro e Paulo Rodolfo de Lima (2003, p. 13) chama a atenção pela atual posição do jornalismo no

meio radiofônico. “o jornalismo de rádio deixou de ser pura e simples transposição da metodologia que se usava nos jornais. Elas ficaram inadequadas e totalmente ultrapassadas diante das mudanças ocorridas no início deste século”.

O estudo do rádio com finalidade jornalística é datado do início do século XX, se tomarmos a contribuição do dramaturgo, poeta e estudioso alemão Bertold Brecht como marco teórico. Apesar da ainda pouca tradição acadêmica brasileira em torno das pesquisas aplicadas ao radiojornalismo, percebe-se uma preferência em torno desse referencial entre autores da área de rádio, como o professor André Barbosa Filho (2003, p. 22), que testemunha que Brecht afirmava, já no século XX, que o rádio seria capaz de instituir uma “espécie de assembléia popular permanente” num espaço democrático. Para este autor, o meio seria capaz de constituir uma “esfera pública cidadã” em que os sujeitos poderiam ser atores sociais dos processos culturais, o que concretizaria o ideal iluminista.

Valci Zucoloto (*apud* Meditsch, 2005) observa que o teórico alemão, ao pensar sobre o veículo, à época em que era apenas uma nova tecnologia da comunicação e começava a construir suas linguagens e modos de produção, já vislumbrava o potencial, características e recursos do meio, que só mais tarde se evidenciariam. Brecht elaborou análises e apontou preocupações, sempre centrado na ideia de que se deveria transformar o rádio realmente em “meio de comunicação e não meramente de transmissão. E que muito mais do que conquistar ouvintes, a radiofonia tivesse efetivamente o que falar para o público”. Zucoloto concorda com Leão Serva (1997), quando este afirma que, em seus escritos, o dramaturgo “se mostra de um incrível poder de previsão, fazendo colocações que antecipam o fenômeno das rádios livres” e vai além: diz que a Teoria do Rádio de Brecht não apenas prevê o *boom* das rádios livres nas décadas de 1970, 80 e início dos anos 90, como também as emissoras comunitárias:

Sua “Teoria do Rádio”, elaborada quando este meio recém dava seus primeiros passos no mundo da comunicação, pode ser transposta para os dias de hoje, fase em que o veículo adquire cada vez mais recursos e potencial com as novas tecnologias. E endossará não apenas as rádios livres. Mas também as emissoras comunitárias e todos que fazem rádio na perspectiva de que mesmo sendo um veículo centenário, este ainda tem muito a construir em termos de linguagem e conteúdo, muito a crescer quanto ao efetivo uso de suas características

e recursos; e principalmente, muito caminho ainda a trilhar no sentido de realmente cumprir sua função social. (MEDITSCH, 2005, p.49).

Brecht se aproxima bastante da concepção do gênero reportagem ao defender que os jornalistas “deveriam aproximar-se mais dos acontecimentos reais com os aparelhos e não se limitar à reprodução ou à informação. (...) Tem que se dirigir à opinião pública para suprimir essas leis”. Neste ponto, o teórico se referia à política conduzida na Alemanha. Também estendeu seus pormenores com relação às técnicas de entrevista nos programas, exortando os comunicadores neste tópico: “Além disso, vocês podem preparar, diante do microfone, em lugar de resenhas mortas, entrevistas reais, nas quais interrogados têm menos oportunidades de inventar esmeradas mentiras, como podem fazer com os periódicos”.

Interação com a audiência, forte característica do rádio atual, potencializada pelas ferramentas da Internet, também estava entre as sugestões do teórico:

(...) É preciso transformar o rádio, convertê-lo de aparelho de distribuição em aparelho de comunicação. O rádio seria o mais fabuloso meio de comunicação imaginável na vida pública, um fantástico sistema de canalização. Isto é, seria se não somente fosse capaz de emitir, como também receber; portanto, se conseguisse não apenas se fazer escutar pelo ouvinte, mas também pôr-se em comunicação com ele. A radiodifusão deveria, conseqüentemente, afastar-se dos que a abastecem e constituir os radioouvintes como abastecedores. Portanto, todos os esforços da radiodifusão em realmente conferir, aos assuntos públicos, o caráter de coisa pública são totalmente positivos (BRECHT, 1932 in MEDITSCH, 2005, p.42).

Embora Brecht tenha antevisto as potencialidades do radiojornalismo, a pesquisadora Nair Daniela Carvalho Moreira Silva (2010) argumenta que não há maneira clara de definir o jornalismo em rádio. “Não se trata só de uma função rudimentar de transmissão de simples acontecimentos. No jornalismo radiofônico, existe uma interatividade entre o receptor e o emissor e juntos trabalham a construção da realidade, como não acontece em nenhum outro meio” (SILVA, 2010, p. 10). A autora também reconhece a centralidade do teórico alemão na percepção da “dualidade de transmissão de informações, já que via no rádio um meio interativo de comunicação”. Com este entendimento de campo ainda indefinido, as práticas em radiojornalismo foram, historicamente, limitadas a adequações de técnicas do jornalismo fundamentadas na imprensa escrita. Uma das pioneiras no estudo do

radiojornalismo no Brasil, a pernambucana Zita de Andrade Lima (1970, p.74-75) cita José Proveyer Carracedo (1952), que conceituou o termo “radionotícia” como sendo “a radiodifusão, com caráter de novidade, de um fato recente e de interesse geral”. Carracedo é autor de *Radioperiodismo*, e foi um dos primeiros professores na América Latina a editar uma obra didática específica para o jornalismo pelo rádio. Ao observar a obra do referido professor cubano, Zita de Andrade Lima observa que o livro embora já ultrapassado sobretudo em razão do desenvolvimento técnico da radiodifusão, constitui um seguro roteiro para a compreensão da atividade jornalística no meio radiofônico.

Por *radionotícia*, o mestre cubano também definiria como “levar ao conhecimento público pelo rádio os fatos e acontecimentos da atualidade”. Zita de Andrade Lima argumenta que este conceito é válido como base para estudo por parte daqueles que desejam “abraçar o jornalismo radiofônico”. A autora esclarece o entendimento do termo radiodifusão com o mesmo significado que comunicar, estando, portanto, a atividade do radiojornalismo diretamente ligada ao processo de comunicar um acontecimento, evocando, neste fenômeno, as particularidades do meio radiofônico e sua natureza. A informação das notícias por meio de relatos radiofônicos foram conceituadas também por Ortriwano (1985, p. 78-81). Do ponto de vista da teórica, o objetivo da informação é manter o ouvinte a par de tudo o que de interesse e atualidade ocorre no mundo. Ortriwano cita Angel Faus Belau para definir o que seria a informação no rádio:

Pertencem à informação todos os programas regulares de notícias, os ocasionais originados pela aparição de uma notícia excepcional relevo e aqueles outros que tem como finalidade levar ao público um conjunto de conteúdos que estão presentes na atualidade sem serem atuais ao máximo. Desse modo, a informação radiofônica aparece como algo fluido e flexível, um todo dentro da sucessão de mensagens radiofônicas diárias, não como algo isolado dentro da programação, com horário mais ou menos fixo e duração determinada. (FAUS BELAU *apud* ORTRIWANO, 1985, p. 210).

1.4 A linguagem radiofônica e a relação entre a cultura oral e escrita

A oralidade na história da comunicação, e mesmo da constituição do jornalismo na sociedade ocidental, ocupa lugar central de acordo com teóricos como o filósofo canadense Marshal McLuhan (1995), que considera que a linguagem do rádio constitui

um verdadeiro retorno às tradições *pré-escrita*, entendendo o “Tambor Tribal” como uma união da tecnologia elétrica com as línguas vernáculas – que não fizeram parte da cultura letrada. McLuhan conceitua que, diferente da escrita, o rádio trouxe de volta a relação entre as pessoas. Ele acrescenta:

(...) A cultura letrada incentivou o individualismo extremo e o rádio atuou num sentido inverso ao fazer reviver a experiência ancestral das tramas de parentesco do profundo envolvimento tribal (...) A tecnologia de Gutenberg produziu uma nova espécie de entidade nacional visual do século XVI, e que, gradualmente se mesclou à produção e a expansão industrial. O telégrafo e o rádio neutralizaram o nacionalismo, mas fizeram reaparecer arcaicos fantasmas tribais de tremendo poder. (MCLUHAN, 1995, p. 339).

Briggs e Burke (2004) registram que, na Europa Medieval, assim como na Grécia Antiga, os sermões eram um meio importante de disseminar informação. Os autores citam o professor de Cambridge, H.J. Chaytor, que argumenta que os materiais que hoje chamamos de literatura medieval, foram produzidos para um “público ouvinte, e não para um público leitor”. Os relatos medievais eram realizados em uma audição, no sentido literal. Na Idade Média, o altar, mais do que o púlpito, ocupava o centro das igrejas cristãs. Os governos também tinham plena consciência do valor do púlpito para difundir informação, especialmente nas áreas rurais e estimular a obediência. A mesma coisa acontecia com os poemas de todos os tipos, monásticos ou seculares. Em torno deste entendimento, o sociólogo Zigmunt Bauman descreve os púlpitos da Igreja Católica como um verdadeiro “meio de comunicação de massa”. Em suma, as possibilidades do meio oral eram exploradas de todas as formas. Briggs e Burke (2004, p.39) também citam outras formas importantes de comunicação, como a acadêmica, tendo em vista que “o ensino nas universidades baseava-se em palestras, debates formais ou disputas (...) a arte da fala (e do gesto) era considerada pelos retóricos tão importante quanto a arte da escrita”. Outro importante domínio da comunicação, continuam os autores, era o canto, especialmente a balada, canção que contava uma história. Já os boatos, eram descritos como “um serviço postal oral”.

Por fim, os centros de comunicação oral incluíam tabernas, banhos públicos e cafés, uma inovação no período. Nesses espaços, descreveria a tese de Habermas (1984), nasceria a esfera pública burguesa, onde idéias e debates sobre as grandes questões da política eram discutidas em grupos organizados com este objetivo. Sobre a informação oral, Luiz Beltrão (2001) argumenta que, dentro da cultura popular

brasileira, o cantador, tradicional na cultura nordestina, seria o “jogral medievo, iletrado, sem emprego e andarilho”, responsável pela atualização de conhecimentos nas camadas marginalizadas da população brasileira.

O cantador, frequentemente, é analfabeto. Poucas vezes, semianalfabeto. Rarissimamente sabe ler e escrever...Entretanto é uma figura de proa no meio rural em que vive. (...) A poesia popular, além de registro dos fatos políticos, econômicos e sociais de uma época, dos usos e costumes de um povo, é também cristalizadora dos ideais, aspirações e sentimentos coletivos. (BELTRÃO, 2001, p. 128).

Continua Beltrão que, graças a esse “jornalismo oral”, a Coluna Prestes teve, nos sertões goiano e nordestino, um acolhimento cordial e, por vezes, entusiástico, já que representava, aos olhos da massa de habitantes abandonada, a reação contra o governo. Para o teórico alemão Jürgen Habermas (1984), o conceito de “esfera pública” burguesa pode ser entendida inicialmente como “a esfera das pessoas privadas reunidas em um público”. É esta mesma comunicação oral com o propósito de difundir ideias, que vai permitir no curso da história, a partir do maior acesso ao letramento, instituições que se estruturaram a partir deste tipo de comunicação vão dar origem ao jornalismo como conhecemos em um contexto democrático. Pelos registros históricos, os primeiros jornais surgiram no século XVII. A partir da circulação desses periódicos, a argumentação crítica passou a ter maior importância. Assim sendo, o papel do jornalismo oral, representado atualmente pelo radiojornalismo, encontra origens, em primeiro lugar, na própria história da comunicação como conhecemos.

2 A CONSTRUÇÃO DO DISCURSO JORNALÍSTICO

Exposto o panorama histórico e o atual cenário da prática do radiojornalismo brasileiro, com suas principais possibilidades na plataforma tradicional e no ambiente *web*, o objetivo deste capítulo é expor as bases epistemológicas que norteiam o presente trabalho para tentar contribuir com o aprofundamento sobre o que é notícia no rádio. Para alcançar o propósito sugerido, a pesquisa faz uma revisão acerca das teorias e hipóteses contemporâneas do jornalismo que têm sido utilizadas com maior intensidade entre pesquisadores dos veículos de comunicação. Entre os autores referenciados neste trabalho, destacam-se principalmente os estudos de Traquina (1999; 2004), Hohlfeldt (2007), Alsina (2009) e Wolf (1985). Os teóricos destacam principalmente a problemática dos processos produtivos nos meios de comunicação de massa. Diferente das teorias da comunicação lançadas entre os anos de 1920 e 1960, mais focadas nos processos comunicacionais entre as mídias e nos seus efeitos sobre a audiência, estes autores vão focar atenções diretamente no exercício do jornalismo, ou seja, no *newsmaking* (fazendo a notícia, em uma tradução livre).

Esta hipótese está mais interessada no estudo das rotinas produtivas, na cultura organizacional dos jornalistas, nos constrangimentos e, principalmente, no processo de transformação, por parte dos jornalistas, dos acontecimentos em notícia. No caso, é sobre o emissor, ou seja, o jornalista, que este conceito está baseado. Hohlfeldt (2001) observa que o termo *newsmaking* não tem um autor específico e inclui também o relacionamento entre as fontes e os jornalistas, diferenças nas etapas da produção informacional e outras questões relacionadas que serão trabalhadas nesta fase do estudo.

O referido conceito está relacionado aos estudos do *gatekeeper*, verificado por Kurt Lewin e adaptado para o jornalismo através de David Manning White. O termo refere-se à pessoa que toma uma decisão em uma seqüência de decisões e subteme que o jornalista seleciona notícias através de normas próprias do jornalismo. Nesta teoria, o processo de produção da informação é concebido como uma série de escolhas onde o fluxo de notícias tem que passar por vários *gates* (portões). Neste caso, o jornalista, ou seja, o *gatekeeper*, terá que decidir se vai escolher essa notícia ou não (Traquina, 2005, p.150). White conclui que este processo de seleção é subjetivo e arbitrário; as decisões do jornalista são dependentes de juízos de valor baseados no “conjunto de experiências, atitudes e expectativas do *gatekeeper*”. Ao utilizar critérios estabelecidos pela própria

profissão de maneira quase involuntária – sem eximir aqui o possível caráter manipulador – os jornalistas selecionam acontecimentos que têm potencial para se transformarem em notícia. Para tanto, utilizam justamente certos *valores-notícia* e *critérios de noticiabilidade*. O noticiário tem uma ampla e articulada série de valores que estabelecem esses critérios de noticiabilidade. Trata-se, na visão do autor, de uma espécie de manual para jornalista em fase de treinamento, que estabelece quais fatos serão adequados para se transformar em notícias, por sua proximidade, relevância, urgência, dramaticidade e assim por diante (BOYD, 1994 apud BURGH, 2008 p.14). O jornalista faz sua seleção a partir de uma gama de fontes de informação convencionalmente aceitas, fontes que são as fornecedoras da pauta que irá reger o noticiário cuja produção regular é diária. Este trabalho intensiona principalmente testar as principais conclusões da já vasta literatura do *newsmaking*, tomando como objeto de estudo a programação da Rádio Jornal do Commercio, pertencente ao Sistema Jornal do Commercio de Comunicação (SJCC) com sede do Recife (PE).

Para percorrer este caminho, serão examinadas algumas questões básicas que envolvem as teorias do jornalismo, tais como: “serão as notícias orientadas para o acontecimento”, ao invés de “orientadas para o tema”, como sugerem alguns estudos do jornalismo? Fatores como a localização geográfica, a audiência, o tempo e os constrangimentos que envolvem o universo da profissão, fatores determinantes nas seleções do que é notícia no âmbito do rádio? E como essa produção acontece no ambiente da web rádio? A busca no entendimento dessas hipóteses implica, na observação desta autora, na compreensão de um conhecimento da cultura do jornalista, tarefa que tomará como base alguns conceitos, que serão desenvolvidos a seguir, partindo da análise da cultura organizacional, passando pelo conceito de notícia e teorias que fundamentam o sentido de acontecimento no mundo dos sentidos da sociedade contemporânea. Como ficou explicitado, não é possível compreender porque é que as notícias são como são sem uma compreensão dos profissionais que são os “agentes especializados” do campo jornalístico (BOURDIEU, 1998 apud MELO, 2005, P.14).

Conforme constata Traquina (2005, p.19), em uma breve passagem pelos veículos de comunicação de massa, pode-se perceber uma “vida” dividida em seções que vão da sociedade, a economia, ciência e ambiente, educação, cultura, artes, política e etc. Afirma o autor que a visão que os jornalistas apresentam da questão “o que é notícia” é tanto simplista quanto minimalista. Simplista porque, segundo a ideologia

jornalística, o jornalista é um espelho que reflete a realidade. Mas o autor reflete que o jornalista é simplesmente um mediador. Por fim, esta visão é minimalista, porque, segundo a ideologia dominante, o papel do jornalista como mediador é um papel reduzido. Aliás, é significativo que, habitualmente, os jornalistas são relutantes em reconhecer ou assumir a importância e a influência do seu trabalho.

A teoria mais antiga que se propõe a explicar “por que as notícias são como são” conclui que a “realidade assim as determina”. É justamente o paradigma da *Teoria do Espelho* que atribui ao papel do jornalista como um observador que relata a realidade com honestidade, equilíbrio e imparcialidade. Embora esta concepção tenha sido superada pelas teorias do jornalismo contemporâneas, este padrão ainda encontra respaldo no campo jornalístico, principalmente no contexto da informação radiofônica, principalmente devido a um conceito, considerado utópico por autores como Bechelloni (1982 *apud* Alsina 2009): a objetividade. Antes de desenvolver as reflexões acerca do discurso jornalístico no veículo rádio, é necessário definir com o mínimo de clareza a natureza da informação, enquanto elemento crucial na construção da notícia. Charaudeau (2012) resume que a informação, enquanto ato de comunicação, é a transmissão do saber que envolve elementos, entre os quais “alguém que possui” a “alguém que se presume” não possuir tal saber, conforme reprodução abaixo de trecho da obra *Discurso das Mídias*:

Se existe um fenómeno humano e social que dependa principalmente da linguagem é o da informação. A informação é, numa definição empírica mínima, a transmissão do saber, com a ajuda de uma determinada linguagem, por alguém que o possui a alguém que se presume não possuí-lo. Assim se produziria um ato de transmissão que faria com que o indivíduo passasse de um estado de ignorância a um estado de saber, que o tiraria do desconhecido para mergulhá-lo no conhecido, e isso graças à ação, à priori benévola, de alguém que, por essa razão, poderia ser considerado um benfeitor. Essa definição mínima, por mais altruísta que pareça, suscita problemas consideráveis: quem é o benfeitor e quais são os motivos de seu ato de informação? Qual é a natureza do saber a ser transmitido e de onde ele vem? Quem é esse outro para quem a informação é transmitida e que relação mantém com o sujeito informador? Enfim, qual é o resultado pragmático, psicológico, social desse ato e qual é seu efeito individual e social? (CHARAUDEAU, 2012, p.33).

Os referidos questionamentos convergem para uma reflexão inicial acerca da linguagem, em concordância com o autor. Aqui, a linguagem assume não um papel a ser exercido por todos, mas uma atividade socioprofissional, em que cabe à mídia a

vocação de informar ao cidadão sobre a realidade. Observa Charaudeau que entre os verdadeiros problemas com relação ao discurso midiático está na *natureza* da informação. Holfeldt (2011) observa que a produção de informação jornalística importa em três fases diferentes, que envolvem a recolha ou captação de informações – que dependerá de fontes variadas, agências noticiosas ou agendas de serviço, seleção de informações e finalmente a apresentação ou edição. O autor acrescenta ainda o processo de distribuição, que implica na seleção daquilo que vai ser mais ou menos distribuído, atingindo todos os veículos vinculados ou só a alguns deles. Conforme já apontado nesta pesquisa, tal recolhimento de informações sofreu forte modificação ao longo da história do jornalismo. A figura do repórter audacioso e “aventureiro”, que contribuía para uma certa visão mítica do jornalismo, hoje, foi substituída por um modelo de profissional que concebe a notícia, de modo geral, sem tanto esforço, se aproximando de um modelo que deve, sobretudo, distinguir e selecionar do conjunto aquele rol de informações a serem transformadas efetivamente em noticiário. Tecnologias como o telefone e a internet ajudaram muito a essas modificações, segundo Holfeldt (2011, p.215). A problemática da fonte também exige reflexões acerca da autenticidade de um fato, além de sua relevância e critérios de importância.

Com relação ao tratamento da informação, outra problemática deve ser levada em consideração no pensar crítico. Dentro do processo de transformação de um fato em notícia, há que destacar o processo de escolha discursiva efetuada pelo sujeito informador, de modo que este conteúdo seja concebido a partir de uma linguagem minimamente clara (evoca-se neste sentido, a inteligibilidade da informação transmitida. Destacam-se aqui as “armadilhas” da linguagem, que pode se apresentar dotada de vários sentidos (polissemia), ou sentidos próximos (sinonímia), ou sentidos que muitas vezes não estão explícitos nem perceptíveis a todos (CHARAUDEAU, 2012, p. 38-39). Em resumo, comunicar, informar, como aponta o autor, é uma escolha de estratégias discursivas que lançam efeitos de sentidos para influenciar o outro.

Este trabalho parte do entendimento de que não é possível colocar o problema da informação em termos de fidelidade total aos fatos ou a uma fonte, posto que nenhuma informação pode pretender, por definição, à transparência, à neutralidade ou à factualidade, por depender não só da construção do sujeito enunciador, mas também da interpretação do receptor. Toda informação dependerá do tratamento que lhe é imposto neste quadro de transação, ou seja, de uma construção humana, através do exercício da linguagem.

A produção de sentido das coisas através da linguagem significa representar. É, segundo Hall (1997, p. 5), o vínculo entre os conceitos e a linguagem, o que nos capacita para nos referirmos seja ao mundo ‘real’ dos objetos, pessoas ou eventos, ou ainda aos mundos imaginários dos objetos, pessoas e eventos fictícios”. Assim, existiriam dois sistemas de representação: as representações mentais ou conceitos, que dizem respeito a todo o sistema de imagens formadas em nossos pensamentos que representam o mundo e nos capacitam para referimo-nos a ele; e a linguagem como sistema que permite conceituar não apenas objetos do mundo, mas também abstrações, sentimentos e dotá-los de sentido que são intercambiáveis pelo seu caráter compartilhado. O termo geral para se referir a palavras, sons ou imagens que portam sentido, como aponta Hall, é o signo.

Ao apresentar o conceito de representações - muito discutido nas ciências humanas e sociais - Hall distingue entre três diferentes vertentes teóricas:

- a) *reflexiva*, para a qual a linguagem apenas reflete um sentido que já existe fora, no mundo;
- b) *intencional*, que entende que a linguagem expressa apenas um sentido intencional pessoal de quem se expressa;
- c) *construcionista*, que indica que o sentido é construído na e mediante a linguagem. Esta corresponde às variantes deste modelo: o enfoque semiótico (influenciado por Ferdinand de Saussure) e o enfoque discursivo (associado a Michel Foucault).

Diante da problemática das representações, Stuart Hall afirma que os signos escritos ou falados exigem um nível maior de abstração e foram determinados arbitrariamente, e são chamados *indexicais*. Neste ponto, vale salientar que o sentido não está nem no objeto, pessoa ou coisa nem na palavra. O sentido é *construído pelo sistema de representação* e fixado por um código, que estabelece uma correlação entre nosso sistema conceitual e nosso sistema de linguagem. Para o teórico, a cultura, por exemplo, deve ser pensada enquanto um sistema de mapas conceituais e de linguagem compartilhados. Assim, trata-se de sujeitos culturais que internalizam inconscientemente os códigos que lhes permitem expressar certos conceitos e ideias através dos sistemas de representação, tais como a escrita, a fala e os gestos, e interpretar as ideias que lhes são comunicadas lançando mão destes mesmos sistemas (HALL, 1997, p. 8). O sentido é construído, produzido. É o resultado de uma prática

que faz com que “as coisas signifiquem”. Já o enfoque construtivista entende que as coisas não significam por si sós, mas o sentido é construído pelos sujeitos, utilizando os sistemas de representação (conceitos e signos). Os construtivistas entendem que são os sistemas de representações dos atores sociais, sua linguagem situada nos sistemas conceituais da sua cultura, que portam o sentido. Este, por sua vez, não depende da qualidade material do signo, mas de sua função simbólica. O enfoque construtivista defendido por Hall se inspira nos estudos de semiótica (estudo dos signos e seus significados) do lingüista suíço Ferdinand de Saussure, pioneiro ao analisar o signo com dois elementos adicionais: a forma (palavra, imagem, foto, etc.), que ele chamou de significante; e o conceito ou ideia mental à qual a forma está associada – o significado. Ele atentava particularmente às oposições binárias na linguagem (ex: preto/branco, claro/escuro, opaco/brilhante), o que o levou à proposição revolucionária de que, para produzir sentido, os significantes devem estar organizados num “sistema de diferenças” – em outras palavras, são as diferenças entre os significantes que os significam. Para Saussure, a língua é um contrato social, cuja relação entre significante e significado não está fixada permanentemente nos códigos culturais de cada sociedade, mas é um resultado de um sistema de convenções específico de uma dada sociedade, em um dado momento histórico. Assim, não haveria um “sentido verdadeiro”, mas um constante jogo de deslizamentos e produção de novos sentidos, o que implica num processo ativo de interpretação.

Moscovici enuncia que a finalidade de todas as representações é tornar familiar algo não-familiar, ou a própria não-familiaridade, com o objetivo de corroborar e dar segurança às relações sociais. O autor aponta dois processos que geram representações sociais: a ancoragem e a objetivação. Neste sentido, é preciso *ancorar* as ideias estranhas, reduzindo-as a categorias e imagens comuns, e também *objetivá-las*, transformando-as de algo abstrato em alguma coisa quase concreta, reproduzindo-as em algo que se pode ver, tocar e controlar (MOSCOVICI, 2003, p. 54). Ainda em conformidade com Moscovici, ancoragem também é classificar, dar nome a alguma coisa, categorizar, indexar, rotular, denotar, hierarquizar, confinando o que antes seria não-familiar a “um conjunto de limites linguísticos, espaciais e comportamentais e a certos hábitos” (MOSCOVICI, 2003, p. 63). Já Sandra Jovchelovitchi (2000, p.175) defende que as representações sociais são formas de mediação simbólica radicadas na esfera pública – ou seja, que a esfera pública é o espaço da realidade intersubjetiva em que as representações sociais são geradas, se cristalizam e se transformam, já que não só

fornece o contexto para que elas se desenvolvam como também é elemento central de sua formação, que se dá através das relações substantivas da vida pública. Por fim, Charaudeau (2012) destaca que os saberes de conhecimento e de crenças constroem-se no interior deste processo de representações, como exemplifica a seguir:

Isso significa que um enunciado aparentemente simples como “essa mulher é poderosa” depende, para sua interpretação, de numerosos entrecruzamentos entre os discursos de representações que são produzidos, numa dada sociedade, tanto sobre a mulher, quanto sobre o poder. Essa fronteira é, entretanto, necessária. Ela pode ser tênue, variável, pode deslocar-se, mas é ela que confere à troca social, a ilusão de inteligibilidade do mundo. (CHARAUDEAU, 2012, P.47).

Nestas condições é necessário um questionamento sobre os efeitos interpretativos produzidos no discurso jornalístico midiático – em especial, o discurso radiofônico - bem como uso das palavras, que, usadas em situações recorrentes por determinados locutores acabam por se tornar portadoras de determinados valores. Nos próximos capítulos, o presente estudo desenvolve conceitos envolvendo o fazer jornalístico a partir do construcionismo.

2.1 O papel do jornalismo nas sociedades democráticas

De maneira genérica, ao jornalismo cabe o papel de informar seu público, sendo esta atividade reconhecidamente estratégica no funcionamento da sociedade moderna, tida por muitos teóricos como midiaticizada (ROCHA; MARROQUIM, 2011). Charaudeau (2012, p. 86) aponta que a democracia nasce de várias contradições, entre elas, o fato de que é preciso que o maior número de cidadãos tenha acesso à informação, embora nem todos os cidadãos se encontrem nas mesmas condições de acesso. O autor lembra da finalidade ambígua da mídia, que tem como vocação atender a uma demanda da democracia, tornando público aquilo que seria ignorado, oculto ou secreto. Um serviço em benefício da cidadania. É também uma atividade intelectual. Nelson Traquina (2005) sugere que é o “acordo tácito” entre os jornalistas e seu público, que define o jornalismo, pela sua ideologia, como “a realidade”. É uma abstração que responde à pergunta: o que está acontecendo/ aconteceu no mundo? Ou ainda, pode ser o jornalismo um conjunto de ‘estórias, ‘estórias da vida’, ‘estórias das estrelas’, ‘estórias’ de triunfo e tragédia, como define o autor. Ciro Marcondes Filho (2009), que

assume uma postura bastante pessimista com relação à atividade, resgata que este campo é “filho legítimo da Revolução Francesa” muito embora já existissem jornais um século e meio antes. Na luta pelos direitos humanos, o jornalismo se expandiu, nesta que foi a “revolução símbolo” da destituição da aristocracia, do fim das monarquias e de todo o sistema absolutista herdado da Idade Média, assim como a afirmação do espírito burguês. Marcondes Filho argumenta que o aparecimento do jornalismo também está associado à “desconstrução” do poder instituído em torno da Igreja e da Universidade, outrora em mãos da Igreja. Com a invenção da prensa por Gutenberg, gradativamente ao longo dos séculos, o saber passou a circular de modo mais ou menos livre, sendo abastecidos pelos jornalistas. Surge daí, para o autor, o *mito da transparência*, filho direto da ideologia das luzes. No Brasil, o campo jornalístico desempenha um papel central como fonte de informação primária, mais rápida, barata e cômoda para as pessoas se informarem sobre o seu cotidiano. Nesse processo, relatam Vizeu, Rocha & Mesquita (2012), a atividade jornalística desenvolve uma pedagogia do campo que contribui para as pessoas entenderem o mundo que as cerca. “É através dos telejornais, revistas, jornais, rádio, televisão e Internet que a maioria dos brasileiros e das brasileiras toma contato com o mundo que os cerca”. Nesse sentido, o Jornalismo funciona como uma esfera pública que ocupa um lugar de referência, onde as pessoas - em meio à fragmentação e velocidade dos fatos e acontecimentos - encontram uma espécie de orientação nas sociedades complexas, uma ilha de segurança.

O jornalismo da era tecnológica, o qual se insere o rádio, é produto do século XX. Dentre as alterações no fazer jornalístico provocadas pelo avanço tecnológico, uma proposta por Marcondes Filho se encaixa na linguagem radiofônica e aproxima, sob a luz do radiojornalismo, uma observação importante: a ideologia do *flash*:

Opta-se por essa forma também porque ela permite mais facilmente encurtar uma matéria ou porque supõe-se que o leitor não vá chegar até o fim; logo, não é preciso se preocupar com a concatenação de argumentos. Por fim, faz-se essa escolha porque ela segue a lógica da própria digitalização do conhecimento, a redução do saber a blocos sintéticos de informação. Neste caso assiste-se à imposição da *ideologia do flash*, da desmontagem dos saberes organizados como uma estrutura do pensamento, da informação *à la carte*. (...) os jornais escolhem deliberadamente esse procedimento para evitar a “intelectualização” da notícia, por desconhecer ou menosprezar as capacidades do leitor, em suma, por apostar (em geral, baseada em preconceitos) numa informação de menos qualidade. (MARCONDES FILHO, 2009, p. 50).

A definição do supracitado jornalista e sociólogo em torno da *ideologia do flash* introduz algumas das questões cruciais para um debate crítico envolvendo o conteúdo jornalístico do rádio, que serão trabalhados nas próximas linhas.

2.2 O culto à objetividade jornalística

De acordo com Hugo de Burgh (2008), entre os primeiros anos do século e 1853, o jornal *Times* desenvolveu tamanha autonomia da influência política que podia classificar sua abordagem jornalística como *objetiva* e sem tendência aos interesses do poder. Para ele, há quatro principais maneiras de entender a emergência da objetividade jornalística: a política, a econômica, a tecnológica e a institucional. Essas abordagens na verdade se complementam. Habermas, em sua influente obra *Mudança Estrutural da Esfera Pública*, sustenta que a informação objetiva e imparcial surge com a criação de uma opinião pública informada, que necessita de notícias imparciais. Essa “esfera pública” consiste em grupos concorrentes que debatem os assuntos de interesse da sociedade, através da argumentação crítica. O teórico discute que foi dentro do sistema pré-capitalista na Inglaterra do século XVIII, que tinha como elemento central a troca de mercadorias, que a imprensa se desenvolveu. O jornalismo se expandiu não apenas pela necessidade de intercâmbio dessas mercadorias, como o próprio produto dessa atividade - a notícia - passou a ser uma mercadoria para a sociedade burguesa. As autoridades, que cobravam altos impostos e que intervinham bastante na economia privada, passam a provocar uma massa crítica, uma esfera crítica. Essa esfera, (entendida como a esfera das pessoas privadas reunidas em um público) alimentada e estimulada a crescer bem-informada pela mídia, possibilitou um processo de desenvolvimento político que culminou na democracia moderna (DAHLGREN; SPARKS, 1991 apud BURGH, 2008, P. 41). Habermas ressalta que a imprensa inglesa, apesar das restrições da rainha, passou a ser mais livre do que as demais dos estados europeus.

O desenvolvimento da objetividade também se deu como reação aos imperativos comerciais, a partir da necessidade de vender para o máximo de pessoas possível, evitando o confronto de opiniões, como argumenta Schiller (1981 apud BURGH, 2008). Já Desmond (1978) atribui à imparcialidade, em grande parte, ao avanço tecnológico que influenciou imediatamente a escrita, o telégrafo e ao desenvolvimento das agências de notícia. Antes, os textos eram bem mais descritivos, prolixos e dotados de certa

subjetividade, conforme padrão do jornalismo europeu. Os primeiros repórteres de guerra utilizavam telégrafos para transmitirem as informações do *front*, a custos muito altos. Quanto mais concisa fosse a reportagem, menores os custos. Essa nova forma de conceber reportagens rapidamente conduziu a outras mudanças, como a introdução do modelo “pirâmide invertida”. O telégrafo, aliás, é tecnologia que, enquanto suporte midiático, antecede o rádio, objeto do presente estudo, conforme explicitado nos capítulos anteriores.

O ideal da objetividade se amalgama à própria ideologia profissional dos jornalistas, que define o jornalismo como a realidade. Enquanto conceito, a objetividade jornalística surgiu nos Estados Unidos entre os anos 1920 e 1930, através dos estudos da socióloga Gaye Tuchman. Este entendimento, apesar das diversas críticas que recebeu, continua sendo um dos elementos-chave para compreender a ideologia que o modelo liberal da imprensa mantém. Observa Carey (1980 apud ALSINA, 2009, p. 238), que “a reportagem objetiva tornou-se um fetiche do jornalismo norte-americano durante a rápida industrialização”.

Tuchman (*apud* Traquina, 1999, p. 74) defende o conceito de *objetividade como um ritual estratégico*, ao afirmar que os jornalistas acreditam que podem mitigar pressões contínuas, evitar possíveis processos de difamação e as repressões antecipadas dos superiores, com a argumentação de que o seu trabalho é “objetivo”. Para a socióloga norte-americana, o jornalista pode afirmar que citou outras pessoas em vez de dar as suas próprias opiniões. A “objetividade” pode ser vista como um ritual estratégico, protegendo os jornalistas dos riscos da sua profissão. Ela levanta a questão de outras profissões não poderem também usar o termo “objetividade” da mesma maneira. Ao argumentar que seu trabalho é “objetivo”, o jornalista analisa três fatores: a forma, o conteúdo e as relações *inter-organizacionais*. Dispondo de uma metodologia diferenciada, esse profissional diversas vezes justifica a objetividade pelo caminho percorrido, a forma de acesso a aquilo que seria a versão verdadeira dos fatos. Os fatos sociais, porém, explica Gaye Tuchman, são interpretados, constituindo-se entre limites de valores. Por esse motivo, a autora se dedica a estudar, primordialmente, a forma, o conteúdo e tais relações organizacionais. “Por forma, entendo aqueles atributos das notícias e dos jornais que exemplificam os processos noticiosos, como o uso das aspas. Por conteúdo, entendo aquelas noções da realidade social que os jornalistas consideram como adquiridas”, afirma a socióloga. Já o conteúdo, estaria inevitavelmente ligado à organização interna. Estes padrões protegeriam os jornalistas da avaliação de críticos e

terceiros. Assim “a objetividade como ritual estratégico pode ser utilizada por outros profissionais como forma de se defenderem dos ataques violentos da crítica.” (TUCHMAN, 1999, p. 75-76).

Como exemplos, para estudo do *newsmaking*, são citados pela autora dez artigos de jornal. Desses, nove são tirados de “notas recolhidas como observador participante num jornal metropolitano com uma circulação de 250.000 exemplares. O décimo é tirado de um livro sobre práticas noticiosas. Em seis casos, os jornalistas criticam o trabalho de colegas; num, um jornalista critica um repórter de um outro jornal.” (TUCHMAN, 1999, p.76). Observa-se, inicialmente, que há uma dissociação entre o jornalista e o cientista social, entre teoria e prática, respectivamente. A segunda teria papel limitante no exercício da função jornalística, inibindo uma análise epistemológica reflexiva. Entretanto, jornalistas necessitam de uma noção o mais prática possível acerca da objetividade, minimizando, dessa maneira, o risco de processos difamatórios e a repreensão por parte dos superiores.

A incapacidade de se fazer uma investigação aprofundada sobre o fato também atua como fator limitante. Quando há alguma inadequação o adjunto do *managing editor*, encarregado da seleção final do material, este fato pode suscitar diversos comportamentos. Sobre a estruturação da notícia, esta se assemelha teoricamente à de uma pirâmide invertida, de forma a reforçar a validade do lead, promovido diante do *news judgement*:

A invocação do *news judgement* (perspicácia profissional) é uma atitude inerentemente defensiva, pois o *news judgement* é a capacidade de escolher ‘objetivamente’ de entre ‘fatos’ concorrentes para decidir quais os ‘fatos’ que são mais ‘importantes’ ou ‘interessantes’. ‘Importantes’ e ‘interessantes’ denotam conteúdo. Por outras palavras, ao discutir a estruturação da informação, o jornalista deve relatar as suas noções de conteúdo ‘importante’ ou ‘interessante’. (TUCHMAN, 1999, p. 83)

Para Bechelloni (1982, apud ALSINA, 2009, 239), o problema da objetividade jornalística não está no fato de que a mídia possa transmitir uma versão subjetiva da realidade, mas o próprio modelo liberal da imprensa é quem limita a objetividade. No que diz respeito à produção da informação, Marletti (1983 apud ALSINA, p. 248) analisa o paradoxo funcional que se constrói sobre o papel da profissão do jornalismo: por uma parte, ela é uma profissão cognoscitiva que requer uma forte especialização na narração direta, e sem mediações, do que se considera que seja a “realidade”. Mas, por

outra parte, a própria organização dessa especialização, endereçada à “realidade”, nos conduz inevitavelmente à criação de um ambiente funcional “artificial”, e “isolado”: o pequeno mundo das redações (*newsroom*) a relação com os colegas.

Alsina (2009) observa que a fragmentação do discurso potencializa a objetividade, no sentido em que restringe a variedade e pluralidade de posições. O efeito de verdade dessa “não verdade” gerada pela mídia é bem forte, já que se encontram encobertos a maioria dos mecanismos de produção. A falta de objetividade jornalística também pode ser a causa nem tanto do modelo em geral do sistema da informação, mas da produção específica e da atividade, em concreto, dos jornalistas, conforme argumento de Kline (1982 *apud* ALSINA 2009). O autor lista pelo menos quatro vieses:

- a) O viés do conteúdo, em que se reflete a orientação geral de um meio de comunicação. Podemos apreciar como interpreta a importância dos acontecimentos conferindo-lhes valores e determinando a quantidade e a qualidade da cobertura e sua prioridade. Mesmo que na seleção de notícias a liberdade de ação seja menor, esse viés poderá ser apreciado mais claramente na hierarquização e na tematização;
- b) O viés das fontes. Acontece na escolha de uma fonte que se manifesta e fala de um acontecimento. Esse viés se produz quando são utilizadas sempre as mesmas fontes ou os agentes sociais os que valorizam os acontecimentos, deixando de lado outros agentes implicados;
- c) O viés temático. O jornalista adota um modelo narrativo, um ângulo para poder explicar o acontecimento dentro dos moldes de um contexto cultural institucionalizado socialmente. Explicando um acontecimento no sentido de torná-lo compreensível, o jornalista registra o acontecimento em um modelo familiar do conhecimento humano. O problema acontece quando os referentes não estão em consonância. No momento em que o modelo interpretativo não é mais consenso, o sujeito da enunciação deve-se mostrar em um novo viés interpretativo.
- d) O viés teórico. Este acontece na organização dos materiais brutos de uma notícia, através de raciocínios por inferência, ou colocando em relação diversos aspectos de um acontecimento. No contexto de uma reportagem, ocorrem conclusões, análises das causas ou motivações oferecidas pelos jornalistas ou por suas fontes. Em resumo, o viés teórico acontece quando fazemos uso da opinião, o

contexto emocional, a atribuição das causas, o nível de apreciação e a coordenação de imagem-comentário.

Marletti (1983) destaca que não é fácil estabelecer quais serão as possíveis características do modelo de construção da realidade que está sendo gerado através da mídia. Diz, como uma hipótese, que o imperativo de uma maior seletividade e diferenciação da informação vai impor critérios de relevância muito mais sofisticados e técnicas muito mais refinadas de valorização do produto comunicativo. Outro problema que pôs em crise a objetividade jornalística diz respeito ao fato de que os jornalistas começam a contar fatos dos quais não participaram, como se estivessem estado lá. No que diz respeito à produção da informação, Marletti analisa o paradoxo funcional que se constrói sobre o papel da profissão do jornalismo: por uma parte, ela é uma profissão cognoscitiva que requer uma forte especialização na narração direta, e sem mediações, do que se considera que seja a “realidade”. Mas, por outra parte, a própria organização dessa especialização, endereçada à “realidade”, nos conduz inevitavelmente à criação de um ambiente funcional “artificial”, e “isolado”: o pequeno mundo das redações (*newsroom*) a relação com os colegas. Charaudeau (2012) comenta que não há captura da realidade empírica que não passe pelo filtro de um ponto de vista particular, o qual constrói um objeto particular que é dado como um fragmento do real.

Objetividade, na perspectiva de Kant, seria uma representação correta da realidade e não, como se crê, aquilo que existe, independente do espírito humano e que é oposto ao mundo aparente, irreal, ilusório, subjetivo. No entanto, afirma Ciro Marcondes Filho (2009, p. 103) que, em torno desta representação correta da realidade, armou-se uma concepção em torno do jornalismo como uma atividade em “busca da verdade”, ou seja, como uma forma de objetividade. Por aí se desenrolou o debate ideológico do século XIX, principalmente pela oposição entre uma visão liberal e uma visão de mundo socialista, ambas reivindicando para si a verdade. Mas a crise das ideologias do século XX desmoronou as bases filosóficas desse debate: não havendo mais projetos políticos por que se bater, jornalistas ficaram apenas com seu esqueleto instrumental: a busca da transparência em si, como valor único, de verdade:

A partir dos anos 80, com a introdução da informatização em todos os campos da sociedade, termina a chamada Era da Modernidade, em que a luta por uma utopia social ocupava o centro dos confrontos políticos.

Não há mais confronto entre capitalismo e socialismo. O neoliberalismo é o padrão único neste contexto de globalização. (...) neste contexto, a ideologia da transparência é a única possível para a imprensa. Segundo ela, o que importa, em termos de jornalismo, é “ver claramente a verdade” (MARCONDES FILHO, 2009, p.104).

Para o autor, a ideologia da transparência é a resposta utilizada pelo jornalismo aos novos tempos de “visibilidade total”. Não importa mais a concepção política que se tem ou a ideologia. Tudo isso é neutralizado pelas informações gratuitas e volumosas, na qual qualquer um pode falar, sem prejudicar ninguém. O jornalismo não é nem neutro nem objetivo, pois, como qualquer atividade humana, a produção jornalística sofre o filtro e a regulação dos agentes pelos quais passa. Por outro lado, os próprios critérios dessa objetividade variam conforme o grupo social que tem posição de controle ou domínio do mercado de opiniões e que pode confrontar as notícias. (MARCONDES FILHO, 2009, p. 180). Nesse debate, uma das grandes questões que se coloca no jornalismo é não é como “resgatar a grande questão do jornalismo não é como resgatar a objetividade, a transparência e a clareza, mas como pode esta profissão sobreviver na atualidade como algo que proporcione mais senso crítico, denúncia e insubmissão a certas verdades colocadas pela mídia.

2.3 As relações sociais e políticas na produção da notícia

O sentido do que é notícia envolve uma complexa gama de processos sociológicos, linguísticos, políticos, burocráticos, éticos e finalmente técnicos. Gieber (1964 apud Traquina, 2005, p.152) escreve que as notícias só podem ser compreendidas se houver uma compreensão das “forças sociais” que influenciaram a sua produção. A *Teoria Organizacional* de Warren Breed busca respostas para esta dinâmica. Breed (1999, p. 152-153), relata que as “normas profissionais” dos jornalistas podem ser de dois tipos: as técnicas envolvem as operações de recolha, escrita e preparação das notícias; as normas éticas dizem respeito à obrigação do jornalista para com os leitores e para com a sua profissão, e incluem idéias como responsabilidade, a imparcialidade, a exatidão, o *fair play*⁶ e a objetividade. O autor desenvolve interessante argumento sobre

⁶ O conceito de fair play está vinculado à ética no meio esportivo. Os praticantes devem procurar jogar de maneira justa, não prejudicando o adversário de forma proposital. Fonte: Wikipédia. Disponível em: [http://pt.wikipedia.org/wiki/Fair_Play_\(esportes\)](http://pt.wikipedia.org/wiki/Fair_Play_(esportes)). Acesso em: 13 de abril de 2013.

a forma como o repórter (o qual se refere como *staffer*) em uma redação de jornal, apreende as rotinas produtivas da empresa jornalística.

O primeiro mecanismo é a socialização do jornalista no que diz respeito às normas do seu trabalho. Quando o profissional, inexperiente, começa o seu trabalho, não lhe é dita qual é a política editorial, como conclui Breed, a partir de entrevistas. Aponta o autor que entre as observações dos entrevistados, a mais comum era: “Nunca, nos meus anos de jornal, me disseram como ‘se orienta’ a notícia” (BREED, 1999, p. 154). O pesquisador também averiguou que nenhum dos jornais analisados possuía um programa de formação para os novos. Alguns distribuíram um livro de “estilo”, mas este tratava-se de estilo literário, não de política editorial. Basicamente, a atividade jornalística era socializada quase de maneira instintiva, em um processo o qual o novato descobre e interioriza os direitos e as obrigações do seu estatuto, bem como as suas normas e valores. Uma prática que sobrevive principalmente nas reduzidas redações de rádio, que muitas vezes, não dispõe de estrutura física, pessoal e financeira.

De maneira geral, a leitura de Breed com relação ao *staffer* é pertinente no ambiente do rádio. O autor relata que o repórter não é tratado como um “trabalhador”. A redação é um lugar amistoso onde todos se tratam pelo primeiro nome e trabalham cooperativamente em busca de um propósito: a informação. As tarefas delegadas aos *staffers* também são interessantes. Os jornalistas gostam do seu trabalho dentro de um veículo de comunicação. A variedade de experiência, o testemunho pessoal de acontecimentos significantes e interessantes, conhecer e, por vezes, conviver com pessoas notáveis e célebres, estar próximo das grandes decisões sem terem de as tomar são fatores que fazem com que o *staffer* sinta prazer pelo seu ofício, apesar da remuneração relativamente baixa que caracteriza a profissão. Conforme aponta Breed, na teoria organizacional, a ênfase está num processo de socialização organizacional, em que é sublinhada a importância de uma “cultura” organizacional, e não uma cultura profissional. Traquina (2005, p.157) observa que outros estudos do jornalismo demonstram também a importância da organização jornalística (ROSTEN, 1937; GIEBER, 1956; BOGART, 1968; SIGELMAN, 1973; NIMMO, 1964). Na opinião do britânico James Curran (1990), a autonomia do jornalista é uma “autonomia consentida”. Assim sendo, as notícias são o resultado de interações sociais que tem lugar dentro da empresa jornalística.

A produção das notícias também podem ser analisadas sob o prisma das teorias de ação política, marcadas pelo interesse na ideologia – entendendo este conceito na

interpretação de Althusser (1974) em sua obra *Ideologia e Aparelhos Ideológicos de Estado*. Para o autor, a ideologia consiste em sistemas de representação compostos de conceitos, ideias, mitos ou imagens, nos quais homens e mulheres vivem suas relações imaginárias com as reais condições de existência. É um sistema dotado de uma lógica e de rigor próprios de representação (imagens, mitos, idéias, conceitos etc.) que possuem existência e um papel histórico no seio de cada sociedade. De uma maneira geral, Althusser entende que a partir da ideologia os homens representam o mundo para si mesmos, a partir de um certo número de realidades que se apresentam sob forma de instituições distintas e especializadas. No entanto, este mundo nunca é tal como ele existe efetivamente, mas sim um mundo marcado pela intervenção humana. a partir desses aparelhos, tais como a escola e a imprensa, a classe dominante instaura sua ideologia – o que não se torna dominante por obra e graça divina, nem mesmo pela virtude da simples tomada do poder de Estado. Embora a questão ideológica também seja um fator pertinente no estudo da construção da notícia, não é intenção deste trabalho estender campo de análise neste íterim.

2.4 As notícias como construção social da realidade

O noticiário transmitido pelos *mass media* é uma das principais formas atuais de contato com o entorno onde vivemos. Graças aos meios de comunicação sabemos o que se passa no restante do mundo. Para Lorenzo Gomis (1991), o “presente social” dos meios de comunicação dura um par de dias e sua permanência nos comentários se prolonga por pelo menos uma semana. Os meios de massa formam a nossa percepção da realidade. Para o teórico, a prática do jornalismo pode ser entendida em termos de pesquisa e investigação, como a “paulatina redução da incerteza, com a publicação de hipóteses sobre o que é, todavia, incerto”. De uma maneira geral, é a sociedade que está presente no noticiário. A concepção de notícia para Gomis é: o que não se comenta nos meios de comunicação (nosso segundo círculo de referências), não produz efeito de notícia. A formação ou construção da realidade que se produz dos meios é uma atividade profissional de *mediação*. Assim sendo, o teórico destaca que a construção social da nossa realidade é fruto de uma organização que se dedica a interpretar a realidade social e mediá-la entre os indivíduos.

O processo de transformação de um acontecimento em notícia é descrito por Alsina (2009, p.19) como uma construção se compõe um pouco de três fases, sendo elas

a produção, a circulação e o consumo. O caminho teórico para definir o conceito de acontecimento encontrado por esta pesquisa tem início a partir do paradigma do *Construcionismo*. Esta corrente visa explicar o mundo social e resulta de conceitos vindos principalmente dos campos da Filosofia, Sociologia do Conhecimento e da Política. Também entendida através do termo construtivismo, o construcionismo não possui um caminho fundado por um único autor. No entanto, para esta dissertação, a obra de Peter Berger e Thomas Luckmann se configura como uma das principais referências, especialmente o livro *A Construção Social da Realidade*, de 1966.

Berger e Luckmann (2009) confluem no entendimento de que a realidade é socialmente construída, partindo do seguinte questionamento: como significados subjetivos se tornam realidades objetivas? Sugerem os autores que esse processo de construção social do mundo ao redor é obtida por meio da tipificação, institucionalização e socialização. Esta mesma realidade é edificada através da interação entre os agentes sociais, através da comunhão de símbolos. Para os autores, as tipificações são a forma como o outro é compreendido. O sentido das coisas é estabelecido quando este é socialmente partilhado, através da cultura. Este significado é passível de constantes ressignificações, pela própria dinâmica da sociedade. Sendo a sociedade uma realidade ao mesmo tempo subjetiva e objetiva, qualquer análise dela deve levar em conta os momentos de exteriorização, objetivação e interiorização, que devem ser vistos não como sequenciais, mas em uma relação dialética e simultânea. Isso vale também para um membro individual desta sociedade, “o qual simultaneamente exterioriza seu próprio ser no mundo social e interioriza este último como realidade objetiva” (BERGER; LUCKMANN, 2009, p. 173). Os autores observam que a constituição de sentido na consciência do indivíduo não é obtida por meio do sujeito isolado, como afirmam no seguinte trecho:

A vida cotidiana está repleta de múltiplas sucessões de agir social, e é somente neste agir que se forma a identidade pessoal do indivíduo. Vivências puramente subjetivas são o fundamento da constituição do sentido: estratos mais simples de sentido podem surgir na experiência subjetiva de uma pessoa. Mas estratos superiores de sentido e uma estrutura mais complexa de sentido pressupõem uma objetivação do sentido subjetivo no agir social. Somente então pode o indivíduo fazer conexões lógicas complicadas, dar início e controlar seqüências diferenciadas de ação e recorrer ao tesouro disponível de experiências em seu meio ambiente social. Mas de fato também fluem, além disso, para dentro dos estratos inferiores de sentido da experiência do indivíduo elementos de sentido modelados historicamente nas

vertentes mais antigas do agir sociais (tradições). Tipificações, classificações, padrões de experiência e esquemas de ação são componentes do acervo subjetivo do conhecimento, que são tomados em boa parte de um acervo social de conhecimentos. (BERGER; LUCKMANN, 2004, p. 17-18)

Para Schutz (ALSINA, 2009, p.19-20), o homem é um ser social. Assim sendo, a consciência que a pessoa possui do mundo cotidiano é social, partilhada entre os indivíduos, em um mundo compartilhado de percepções recíprocas. Depende-se do outro, para a formação cognitiva dos significados das coisas. Esta experiência, no entanto, não se expressa em todas as relações, mas aparece quando uma pessoa tem a consciência de que está experimentando simultaneamente o mesmo mundo que outra pessoa. Nesta mesma linha, a interação entre os indivíduos tem, entre premissas básicas, o fato de os significados das coisas só terem sentido em consequência da interação simbólica que cada pessoa mantém com o próximo. Estes mesmos significados se modificam e se manipulam ao longo das interações sociais.

Na perspectiva do construcionismo, observa-se a parcialidade das notícias, o que rejeita, conseqüentemente, a *Teoria do Espelho*, por diversas razões, conforme argumenta Traquina (2005, p.168), ao concluir que este paradigma entende que é impossível estabelecer uma distinção radical entre a realidade e os *media* noticiosos que devem “refletir” essa realidade, porque as notícias ajudam a construir a própria realidade. Em segundo lugar, a teoria defende que a própria linguagem não pode funcionar como transmissora direta do significado inerente aos acontecimento. No entanto, a linguagem neutral mostra-se impossível. O paradigma das notícias como construção não implica que as notícias sejam ficção. Gomis (1991) também rejeita a perspectiva do *gatekeeper*, já que “nem o espelho nem a janela levam em conta a mediação da linguagem”. A justaposição dessas notícias forma então a imagem jornalística da nossa “realidade presente”. Tendo o jornalismo como uma atividade de interpretação, o autor defende que este método de interpretação se baseia em algumas premissas:

1. A realidade pode fragmentar-se em *períodos*. O único período que se trata de interpretar é o atual, e esse é precisamente o que nos tem sido interpretado pelo meio. Ao unificar um período, o meio de comunicação define o presente.

2. A realidade pode fragmentar-se em unidades completas e independentes (fatos), capazes de interpretar-se em forma de textos breves e autônomos (notícias).
3. A realidade interpretada deve poder assimilar-se de forma satisfatória em tempos distintos e variáveis por um público heterogêneo.
4. A realidade interpretada deve se encaixar em um espaço e tempo dados (a plataforma redacional do veículo que deixa livre a publicidade, o tempo destinado na programação ao noticiário radiofônico e televisivo).
5. A realidade interpretada deve chegar ao público de um modo completo através de uma gama de filtros e formas convencionais (gêneros jornalísticos), que permitam entendê-la melhor. As formas extremas, básicas e complementárias dessa gama de interpretações são: a informação pura (notícia) e o comentário (principalmente o editorial). A essa gama corresponde uma diversidade de tons e usos da linguagem. (GOMIS, 1991, p. 38-39).

Patrick Charaudeau (2012, p. 131) afirma que “não há captura da realidade empírica que não passe pelo filtro de um ponto de vista particular, o qual constrói um objeto particular que é dado como um fragmento do real”. Sobre os meios de comunicação, o teórico analisa que a mídia tenta aproximar ao máximo os dois momentos opostos: o *instante do surgimento do acontecimento com o instante de consumo da notícia*, e cada suporte (rádio, televisão, imprensa escrita, internet) o faz à sua maneira, em função dos meios técnicos que lhe pertencem. Porém, o que é comum a todos é o quadro temporal que define a notícia como atualidade. A atualidade é, conclui Charaudeau, o que responde à pergunta: “o que se passa neste momento”? Na prática jornalística, esta assertiva remete à consulta de um dos componentes essenciais na construção de uma notícia jornalística: a fonte, na medida em que a instância midiática não pode inventar as notícias. Comentar o mundo constitui uma atividade discursiva, complementar ao relato, que por sua vez consiste em exercer suas faculdades de raciocínio para analisar “o porquê e como dos seres que se acham no mundo e dos fatos que aí se produzem” (CHARAUDEAU, 2012, p.175). Com efeito, a mídia desempenha um papel fundamental ao construir ou gerenciar o espaço do que o cidadão vê e ouve.

2.5 O tempo presente e a fragmentação do discurso através dos fatos

O jornalismo opera pela redução do tempo. O conhecido aforismo *dead line*, diariamente, limita a produção jornalística à interpretação não de toda a realidade, mas de um fragmento dela: o período. Tendo o tempo como maior restrição, trata-se de interpretar a realidade mais recente. Este período, orienta Gomis (1991), se identifica de acordo com cada veículo de comunicação. “o rádio e a televisão falam das notícias das duas ou das três, ou do resumo das 24 horas” (p.39). pode-se observar como essa justaposição de acontecimentos-notícias se diferencia, na mídia eletrônica, pela fragmentação da imagem da sociedade. As informações são escassas, carecem de contextualização. Autores como Rositi (1975), Findhal e Hoijer (1981 apud WOLF, 1985) argumenta, com relação ao telejornalismo, que os limites rígidos da duração dos noticiários e das suas dimensões, fazem com que dois ou três minutos das notícias maiores não sejam suficientes para se fornecer o contexto histórico ou geográfico da maior parte dos acontecimentos. A atenção centra-se no que acontece e não nos seus objetivos ou nas suas causas profundas. Esta limitação do tempo disponível provoca, inevitavelmente, a imagem de uma sociedade instável. (EPSTEIN, 1981, p. 127 apud WOLF, 1985, p. 193).

Outra forma como a realidade pode se apresentar fragmentada a partir da interpretação jornalística é a partir de unidades independentes e completas chamadas *fatos*. Essas unidades podem se comunicar com o público sob a forma de notícias. Para Gomis (1991), os fatos são justamente os acontecimentos. Este termo se mostra mais apropriado para o autor por estar mais bem relacionada à atividade jornalística. Rodrigo Alsina (1989, p. 185) propõe a seguinte definição: “notícia é uma representação social da realidade cotidiana produzida institucionalmente, que se manifesta na construção de um mundo possível”.

O acontecimento é um fenômeno social determinado histórica e culturalmente. No entanto, observa Alsina, cada sistema cultural vai concretizar quais são os fenômenos que merecem ser considerados como acontecimentos e quais passam despercebidos. A evolução histórica do acontecimento a partir da mídia pode ser esquematizada a partir de três períodos, como demonstra Tudesq (1973 apud ALSINA, 1989): o acontecimento anterior à imprensa para as massas; o acontecimento durante a hegemonia da imprensa de massas e o acontecimento na atualidade. No contexto liberal da imprensa, o surgimento do rádio é um importante marco comunicativo no contexto

entreguerras. E no contexto atual, a sociedade da mídia pode ser entendida como uma sociedade que “faz acontecer”. Em muitas ocasiões, a opinião de uma personalidade importante sobre um acontecimento se torna um novo acontecimento. Com o surgimento da internet, o acontecimento pode se referir a qualquer parte do mundo também. Neste sentido, a metáfora da aldeia global de McLuhan se faz ainda mais real. Finalmente, também nesta Sociedade do Conhecimento, acontece uma diversificação dos tipos de acontecimentos: esportivos, econômicos, de fatos, de ecologia, de sexualidade, sanitários, de tecnologia, científicos, informáticos e etc. (TUDESQ 1973 apud ALSINA). Porém, mesmo diante dessa diversidade temática, a produção jornalística, tradicionalmente, tende a homogeneizar os acontecimentos.

Gomis destaca que ao se compreender como se forma o presente social, pode-se descobrir qual a função social dos meios de comunicação, e, assim, compreender como a sociedade se modifica e se comporta. Os meios tendem a transmitir o presente, algo que está ocorrendo, que será superado por outro assunto. Este costume, de acordo com Garst y Bernstein vem do próprio costume de se falar no cotidiano, porque é uma tendência do ser humano transmitir o agora. Com relação à manchete dos jornais, é tendência se conceber a manchete com um verbo no tempo presente, pois o leitor tem uma impressão mais vívida da realidade, e o uso do presente influencia nisto. Esta linguagem é fortemente observada na linguagem do rádio, conforme veremos no tópico que abordará as técnicas de redação radiofônica. As manchetes se redigem de maneira direta, em estilo discretamente familiar e “falado”. Os meios de comunicação se esforçam em provocar em nós a ilusão de que vivemos em um amplo presente, e a imagem da realidade que os meios constroem como fatos do passado são uma imagem projetada do futuro. José Luiz Martinez Albertos (*apud* GOMIS, 1991), chama o jornalista de *operador semântico* pois este manipula linguisticamente uma realidade bruta para conseguir elaborar uma mensagem adequada. Ou seja, os meios convertem um fato em notícia através de uma operação linguística. Como já foram levantados em tópicos anteriores o que, tradicionalmente, são os considerados *valores-notícia* de acordo com teóricos discutidos, o próximo passo é aproximar como esses critérios de noticiabilidade se apresentam a partir das técnicas de radiojornalismo praticadas nas redações de rádio.

3 GÊNEROS RADIOFÔNICOS

3.1 Os gêneros jornalísticos no rádio

A análise em torno dos gêneros tem se tornado cada vez mais popular, segundo assinala Bhatia (1997 *apud* PRATA, 2009). O autor destaca que esse estudo não se restringe mais a um pequeno grupo de pesquisadores, mas tem se tornado muito mais amplo do que jamais foi imaginado. No entanto, seu debate com relação à prática jornalística não é novo entre os estudiosos brasileiros. Basta ouvir a programação das rádios para tentar compreender o quanto a perspectiva dos gêneros é importante no estudo dessa mídia. Uma abordagem mais empírica dos gêneros tende a tratá-los como “categorias” que norteiam a própria relação do veículo com a audiência; como “categorias” a partir das quais se decide o que se quer consumir no rádio e até o controle institucional da programação. Tratar de gêneros radiofônicos, nesse tipo de abordagem, limita-se a tratar de classificações orientadas geralmente pelo conteúdo, que nos permitam identificar certos tipos de programas antes ou enquanto entramos em contato com eles.

O jornalista pernambucano Luiz Beltrão lançou olhares nos gêneros jornalísticos, que foram posteriormente aprofundados por José Marques de Melo, em sua obra *Para uma Leitura Crítica da Comunicação*. Publicada em 1985, a obra analisa a questão do gênero nas origens do jornalismo brasileiro. Para Marques de Melo, o paradigma no país nutre-se de um “modelo (português) determinado por influências francesas e britânicas”. O autor chama a atenção que o maior impacto que o jornalismo brasileiro recebeu foi do padrão americano. E como seria este padrão? O referido pesquisador observa aspectos peculiares no veículo impresso, com relação aos gêneros opinativos, crônica, resenha, editorial, caricatura e carta:

No que se refere particularmente aos gêneros opinativos, detectamos algumas especificidades. Distanciando-se do jornalismo norte-americano, e em certo sentido também do jornalismo italiano, alemão e espanhol, o comentário, a coluna e a crônica são gêneros que assumem feição eminentemente opinativa, explicitando juízos de valor, buscando influenciar o público a que se dirigem. (...) É provável que muitas características não correspondam à riqueza dos traços que delineiam a prática cotidiana do jornalismo regional ou local. É factível que inúmeras particularidades reflitam a natureza do jornalismo impresso e não encontrem equivalências no jornalismo eletrônico. Tudo isso pode ocorrer. Trata-se de uma contingência inevitável no trabalho científico (MELO, 2006, p. 70-71).

Para o pesquisador, “não obstante a identificação dos gêneros constitua uma tarefa a que se tem dedicado os pesquisadores acadêmicos, na verdade a questão tem origem na práxis”. Com relação à produção acadêmica em torno dos gêneros dentro do rádio, observa-se que a literatura atual ainda é confusa e escassa, além de muito próxima das classificações de autores que analisam o jornalismo impresso e televisivo. Em função da práxis profissional, a questão dos gêneros midiáticos sempre fez parte da agenda acadêmica da comunicação social brasileira, sendo intelectuais como Alceu Amoroso Lima, Barbosa Lima Sobrinho ou Antônio Olinto representantes desta vanguarda a debater sua natureza e especificidades, na metade do século XX, conforme anota José Marques de Melo. Ressalta o autor que, à época, havia a percepção de um território comum entre o jornalismo e a literatura, e que, neste início do século XXI, a internet tem ressuscitado o debate a propósito dos gêneros e dos formatos do jornalismo brasileiro.

Outra conceituação, enquanto tipologia (resultado de determinada classificação de gênero), vem sendo bastante debatida e se refere a aspectos da realidade linguageira diferente uns dos outros. Originária da retórica antiga e clássica e retomada pela lingüística do discurso com o propósito de textos não literários, essa noção também está presente na análise das mídias, acompanhada de qualificativos que a especificam segundo o suporte midiático: gêneros jornalísticos (imprensa escrita), gêneros televisivos e radiofônicos, conforme argumento de Charaudeau (2012, p. 203). Um gênero pode ser entendido pelo conjunto de características de um objeto e constitui a classe à qual o objeto pertence. Três aspectos podem ser levados em consideração para determinar uma classe textual: o de lugar de construção do sentido do texto, o grau de generalidade das características que definem a classe e o modo de organização discursiva dos textos. Com relação ao gênero “informação midiática” proposto por Patrick Charaudeau, este pode ser definido a partir do tipo de dispositivo e traz especificações para o texto, de acordo com o suporte midiático (imprensa, rádio, televisão). Isto permite distinguir, por exemplo, uma entrevista radiofônica de uma entrevista televisionada pela simples presença da imagem nesta última e suas múltiplas incidências nos papéis desempenhados pelo entrevistador e entrevistado (CHARAUDEAU, 2012, p. 207). É justamente o suporte radiofônico, estudado pelo autor, que o estudo se baseia para construir a análise desta dissertação.

3.2 A entrevista no rádio

Tanto a reportagem – que será comentada a seguir – quanto a entrevista se alinham com o “acontecimento comentado”. No entanto, é tarefa difícil estabelecer uma distinção quanto ao grau de envolvimento do emissor da informação, que depende do modo de presença do jornalista em sua enunciação. A posição do gênero *entrevista-debate* se justifica pelo fato de que é a instância midiática que monta todas as peças do acontecimento pela exibição espetacular da palavra, mesmo quando essa instância deva obrigatoriamente fazer o jogo da transparência. Esses gêneros são inerentes ao discurso jornalístico, e podem variar com o tempo, de acordo com a própria evolução dos suportes, com as modas vigentes em relação à maneira de contar, de analisar, de entrevistar de debater, etc. No contexto das novas tecnologias, não é possível, ainda, determinar se estes são variantes de gêneros, subgêneros ou novos gêneros. A questão permanece, pois, sob as variações de forma, se estabelece uma ruptura e, por conseguinte, a aparição de uma nova categoria.

Uma das principais características do suporte rádio é a “voz” - o que instaura uma relação muito particular com o receptor: a de intimidade e também de convivência intelectual -, ausentes tanto na imprensa escrita quanto na televisão. Intimidade porque a voz revela à audição os movimentos de afetividade, sentimentos favoráveis ou desfavoráveis, tremor das emoções, frieza ou paixão, as vibrações do espírito, sinceridade ou mentira. É o rádio, pois, a mídia da entrevista, conforme explica Charaudeau (2012, p. 213):

Convivência ou rejeição, porque a voz se manifesta uma relação de oralidade que implica, segundo modos de regulação diversos, trocas de réplicas, logo, diálogo. A união dessas duas características, situação dialógica e intimidade, explica porque a mídia rádio seja, por excelência, a mídia da entrevista. Não se trata de excluir o rádio de outras especificidades, tais como o boletim de informação, o dossiê de imprensa, ou o relato, mas esse gênero é talvez o que mais contribui para a deliberação democrática pelo fato de ser palavra pura e palavra questionada.

Conforme a linguagem, o supracitado autor enumera três situações próximas no ambiente do rádio: entrevista, bate-papo e conversa. O *bate-papo* pressupõe dois ou mais parceiros em igualdade de *status*, que tratam do mesmo tema com uma competência que se supõe igual e com o cuidado de por essa competência a serviço da melhor compreensão do problema. No caso de uma conversa não é exigido nada em

particular quanto ao *status*. Esta se caracteriza pela sua diversidade, e cada agente toma fala quando achar necessário. Já a entrevista exige uma diferenciação quanto ao *status*, de tal modo que um dos parceiros seja legitimado do papel de “questionador” e o outro num papel de “questionado-com-razões-para-ser-questionado” (CHARAUDEAU, 2012, p. 214).

Débora Cristina Lopez (2010), em sua pesquisa *Radiojornalismo Hipermidiático*, que aponta tendências do rádio *all news*, revela que uma emissora pode se caracterizar como informativa ou analítica, a partir das distintas compreensões do papel do rádio. No caso da Rádio BandNews FM, que aparenta, em uma aproximação inicial, uma perspectiva mais informativa, as entrevistas não excedem cinco minutos de duração. Desta forma, conjuga o jornalismo informativo e interpretativo, predominantes no jornalismo de rádio, segundo Ferraretto (2001, p. 201):

O jornalismo informativo retrata o fato com o mínimo de detalhes necessários à sua compreensão como notícia. Por se adaptar às necessidades de concisão do texto radiofônico, é o gênero preponderante no noticiário. Aparece, também, na maioria dos boletins, embora estes tendam, pela adição da impressão pessoal do repórter, a invadir o terreno do jornalismo interpretativo.

A entrevista, segundo Lopez (2010), é um gênero muito adotado no rádio devido à velocidade que propicia. Se for bem executada e trazer um caso que a sociedade sente a necessidade de maiores esclarecimentos, o ouvinte acompanhará do início ao fim. Simone Silva Pires de Assumpção (2009) corrobora da observação da autora, ao observar que a entrevista jornalística é um gênero textual que costuma despertar grande interesse público, por registrar um diálogo sobre determinado tema entre alguém que pergunta – o entrevistador – e alguém que responde – o entrevistado, difundida pelos meios de comunicação, orais e escritos, tais como o jornal da tv, o rádio, o jornal escrito, a revista e a Internet. Geralmente, a entrevista tem a intenção de garantir uma aproximação maior com o leitor, trazendo o depoimento de quem está diretamente envolvido com o tema/fato que é objeto da entrevista. “A linguagem usada no gênero entrevista geralmente é a variedade padrão da língua mais próxima da linguagem oral, transparecendo a modalidade em que ela originalmente foi realizada”. A entrevista jornalística é especificada pelo contrato midiático: o entrevistador e entrevistados são ouvidos por um *terceiro-ausente*, o ouvinte, num dispositivo triangular. O primeiro tira sua legitimidade de um “procurar fazer falar o entrevistado para revelar uma verdade

oculta”, pelo fato de que seu papel consiste em fazer surgir opiniões; o segundo de um “tenho algo a dizer que concerne ao bem comum”, pelo fato de sua presença no rádio o consagrar nesse papel; o terceiro de um “estou aqui para ouvir alguma coisa de interesse geral que me seja dada como uma revelação”, pelo fato de que ele está ali para saber. (CHARAUDEAU, 2012, p.214-215). A partir daí, o autor propõe algumas variantes de entrevistas:

- *entrevista política*, que se define pelo propósito de concernir à vida cidadã, e pela identidade do entrevistado. Este é um ator representante de si mesmo ou de um grupo que participa da vida política ou cidadão e que tem um certo poder de decisão ou de pressão. Ele sabe que o que disser será interpretado de maneiras diversas, razão pela qual não se pode permitir dizer coisas como ele pensa. O entrevistador, por seu turno, tenta tirar do convidado o máximo de informações e fazer aparecer as intenções ocultas deste, com o auxílio de um jogo de questionamento sutil alternado, ou misturando, falsa inocência, falsa cumplicidade, provocação, e trazendo à luz posições contraditórias do convidado; mas ele deve, sobretudo, parecer sério e competente, mostrando que conhece bem o domínio em questão. Trata-se de um gênero que se presume por á disposição da opinião pública uma série de julgamentos e de análises que justifiquem o engajamento do entrevistado.
- *entrevista de especialista* – se define por um propósito técnico concernente a diversos aspectos da vida social, econômica e científica. Um especialista é convidado a responder a questões técnicas, esclarecer um problema, orientar o debate público sobre o tema tratado, sabendo que deve simplificar sua explicação para torna-la acessível a não- especialistas. O apresentador representa então o papel de questionador ingênuo, como se ocupasse o lugar do cidadão de base, de tradutor, para simplificar ainda mais a questão, de animador, para tornar a entrevista viva e atraente, fragmentando-a em nome de regras profissionais.
- *entrevista de testemunho* – se define por ser ora de um relato de um acontecimento considerado suficientemente interessante para ser tratado pelas mídias, ora uma breve opinião emitida com relação aos fatos da atualidade. O

entrevistado é, na maior parte das vezes, anônimo, tendo o papel de testemunhar por ter sido observador ou vítima do acontecimento em questão. Presume-se que relate apenas o que viu e nada mais, sem julgamento de valor e se possível com emoção, a menos que ao considerar representante do cidadão-médio, sinta-se legitimado para reagir. O entrevistador também faz o jogo da emoção pela maneira de fazer perguntas ou de fazer comentários, mas, além disso, contribui para fragmentar ainda mais a entrevista, pois um bom testemunho deve ser breve.

- *entrevista cultural* – se trata no caso da vida literária, cinematográfica, artística, procurando penetrar nos mistérios da criação. O entrevistado pode ter maior ou menor notoriedade, mas acaba se tornando consagrado de certa maneira, apenas pelo fato de ter sido convidado. a entrevista cultural é um gênero que se presume enriquecer os conhecimentos do cidadão, e que se justifica com a resposta à pergunta: “como é que ele faz”? que se opõe ao “como funciona”? do especialista.
- *entrevista de estrelas* – diz respeito à vida de personalidades do mundo dos espetáculos (atores, cantores, etc). O convidado, mais ou menos em evidência, está obrigado a aparecer na mídia e fazer uma boa figura para alimentar sua notoriedade; ele se presta, com maior ou menor boa vontade, às perguntas do entrevistador, que procura fazê-lo falar de sua vida particular. O entrevistador utiliza estratégias ora de conivência, ora de sedução, ora de provocação, e mesmo de impertinência e insolência, para tentar penetrar o espaço privado e o universo de intimidade do convidado.

No contexto do rádio, é necessário observar a questão da transparência no gênero entrevista, na medida em que este obedece a um conjunto de limites, principalmente no subgênero político, já que, geralmente, se pode prever antecipadamente as perguntas e respostas, inclusive aquelas pouco convenientes do entrevistador para o entrevistado, que pode se preparar para rebater as abordagens com posições de defesa, de esquivas ou de contra-ataque, quer sejam governantes no poder ou membros da oposição. Trata-se de uma mecânica previsível e, conseqüentemente, pouco credível. O referido gênero também esbarra numa contradição que tem a ver com o valor simbólico que se atribui à fala numa dada comunidade cultural. Quanto mais

complexo o fenômeno a explicar, tanto mais o pensamento é profundo e necessita de um tempo de fala mais longo. O que é profundo e complexo não pode ser expresso brevemente (CHARAUDEAU, 2012, p. 217). Por outro lado, quanto mais longo é o tempo de fala, tanto mais a atenção e mesmo o interesse decrescem, ainda mais porque, na informação midiática, supõe-se que o público-alvo deva ser captado o tempo todo. Isto, muitas vezes, é resolvido por uma diferenciação de públicos segundo as estações de rádio ou pelos tipos de programas nos quais os entrevistadores dão uma importância maior ou menor ao silêncio ou à continuidade da palavra do entrevistado. Canavilhas (2007) observa tais limitações do rádio com relação à possibilidade de dispersão da audiência. O pesquisador considera que a audiência aprende menos através da linguagem do rádio, devido a dificuldades naturais para decodificar a mensagem neste veículo. “O usuário ouve, ouve, e pode até mesmo reconhecer, no entanto, pode ser que não entenda, mas como não é possível repetir o som, a compreensão é baixa”. Apesar desta observação, no contexto da linguagem web essa concepção adquire nova interpretação, devido aos novos formatos permitidos pela web, que serão detalhados adiante. Meditsch (1999 *apud* PRATA, 2012, p. 21) lembra que na década de 50, antes da invenção do transistor, acreditava-se que o tempo de atenção do ouvinte era de 15 minutos. Na década de 60, esse tempo passou para oito minutos, na década de 70 para quatro minutos, na década de 80 para três minutos e hoje algumas emissoras trabalham com tempo de atenção em torno de 90 segundos.

A adoção de entrevistas para apresentar e complementar as informações é uma prática constante nas grades de programação de emissoras *all news*, seja em programas regulares, seja em coberturas especiais de eventos. Nivaldo Marangoni (1999, p. 08 *apud* LOPEZ, 2010, p. 72) lembra que, “no caso específico da Central Brasileira de Notícias, o tipo mais utilizado é a entrevista direta, onde o locutor ou repórter consegue dar ao ouvinte a possibilidade de ter um produto quentinho”. Retomando as discussões propostas por Ortriwano (1985), considera-se a notícia como dividida em dois grupos, que variam de acordo com a elaboração da mensagem: a forma pura e a forma ampliada. Na primeira, o jornalista limita-se ao simples relato do fato. Normalmente esse tipo de notícia é mais utilizado pelas emissoras nos primeiros momentos das transmissões, quando fontes mais analíticas e entrevistas mais interpretativas não são possíveis. Também são constantes em transmissões de eventos, quando o jornalista, além de buscar entrevistados e trazer informações oriundas da produção, utiliza a descrição dos acontecimentos como um elemento informativo crucial. A segunda, ampliada, inclui

reportagens e comentários, aliando a cobertura interpretativa à opinativa. Neste momento, entrevistas especiais e a exploração mais detalhada dos eventos e das fontes são constantes.

Através do uso das entrevistas ao vivo, a atenção do ouvinte é capturada pela valorização atribuída ao acontecimento, pela interrupção da programação e pelo acompanhamento do evento, mostrando ao público que todas as informações que ele venha a precisar e que de alguma maneira interfiram em seu cotidiano serão imediatamente disponibilizadas pela emissora. O jornalismo de rádio tem por característica o investimento em informação. Entretanto, devido à presença constante do imprevisto e das entrevistas mais aprofundadas, é possível encontrar produções classificadas por McLeish (2001) como interpretativas, que buscam analisar, discutir e explicar as notícias, apresentando uma abordagem mais reflexiva e constante na programação, acompanhada por impressões e avaliações de especialistas e protagonistas, em muitos momentos esse caráter informativo assume uma perspectiva mais persuasiva. (LOPEZ, 2010, p. 72).

3.3 Reportagem: conceitos e narrativas possíveis

Esta dissertação parte do pressuposto de que a reportagem é o gênero mais importante do jornalismo. A definição deste formato jornalístico nas pesquisas acadêmicas brasileiras remonta aos anos de 1960, através dos estudos do jornalista pernambucano Luiz Beltrão, o primeiro doutor em Comunicação Social do país. O autor do termo “Folkcomunicação” iniciou as discussões sobre conceitos e classificações dos gêneros no jornalismo impresso e, na busca pela sistematização das pesquisas em jornalismo, subdividiu as produções de impresso em informativo, interpretativo e opinativo.

Cerca de vinte anos depois, José Marques de Melo realizou uma releitura das obras de Beltrão, levando o estudo de gêneros a um lugar de destaque na pesquisa brasileira em comunicação. Embora as classificações dos dois autores apresentem algumas divergências principalmente no que diz respeito ao enquadramento dos tipos de texto, conforme observam Freire & Silva (2010 *apud* FERRARETTO; KLÖCKNER, 2010), ambos seguem padrões semelhantes. Argumenta Beltrão que, por gênero informativo compreende-se a “cobertura diária de informações, que envolve o *hard news*”.

Já o jornalismo interpretativo busca compreender e trabalhar com dados em aprofundamento, mais elaborados e com ampliação das vozes atribuídas às fontes de informação. Beltrão (1976) acredita que é função do jornalismo interpretativo apresentar uma multiplicidade de pontos de vista sobre o acontecimento para que o leitor tenha subsídios para tirar conclusões sobre o acontecimento, e que um dos subgêneros fundamentais do jornalismo informativo é a notícia. O professor Nilson Lage (2001, p. 9) argumenta: “se interrogarmos um jornalista sobre quem é mais importante na redação, ele – excetuado o caso de algum projetista gráfico ou editor egocêntricos – dirá que é o repórter”. Dentro de um ambiente de convergência digital, a atividade da reportagem aplicada ao rádio passa atualmente por um momento de readequação: precisa se reinventar para se diferenciar frente às outras mídias. Neste sentido, o funcionamento de uma rádio jornalística envolve uma ampla gama de agentes que se complementam entre si para cumprir sua função de informar o ouvinte a partir da produção de conteúdo plural, conforme argumenta o âncora do programa CBN São Paulo Milton Jung (2005, p.114):

É na reportagem que o jornalismo se diferencia, levanta a notícia, investiga fatos, encontra novidades, gera polêmica e esclarece o ouvinte. Fora dela, sobra pouco do ponto de vista da criação, quase tudo se resume a cópia. O repórter é a síntese do jornalismo, nele se personifica o profissional que vive em busca da informação. Função que não é exercida apenas por aquele que está na rua, microfone em punho, à caça de histórias interessantes para serem contadas.

No veículo rádio, a concepção do noticiário, seja nas laudas da produção ou nos textos das reportagens, obedece, conforme registro nos principais manuais de radiojornalismo, critérios já sacramentados, como textos curtos, sempre na ordem direta, tempo de duração dos flashes de aproximadamente 1’30”, entre outras características. A linguagem coloquial e fatores como o imediatismo e a mobilidade são outros elementos que distinguem a narrativa radiofônica das existentes nos outros veículos. Isto se isolarmos, neste primeiro momento, a linguagem digital, que provoca novas reflexões sobre o significado de rádio. Ted White (2008) enumerou regras para o jornalismo eletrônico:

As idéias devem ser escritas de maneira breve, com frases diretas e dirigidas a pessoas comuns, ou seja, as palavras devem ser compreendidas instantaneamente. Se a audiência não entender a notícia, nada mais importa. (...) Redatores de Rádio e TV devem

escrever da forma como a maioria das pessoas fala. Ler o texto em voz alta ajuda a perceber a clareza das frases, a fluência das sentenças e as palavras que precisam ser enfatizadas. Os redatores não devem ter vergonha de ler a notícia em voz alta na redação. Os ouvidos, e não os olhos, são os melhores juízes de um script bem escrito. É praticamente impossível perceber uma frase mal escrita sem testá-la com os ouvidos. Você pode não perceber quão complicada uma sentença está até lê-la em voz alta. (WHITE, 2008, p. 11-12).

Marcelo Parada (2000), autor do manual *Rádio: 24 horas de jornalismo*, orienta que, em uma rádio jornalística, todos os funcionários são repórteres, desde o dono da emissora, até quem não está diretamente ligado à função de produzir e captar notícias. Embora no rádio os programas tenham hora certa para começar e terminar, o espaço – ou o tempo – disponível para veicular notícia é de 24 horas. Maria Elisa Porchat (1986), que escreveu o *Manual de Radiojornalismo Jovem Pan*, assevera que a reportagem é a base do radiojornalismo, e está estreitamente relacionada com todas as outras atividades jornalísticas da emissora. Pela sua primordial importância, esta atividade exige muitas responsabilidades por parte do jornalista de rádio, conforme elencado a seguir:

O repórter é submetido a provas a todo momento e seus deslizes aparecem mais do que dos outros profissionais. Dele se exige, entre outras qualidades, sensibilidade para observação, rapidez mental e verbal para transmitir o fato enquanto o observa, vasto vocabulário, facilidade de exposição, dotes de improvisação e o mais importante: um acentuado senso de ética profissional. O repórter tem que saber lidar com as fontes de informação. Seu relacionamento com a equipe e com jornalistas de outros veículos é fundamental, sem falar na capacidade de comunicação com o público (PORCHAT, 1986, p.43).

Nas inserções ao vivo, cabe ao repórter buscar reunir, sempre que possível, o maior número de dados sobre a ocorrência que irá presenciar e transmitir “consultando o “Arquivo” e assim reunindo elementos de que se valerá quando a sequência de fatos for interrompida ou intervierem outros fatores na transmissão que o obriguem a improvisar fora da trama central” (ANDRADE LIMA, 1970, p.107). Em uma transmissão de um júri, por exemplo, o repórter de rádio pode, depois de esgotar seu estoque de informações sobre o caso, apelar para outros julgamentos semelhantes ou referir detalhes não expostos pelos advogados. É curioso observar a orientação da autora com relação à postura do repórter ao entrar na programação ao vivo: “as primeiras

palavras do repórter são de saudação à audiência, entrando logo na exposição do motivo pelo qual se realiza aquela emissão; assinala-se o local de onde se está emitindo com a descrição do ambiente”.

Heródoto Barbeiro e Paulo Rodolfo de Lima (2003) chamam a atenção para o esforço necessário ao repórter para se ouvir todos os lados envolvidos no episódio “respeitando o direito das pessoas de terem opiniões divergentes”. O repórter também deve cultivar suas próprias fontes de informação e acompanhar os assuntos pelos jornais, revistas, Internet, emissoras de rádio concorrentes e também televisão. Pesquisas ajudam no aprofundamento da reportagem. Antes de conduzir a reportagem, o jornalista deve preparar antecipadamente as perguntas que fará. “a reportagem vai ao ar ao vivo ou gravada, geralmente sem qualquer edição e, por isso, as perguntas devem ser claras, diretas e curtas” (BARBEIRO; LIMA, 2003, p. 55). Os autores também destacam a necessidade de narração direta, rememorar o fato no caso de *suites*, bom vocabulário e controle das emoções, além de forte concentração em casos de improviso. Paul Chantler & Sim Harris (1998) descrevem a reportagem na rádio britânica BBC como a mais essencial, entre todas as tarefas jornalísticas. Suas dicas se assemelham às já discutidas neste tópico, com observações sobre as reportagens ao vivo, uso de sonoridade como uma possibilidade criativa no texto radiofônico, entrevistas com fontes e entrevistas com perguntas curtas e objetivas.

Mais recentemente, o *Manual de Redação CBN*, edição 2011, destina o capítulo seis para a exposição sobre o *Rádio ao vivo*, com orientações para as entradas ao vivo, técnicas para o improviso e falhas a serem evitadas, normas para reportagem e entrevistas, atualização, consolidação e edição das informações na redação da Central Brasileira de Notícias. Entre as recomendações: conteúdo objetivo e conciso, ritmo e entonação adequados, frases curtas e na ordem direta, objetividade nas perguntas. Com relação ao texto radiofônico, a orientação é pelo texto no tempo presente ou composta do futuro, com o objetivo de aproximar o texto da linguagem coloquial. No capítulo específico de análise do *corpus* essas técnicas serão aprofundadas.

Da literatura voltada para a imprensa escrita, Lage (2001, p.23) comenta que a reportagem e o repórter, no curso da história, passaram a reformar a modalidade escrita da língua, cultivando figuras de estilo espetaculares, ora exagerando no sentimentalismo. A partir deste gênero, descobriu-se a importância dos títulos e dos furos, ou notícias em primeira mão. O repórter, como agente, está onde o leitor, ouvinte ou espectador não pode estar. Ele tem uma representação tácita que o autoriza a ser “os

ouvidos e os olhos remotos do público, selecionar e lhe transmitir o que possa ser interessante”. É o repórter que tem autonomia e habilidade social para interagir com outros agentes. Para Maria Cecília Guirado (2004, p. 34), o repórter é o profissional de comunicação que “exercita a consciência, ininterruptamente, para captar fenômenos”. É aquele que “clarifica os acontecimentos, desenredando-os para que possa aparecer, ou simplesmente parecer, inteligíveis aos leitores, que terão outras possibilidades de interpretações”.

Sodré e Ferrari (1986) argumentam que a reportagem se afirma como o lugar de excelência da narração jornalística (todo e qualquer discurso capaz de evocar um mundo concebido como real, material e espiritual, situado em um espaço determinado), pois, com seus personagens, ação dramática e descrições de ambiente separam-se da literatura e mantém, ainda que hipoteticamente, seu compromisso com a objetividade informativa. Este laço obrigatório com a informação objetiva vem dizer que, qualquer que seja o tipo de reportagem (interpretativa, especial, etc.), impõe-se ao redator o “estilo direto puro”, isto é, a narração sem comentários, sem subjetivações – embora este estudo já tenha discutido a problemática em torno do ideal da objetividade. A reportagem é uma extensão da notícia e constitui, assim, basicamente, um dos gêneros jornalísticos. É importante salientar que a narrativa (ainda que de forma variada) sempre deverá estar presente numa reportagem. Ou não será uma reportagem. Embora a notícia carregue a potencialidade de uma narrativa, há outras diferenças que podem ser assinaladas, sobretudo relativas às peculiaridades do discurso e a modos de enunciação (SODRÉ; FERRARI, 1986, p. 15).

A construção da narrativa na reportagem remete à idéia de narrador. O repórter pode não só informar, mas vivenciar os fatos que relata. E, quanto mais intenso for o envolvimento do repórter, mais próximo estará o ouvinte dos acontecimentos. Assim, o repórter se torna parte dos ambientes que reporta. É similar à narrativa oral, que parte do pressuposto do compartilhamento de experiências entre quem narra e quem escuta. Por esse motivo, a presença do narrador, suas impressões e descrições são tão importantes nesse processo. O repórter, dessa forma, serve de ponte que traz o ouvinte para perto do acontecimento retratado (MENEZES, 2007, p. 98).

À notícia cabe a função essencial de assinalar os acontecimentos, ou seja, tornar público um fato (o que implica em algum gênero de ação), através de uma informação (onde se relata a ação em termos compreensíveis). Noticiar, portanto, seria o ato de anunciar determinado fato e, independente do número de acontecimentos de possam

ocorrer, só será notícia, aqueles que forem “anunciados”. Sua circulação depende de uma reação subjetiva e não objetiva: os critérios que norteiam esse processo são determinados pelo interesse do meio ou pelo suposto interesse do público, como já foi discutido nos capítulos anteriores. As notícias geralmente se limitam a descrever sinais, mais do que analisar seus significados. A reportagem contextualiza: oferece detalhamento àquilo que foi anunciado, mesmo que seu teor seja predominantemente informativo. Outra diferença é que, em uma notícia comum, o discurso mantém, geralmente, certo distanciamento em relação ao leitor/ouvinte/telespectador; é muito mais descritivo, documental – só há referências ao que pode se visto ou constatado. No texto mais narrativo, o discurso reconstitui as ações e as “presentifica”, como se estivessem ocorrendo. A aproximação com o público é maior, na medida em que se pode acompanhar o desenrolar dos acontecimentos quase como testemunha. Esse tipo de relato se apoia na ação e no detalhamento.

A análise de Sodré e Ferrari sobre a leitura da imprensa escrita, no tocante aos formatos híbridos, chama atenção para o fato de o texto poder ser objetivo de um lado, mas também assumir uma postura crítica em algum momento. “Há uma mudança de discurso. Hora distanciado, limitando-se às evidências, - como na notícia – anúncio – ou dramatizado, sem interferência do narrador – na forma de notícia-enunciado”, (SODRÉ; FERRARI, 1986, p. 230). Embora a prática contemporânea do jornalismo (escrito, radiofônico ou televisual) comporte, atualmente, uma variedade muito grande de tipos ou modelos de reportagem, pode-se apontar, entretanto, três modelos fundamentais – embora essa linguagem, conforme já levantado anteriormente, sofra mutações em um contexto *web*:

Reportagem de fatos (fact-story)

É o relato objetivo de acontecimentos que obedece na redação à forma de *pirâmide invertida*. Como na notícia, os fatos são narrados em sucessão, por ordem de importância. Embora a reportagem de fatos se caracterize pela objetividade, é possível encontrar exemplos em que o distanciamento seja menor. Na linguagem radiofônica, esta pesquisa identifica o gênero como próximo do *flash*.

Reportagem de ação (action-story)

É o relato mais ou menos movimentado, que começa sempre pelo fato mais atraente, para ir descendo aos poucos na exposição dos detalhes. O importante é o desenrolar dos acontecimentos de maneira enunciante. Com relação à diretriz textual, geralmente este subgênero da reportagem pode seguir um esquema cronológico, se aproximando do *nariz-de-cera* já abandonado pela prosa jornalística moderna, mas que pode ainda gerar bons efeitos em certas reportagens, como nas séries especiais no rádio; ou dialético, sendo este, um esquema comum na reportagem documental (*quote-story*).

Reportagem documental (*quote-story*)

É o relato documentado, que apresenta os elementos de maneira objetiva, acompanhados de citações (sonoras, em uma adaptação para o rádio) que complementam e esclarecem o assunto tratado. É expositiva e se aproxima da pesquisa.

3.4 Classificações tradicionais dos gêneros radiofônicos

Especificamente com relação ao rádio, os avanços que se verificam sobre os gêneros jornalísticos não se observam nos estudos realizados sobre o meio. Clóvis Reis (2010, p. 57) constata que, de fato, ainda são insipientes os trabalhos que tenham como foco exclusivo os gêneros radiofônicos. Lembra o autor que Martínez-Costa e Herrera (2005) apontam um “estancamento de tais pesquisas, observando que na atualidade os estudos priorizam aspectos relativos à programação, produção e tecnologia de transmissão”. Além disso, continua Clóvis Reis, os autores advertem que, em geral, as classificações fazem uma mera transposição de gêneros do jornalismo impresso, desconsiderando as características próprias do veículo, como as propriedades da comunicação oral, a presença de elementos linguísticos não-verbais, o suporte sonoro – que hoje permite multiplicidade, levando em consideração a plataforma web, entre outros elementos que condicionam as modalidades de construção da narrativa. No caso brasileiro, Barbosa Filho (2003), Marangoni (1998) e Lucht (2010) se utilizam de estudos de caso para, a partir de análises empíricas, descrever os gêneros mais frequentes na programação de emissoras de rádio.

Barbosa Filho (2003) propõe a separação entre os gêneros: jornalístico, educativo-cultural, de entretenimento, publicitário, propagandístico, de serviço e especial. O jornalístico, por sua vez, apresenta-se por meio de diversos formatos, tais como: nota, notícia, boletim, reportagem, entrevista, comentário, editorial, crônica, radiojornal, documentário jornalístico, mesas-redondas ou debates, programa policial, programa esportivo e divulgação tecnocientífica. Em contraponto, Clóvis observa que tal modelo agrupa, numa mesma categoria, tanto estruturas classificadas como gêneros quanto produtos definidos como programas. Para ele, os gêneros constituem “modalidades de construção da mensagem, enquanto os programas são um conjunto de conteúdos com uma organização própria, diferenciada, horário e duração previamente determinados” (BARBOSA FILHO, 2003, p. 58).

Na produção teórica acerca do rádio, autores de maior destaque dão ênfase a manuais voltados para consulta de estudantes (BARBEIRO; LIMA, 2003; PARADA, 2000; CÉSAR, 2009); os manuais da própria emissora, elaborados pelos próprios profissionais (TAVARES, 2011); ou obras teóricas que, em geral, se propõem a buscar um resgate histórico e comparativo do veículo rádio (PRATA, 2011; MEDITSCH; ZUCULOTO, 2008) apenas para citar os trabalhos de maior destaque. Especificamente sobre gêneros radiofônicos, André Barbosa Filho (2003) afirma que gêneros implica, invariavelmente, incursões nos debates que o tema suscitou ao longo da história. A literatura, a comunicação social (principalmente o jornalismo e o rádio), a arquitetura utilizam o termo gênero para definir tipologias específicas. Sua discussão na literatura é extensa e se presta às mais variadas interpretações. Entre as conceituações as quais Barbosa Filho se debruça, a de Mauro Wolf tende a se adequar ao objetivo deste artigo:

Pode-se dizer que o gênero produz um sentido que interfere diretamente no conteúdo da matéria jornalística por meio de sua forma genérica de narrar o texto, é ele que possibilita ao “redator, ao repórter e ao editor uma linguagem comum, uma forma expressiva, linguística e não-linguística, de se comunicar”. Funciona como instrumento de criação na produção profissional e industrializada da informação ao fornecer pautas precisas, que possibilitam a decodificação da informação pelo leitor. Enfim, os gêneros “[...] se entendem como sistemas de regras aos quais se faz referências (implícita ou explícita) para realizar processos comunicativos, seja do ponto de vista da produção ou da recepção” (BARBOSA FILHO *apud* WOLF, 2003, p. 58 -59).

Apesar da contribuição científica para a área, o autor não faz uma aproximação empírica, no sentido de encontrar e sistematizar a ocorrência dos gêneros e formatos no rádio brasileiro. Considerando apenas o gênero jornalístico, Barbosa Filho classifica as seguintes modalidades, conforme resume a pesquisadora Janine Marques (2009)⁷:

- 1) nota (informe sintético de um fato atual, nem sempre inconcluso);
- 2) notícia (modulo básico da informação);
- 3) boletim (pequeno programa informativo, com, no máximo, cinco minutos de duração, distribuído ao longo da programação e constituído por notas e notícias e, às vezes, por pequenas entrevistas e reportagens);
- 4) reportagem (amplia o caráter minimalista do jornalismo narrado);
- 5) entrevista (uma das principais fontes de coleta de informação, está presente direta ou indiretamente, na maioria das matérias jornalísticas);
- 6) comentário (cria ritmo e amplia o cenário sonoro do receptor, visto que propicia a presença de diferentes vozes na programação);
- 7) editorial (é o anúncio de opinião não-personalizada e retrata o ponto de vista da instituição radiofônica);
- 8) crônica (tem relação direta com a atualidade e ligação com uma circunstância favorável. Transita entre a fronteira entre jornalismo e literatura);
- 9) radiojornal (congrega e produz outros formatos jornalísticos, como as notas, notícias, reportagens, comentários e crônicas)
- 10) documentário jornalístico,
- 11) mesas-redondas ou debates (são espaços de discussão coletiva em que os participantes apresentam ideias diferenciadas entre si);
- 12) programa policial (tem como objetivo cobrir os acontecimentos e fatos policiais, por meio de reportagens, entrevistas, comentários e notícias);
- 13) programa esportivo (é a divulgação, cobertura e análise dos eventos esportivos. Veiculado no formato de notícias, comentários, reportagens, entrevistas, mesas-redondas);
- e 14) divulgação técnico-científica (tem a função de divulgar e, conseqüentemente, informar a sociedade sobre o mundo da ciência, com roteiros apropriados e linguagem que seja acessível à maioria da população).

Das pesquisas em televisão, Yvana Fechine (2001)⁸ recorre a Arlindo Machado para destacar que, nas últimas décadas, a própria ideia de gênero tenha sido “veementemente questionada pela crítica estruturalista e por grande parte dos pensadores ditos pós-modernos”. Fechine anota que o gênero é um conceito chave para a compreensão dos textos nos meios de comunicação de massa, nos quais um determinado texto dificilmente pode ser analisado de modo isolado. Tomando como

⁷ LUCHT P. J. Marques. Gêneros jornalísticos no Rádio. Trabalho apresentado no GP Gêneros Jornalísticos do IX Encontro dos Grupos/Núcleos de Pesquisa em Comunicação, evento componente do XXXII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação. Disponível em: <http://www.intercom.org.br/papers/nacionais/2009/resumos/R4-3205-1.pdf>. Acesso em : 23 de dez de 2012.

⁸ FECHINE, Yvana. Gêneros Televisuais: a dinâmica dos formatos. Publicado em: Revista Symposium – Ciências, Humanidade e Letras . Ano 5, N.1, janeiro-junho/2001, Recife (PE): FASA/ Universidade Católica de Pernambuco. ISSN 0039-7695. Páginas 14-26.

parâmetros estas poucas definições em torno do gênero no contexto dos veículos de comunicação, pode-se concluir que eles cumprem pelo menos três funções básicas, entre as quais, o fato de serem formas de representação da realidade e de servirem como sistemas de referências, que mudam e evoluem constantemente. Os gêneros também seriam ferramentas para o trabalho dos jornalistas e instrumentos úteis da pedagogia do exercício profissional. Por último, os gêneros também cumprem a função de atuarem como modelos de enunciação, ou seja, fornecem um conhecimento que permite superar ou modificar os esquemas tradicionais.

3.5 Novas tecnologias, novos gêneros

A rotina diária do jornalista de rádio encontra-se, nos dias de hoje, imersa em uma cultura multimídia, com o intercâmbio de informações entre as mídias impressa, *on line* e televisiva dentro de um mesmo grupo empresarial de comunicação, além das fontes em suas mais plurais representações. Em um contexto onde a notícia em primeira mão - uma das principais características do jornalismo radiofônico – se esvai, um desafio do veículo tende a ser o estabelecimento de novos valores-notícia para atrair a audiência, com a utilização de ferramentas tecnológicas que se traduzem em novas narrativas. A estrutura de uma emissora de conteúdo informativo e seus *valores-notícia* tende a ser definida, em princípio, a partir das expectativas do público e dos objetivos da rádio com relação ao tratamento da informação, bem como de sua apropriação de novas tecnologias e utilização de ferramentas próprias do atual ambiente de convergência o qual os veículos de comunicação de massa estão inseridos. É este fenômeno que transporta o rádio, novamente, para mais um momento de ruptura, no sentido de se buscar uma aproximação para responder: o que quer a audiência no rádio atual? E mais importante: como proporcionar a este público um produto informativo que prime pelo valor social na democracia brasileira, explorando as potencialidades do veículo tanto no meio tradicional quanto no virtual?

Observa Henry Jenkins (2009) que o termo convergência está relacionado ao “fluxo de conteúdos através de múltiplas plataformas de mídia, à cooperação entre múltiplos mercados midiáticos e ao comportamento migratório dos públicos dos meios de comunicação”. Com este entendimento, o autor de *Cultura da Convergência* inicia a busca pelo entendimento deste termo, que ganhou notoriedade a partir das

transformações tecnológicas, mercadológicas, culturais e sociais, vivenciadas principalmente a partir da Internet. Apesar da relação direta entre convergência e evolução da tecnologia, na referida obra, Jenkins defende que este fenômeno não ocorre por meio de aparelhos, por mais sofisticados que venham a ser, e, sim, no “cérebro dos consumidores individuais e suas interações sociais com os outros”.

Os mercados midiáticos estão passando por mais uma mudança de paradigma. Acontece de tempos em tempos. Nos anos 1990, a retórica da revolução digital continha uma suposição implícita, e às vezes, explícita, de que novos meios de comunicação eliminariam os antigos, que a Internet substituiria a radiodifusão e que tudo isso permitiria aos consumidores acessar mais facilmente o conteúdo que mais lhe interessasse (JENKINS, 2009, p. 32).

O desenvolvimento e expansão da Internet levantou a possibilidade de um espaço de comunicação inclusivo, transparente e universal. Pierre Lévy (2003) levantou a hipótese de que as mídias interativas na chamada “sociedade da informação” se transformariam nas novas “esferas públicas”:

As trancas do acesso à esfera pública rompem-se umas depois das outras. Nem os editores, nem os redatores-chefes de revistas ou jornais, nem os produtores de rádio ou televisão, nem os responsáveis por museus, nem os professores, nem os Estados, nem os grandes grupos de comunicação podem mais controlar as informações e mensagens de todos os tipos e circulam na nova esfera pública. Com a previsível perda da influência dos mediadores culturais tradicionais, esta nova situação anuncia um salto sem precedentes da liberdade de expressão. O inegável movimento de concentração (ver, por exemplo, a fusão entre AOL e Time Warner) na indústria da comunicação não tem capacidade para frear tal movimento, pois o que se oferece ao consumidor é precisamente a mais ampla liberdade de expressão (espaço Web, fóruns de discussão etc.) e de navegação. (LÉVY, 2003, p. 371).

Apesar das previsões otimistas do ciberteórico francês, o que se observa na prática, com relação aos veículos de comunicação de massa brasileiros, é que o uso do ciberespaço e seu potencial em um contexto de cultura participativa enfrenta barreiras travadas a partir da crescente concentração das mídias. Em um mundo globalizado, a consequência mais evidente da convergência entre as diversas tecnologias dos meios de comunicação é a inevitável concentração de propriedade, que provoca uma emergência e consolidação de um número pequeno de megaempresas, em todo o mundo. Venício A. de Lima (2004) argumenta que, apesar da crise internacional que atinge há alguns anos,

o ramo de comunicação no mundo, aqui no Brasil a estrutura da mídia desenvolve um caráter peculiar, no que diz respeito ao controle e poder do setor:

Primeiro porque mantém inalterado o histórico domínio do setor por poucos grupos familiares e pelas elites políticas locais e/ou regionais; segundo, porque estamos assistindo a uma entrada de um novo e poderoso ator nacional no setor: as igrejas, sobretudo, as evangélicas; e, terceiro, porque permanece a posição já hegemônica de um único grupo nacional, as Organizações Globo. Vale dizer as “reformas para o mercado”, além da total exclusão das empresas públicas e do ingresso de vários global players, não produziram, até o momento, alteração fundamental na hierarquia dos grupos que historicamente controlam o setor de comunicações no Brasil. (LIMA, 2004, p. 94).

Em ambiente de convergência, Jenkins anota que as novas tecnologias permitiram que um mesmo conteúdo fluísse por vários canais diferentes e assumisse formas distintas. Ao mesmo tempo, novos padrões de propriedade cruzada dos meios de comunicação, que surgiram em meados dos anos 1980, estavam tornando mais desejável às empresas “distribuir conteúdos através de vários canais, em vez de uma única plataforma de mídia”. A chave do processo de convergência multimídia consiste, sobretudo, em organizar a redação em função dos conteúdos e não defini-la só pelos seus processos ou pelas tecnologias que ela emprega, como lembram Slaverría e Samuel (2008). Os autores ressaltam que a convergência jornalística – um enigma enquanto conceito, não diz respeito apenas à integração de redações. Trata-se muito mais do que um mero instrumento defensivo, mas que uma simples estratégia para baratear a produção em tempos de crise econômica. É, pois, uma oportunidade de reconfigurar a organização das empresas jornalísticas do século XXI. É que no passado as regras do jogo estavam claras: à imprensa escrita, correspondia a interpretação, ao rádio, o imediatismo e a televisão, o entretenimento. Atualmente, o contexto ainda está nebuloso. Esta distribuição tradicional tem dado espaço a um “ecossistema” informativo muito mais complexo, em que se tem somado um quarto e talvez mais poderoso jogador: a internet. Esse novo suporte oferece interpretação, imediatismo e entretenimento.

O epicentro da convergência não é a tecnologia, a relação custo-benefício ou a produtividade. Estas são meras ferramentas para estruturar e viabilizar uma redação capaz de nutrir de conteúdos qualquer meio presente ou futuro. Ferramentas para flexibilizar e adaptar o meio sem perder sua identidade nem danificar sua missão pública frente às mudanças frequentes e rápidas e a composição do

caráter das audiências. Mudanças que afetam seus interesses, necessidades ou recursos, sobretudo o tempo – em um contexto caracterizado pela abundância de conteúdos e as possibilidades de interação dos cidadãos com esses conteúdos (SALAVERRÍA; SAMUEL, 2008, p.15).

Pesquisadora do rádio brasileiro, Nair Prata propõe uma nova discussão entre os profissionais da radiofonia e do meio acadêmico: a internet vai engolir o rádio? Os novos formatos podem ser definidos como rádio? Essas novas mídias terão existência apenas através do computador? (PRATA, 2012, p.13). A autora de *WEBradio: novos gêneros, novas formas de interação* resgata que, na Jornada Internacional de Comunicação, realizada em 2000 na Universidade de Navarra, Espanha, especialistas sentenciaram que o rádio será liquidado dentro do contexto multimídia. Heródoto Barbeiro também acredita que o rádio atual está com os dias contados e um novo veículo será seu sucessor (PRATA apud MEDISTSCH, 2001, p.1). Meditsch (2001) acredita que as novidades que apareceram na internet na área de radiofonia, como os arquivos de áudio e os sites de emissoras, não podem ser classificados como rádio, no sentido da definição que ele propõe:

Meio de comunicação que transmite informação sonora, invisível, em tempo real. Se não for feito de som não é rádio, se tiver imagem junto não é mais rádio, se não emitir em tempo real (o tempo da vida real do ouvinte e da sociedade que está inserido) é fonografia, também não é rádio (MEDISTISCH, 2001, p. 4).

Embora este estudo leve em consideração o entendimento de que as multiplataformas digitais não estejam enquadradas no conceito de rádio defendido por Medistich (2001), é pertinente salientar que as novas tecnologias já rivalizam, com relação à audiência, com o meio tradicional, se levar-se em consideração uma enquête realizada pelo Grupo dos Profissionais do Rádio em 2009 com 2.580 ouvintes que acessaram o site www.radioenquete.com.br (DEL BIANCO, 2012). Segundo a pesquisa, 74% disseram que ouvem rádio no aparelho portátil, receiver, microsystem; 63% internet, via computador; 61% no rádio do carro; 37% sintoniza no celular; 37% no mp3/mp4/iPod; 12% pelos canais de áudio da TV a cabo/parabólica; e 3% pela internet via celular. Quando perguntado se ouve rádio na internet ou visita os sites das

emissoras, 82% confirmaram esse hábito⁹. Com relação à audiência por parte dos novos dispositivos da Rádio Jornal, o Gerente de Tecnologias de Internet do Sistema Jornal do Commercio de Comunicação (SJCC), Lúcio Poncioni, explica que o seu departamento é o responsável pelo controle, administração de expansão virtual da emissora. Atualmente, são sete rádios *on line*, nas unidades de Recife, Caruaru, Pesqueira, Petrolina, Garanhuns, Limoeiro, além da JC News, todas com sinais de áudio ao vivo, exceto pelas Rádios Jornal e JC News, do Recife, que também transmitem em vídeo a movimentação nos estúdios. “Usamos tecnologia de *streaming live*, com servidores próprios, placas de captura de áudio e softwares especializados, as principais soluções são da Microsoft e da Adobe”¹⁰. Para medir a audiência a partir da internet, o setor de tecnologia da emissora utiliza ferramentas gratuitas disponíveis no mercado, como Google Analytics. “Todas as páginas, como também o nossos players possuem um código especial que ao ser carregado conta uma visitação”. Neste aspecto, é possível mensurar não só o número de páginas vistas, como de ouvintes, tempo médio de duração que as pessoas ficam escutando as rádios pela Internet, a origem da plataforma, como Desktop, Mobile, Aplicativo, etc. Pode-se observar, como aponta o gerente, que 85% da audiência vem do próprio estado de Pernambuco. O restante está dividido entre os estados de São Paulo, Rio de Janeiro, Bahia, embora o acesso aconteça de praticamente todos os estados da federação. Já fora do Brasil, os países em destaque são: Estados Unidos, Portugal, Alemanha.

Os gêneros, no rádio tradicional, tem uma definição bastante clara e precisa, como já se detalhou nos parágrafos anteriores, posto que seu universo seria apenas sonoro. Com a internet, no entanto, os gêneros conhecidos se reconfiguram, aparecendo de formas novas de radiofonia. O rádio de uma era que é chamada de pós-modernidade tem imagens em movimento, fotografias, links, interação em tempo real e não-linearidade. A ligação humana com o rádio hertziano se dá através do sentido da audição. Exige apenas o ato de ouvir. Por meio dos sons somos capazes de transmitir sensações, conceitos e representações (ORTIZ; MARCHAMALO, 1994). Mas o advento da internet faz surgir uma nova forma de radiofonia, onde o usuário ouve, encontra vídeos, textos, fotografias, desenhos e hipertextos. Há uma profusão de

⁹ Pesquisa disponível em <http://www.gpradio.com.br/dados.html>.

¹⁰ Entrevista concedida à autora em 16 de janeiro de 2014.

elementos textuais e imagéticos que resignificam o velho invento de Marconi. A partir destas novas tecnologias, Herreros (2001) define três modelos de rádio hoje:

1. *O modelo generalista*: tradicional, com programação de informação, opinião e entretenimento;
2. *O modelo temático*: compreende as emissoras com programação monotemática: informação, música, economia, esporte, educação, etc.;
3. *O modelo convergente*: onde se integram os serviços sonoros, visuais e escritos, que compõem o modelo de rádio multimídia ou integrado à internet.

Por não haver, ainda, um consenso diante destas novas possibilidades, Nair Prata conclui que um novo modelo de radiofonia está ainda em construção, em um contexto que elementos antigos se reconfiguram em busca de um enquadramento num modo absolutamente novo de se fazer rádio. No entanto, pelo viés da tecnologia, a autora propõe nomear dois modelos de radiofonia: a analógica – em que emissoras realizam transmissões analógicas através de irradiação e modulação das ondas eletromagnéticas, também chamadas de rádios hertzianas; e digital, que se subdivide em duas (rádios hertzianas com transmissão digital e emissoras de rádio com existência exclusiva na internet ou webrádios). A pesquisadora especula que a realidade que se avizinha é a convergência das mídias, isto é: rádio, televisão, jornal, revista, livro, telefonia e etc., convivendo num mesmo suporte, a internet. Um dos mais desafiadores objetos de pesquisa é, certamente, sobre a linguagem de cada um desses processos comunicativos em meio digital. Trata-se de um campo profícuo para investigações, tanto na área de linguagem, como da comunicação (PRATA, 2012, p.48). Neste sentido, algumas das características do rádio herztiano propostas por Ortriwano (1985) perdem o sentido, tais como:

- 1) *Linguagem oral*: essa característica não existe isoladamente, pois a webradio é também textual e imagética;
- 2) *Penetração*: essa característica se expande, pois a webradio tem alcance mundial, podendo ser acessada em todo o planeta;
- 3) *Mobilidade*: a webradio ainda se parece com o velho rádio dos anos 40, mas é uma questão apenas de tempo (Com certeza, brevemente o rádio na internet terá a mobilidade que possui hoje o aparelho receptor de ondas hertzianas);

- 4) *Baixo custo*: a webradio ainda é inacessível para boa parte da população, excluída digitalmente (com o tempo, também se espera que a webradio tenha o baixo custo do receptor tradicional);
- 5) *Imediatismo*: se mantém no webradio;
- 6) *Instantaneidade*: essa característica ganha novidades na webradio, pois os arquivos, tanto de áudio quanto de vídeo, permitem o acesso posterior do usuário;
- 7) *Sensorialidade*: essa característica permanece apenas com relação ao aspecto sonoro da webradio (no tocante aos recursos textuais e imagéticos, a sensorialidade perde o sentido);
- 8) *Autonomia*: a webradio, em geral, ainda é presa a fios e tomadas, mas o emissor pode falar a toda a sua audiência como se estivesse falando com cada um em particular.

A partir do olhar da linguagem, a nova radiofonia tem como base a *interação*, o usuário como *produtor* e *consumidor* de informação ao mesmo tempo, a menor fidelidade do público, a alta segmentação das emissoras e a presença de elementos imagéticos e textuais.

3.6 Impactos da convergência empresarial no radiojornalismo

Dentro da lógica do capital como determinante da estrutura e conteúdo dos veículos de comunicação de massa, este estudo parte do pressuposto de que o radiojornalismo cidadão e informativo tem se transformado, segundo hipóteses levantadas por esta autora, em um serviço cuja utilização atua na contramão do princípios que norteiam o jornalismo clássico, e ainda não há avaliação dos impactos sob perspectiva do consumidor dessa informação veiculada. Alguns aspectos apontam para mudanças importantes, entre elas, a perda da centralidade da reportagem no espaço da programação e do imediatismo da notícia em tempo real.

Com relação à diminuição do espaço que a notícia produzida pelo repórter *in loco* recebe atualmente, há que se destacar que, até pouco tempo, a reportagem era a essência do conteúdo editorial da Central Brasileira de Notícias em sua primeira fase no Recife (1994-1998), então controlada pelas Organizações Globo (Sistema Globo de Rádio), conforme registra o jornalista e professor universitário Marcos Araújo, ex-âncora do programa CBN Recife (quando esta emissora ainda era integrante do Sistema Globo de Rádio na Capital pernambucana):

Ocupávamos cerca de 30% da programação geral da emissora com conteúdo local, com os programas Notícia na Manhã, Notícia na Tarde e CBN Tarde Total. É difícil lembrar quantas reportagens eram irradiadas em cada um desses programas. Posso dizer que tínhamos uma grande equipe de repórteres (10), produtores (dois por programa), pauteiros (dois), apuradores/redatores (quatro), um chefe de reportagem, três âncoras, um coordenador de jornalismo e, no início, nenhum estagiário. Essa estrutura produzia, em média, 30 matérias por dia (segunda a sexta) – 1/3 veiculado nacionalmente através da rede CBN – todas com entradas ao vivo, obrigatórias (flashes). Isso, creio, dá uma ideia da predominância da reportagem na programação da antiga CBN. (ARAÚJO, 2012).

Atualmente com estrutura reduzida a menos da metade da que possuía originalmente, a programação local das emissoras radiofônicas tende a utilizar o espaço cada vez menos com conteúdo voltado para a reportagem de rua. As fontes e as pautas na produção diária também sofreram impactos ao longo do processo de consolidação do fenômeno de convergência empresarial em seu estágio atual. Estes são apenas alguns indicativos das mudanças de paradigma que o radiojornalismo local vem sofrendo a partir dos novos padrões de propriedade e que alteram a lógica pela qual a indústria midiática opera e pela qual os consumidores processam a notícia e o entretenimento.

Roseméri Laurindo (2010, p.48) resgata o entendimento do “jornalismo transgênico” de Marshall (2002; 2003), de que os meios de difusão informativa, imersos na cultura vigente da lógica do mercado, apresentam contaminações e reciprocidades entre o jornalismo e a publicidade. Para ele, a profissão jornalística perde seu centro de gravidade quando a notícia apresenta-se como casca. Com os novos formatos, “tal área fronteiriça” precisa ser mais bem compreendida. A caducidade dos objetos de consumo, que se distanciam da noção de obra jornalística, incide sobre a reflexão quanto ao futuro do jornalismo.

3.7 Radiojornalismo local: entre o diversional e o informativo

A repetição de fontes, a redução gradativa do espaço da reportagem, a baixa quantidade de assuntos caracterizados, no jornalismo clássico, como de interesse público, podem indicar que o radiojornalismo atual proporciona à audiência um baixo nível cultural ou de comprometimento social. A identidade do radiojornalismo local na atualidade assume, pouco a pouco, feições monopolísticas, a partir, principalmente, da complexidade comercial evidenciada pelo fenômeno de convergência empresarial.

No caminho mais curto para atrair a audiência, mesmo as abordagens de conteúdo político tendem a se restringir a assuntos institucionais ou cair no contexto sensacionalista, com a prioridade para entrevistas que enfocam os bastidores, a fofoca e os conchavos políticos, em detrimento da informação politizada, que permita a formação de uma consciência crítica no cidadão. As próprias técnicas profissionais na elaboração do texto de rádio potencializam a redução da informação a um único viés ou ponto de vista. Autor do livro *Rádio: 24 horas de Jornalismo*, Marcelo Parada orienta que o profissional de rádio precisa ter objetividade: “o rádio exige de quem escreve a objetividade, a economia de palavras e o encadeamento claro e simples das ideias” (PARADA, 2000, p.49).

A “doutrina” da objetividade, conceito que, conforme resgatado neste estudo, originalmente criado pelo jornalismo inglês, correspondia à verdade absoluta, adquire, no jornalismo brasileiro (por influência do jornalismo norte-americano), conotação de um mecanismo próprio para economizar tempo e espaço, significando síntese. No entanto, José Marques de Melo (2006) sublinha que a objetividade no jornalismo contemporâneo implica em pluralidade de observação e de relato. “Em síntese: corresponde a assegurar que os acontecimentos sejam captados e reproduzidos sob diferentes ângulos, gerando distintas versões, honestamente registradas pelos seus protagonistas, privilegiando os jornalistas profissionais” (MELO, 2006, p. 49).

Heródoto Barbeiro chama a atenção que a programação de uma empresa privada não é necessariamente de má qualidade, “mas tem seus limites estabelecidos pelos acionistas e pela publicidade” (BARBEIRO, 2003, p.33). Leandro Marshall sublinha que a “antes imaculada linguagem do interesse público acaba tornando-se preferencialmente uma esfera de manipulações e licenciosidades. A imprensa passa, conseqüentemente, a falar a linguagem do capital” (MARSHALL, 2003, p.17). Historicamente, a comercialização da informação enquanto mercadoria acentuou o problema do sensacionalismo no jornalismo, conforme aponta Traquina:

Assim, o espaço disponível para a informação, ou seja, as notícias, é antes de mais nada, determinado pela publicidade. (...) Temos aqui o problema do sensacionalismo no jornalismo, acentuado ainda mais pela lógica da concorrência. A procura pelo lucro poderá levar a empresa jornalística à crescente utilização de critérios econômicos, nomeadamente o recurso às estratégias de marketing. Aqui a lógica é vender brinquedos, vídeos, enciclopédias, etc., e não informação. (TRAQUINA, 2005, p.158).

Dentro deste contexto, outro elemento que permeia a programação do radiojornalismo local chama a atenção: o crescente resgate do lazer e do entretenimento enquanto notícia. Mais recente especialidade jornalística, o chamando *infotainment* surge como uma demanda natural da sociedade moderna. Dejavite anota que o público consumidor de informação exige que a notícia na atualidade “informe, distraia e também lhe traga uma formação sobre o assunto publicado. Esse tipo de conteúdo tem sido denominado notícia *light*” (DEJAVITE, 2006, p. 68).

São esses fenômenos que foram investigados em profundidade ao longo da presente pesquisa, com o objetivo de apontar caminhos possíveis para o radiojornalismo. Em meio a um contexto em que as práticas do jornalismo de rádio na atualidade estão dominadas, em um grau por vezes mais elevado do que em outros veículos de massa, pela retórica comercial, em detrimento da informação de qualidade e da prestação de serviço, é preciso que se busque alternativas para proporcionar ao ouvinte novas formas de acesso a conteúdo plural. A partir das novas possibilidades das ferramentas tecnológicas, como os sites e blogs, é possível ampliar o conhecimento e contornar as limitações de tempo e espaço que marcam o fazer jornalístico do rádio. O espaço virtual sinaliza ser um dos caminhos para abastecer a audiência de informação contextualizada, interpretações fidedignas e opiniões criteriosas sobre acontecimentos que fluem nos circuitos audiovisuais. Trata-se de um componente importante para fortalecer a consciência cidadã.

Assim como Maigret (2010, p. 408), entende-se que a internet não é, em sua totalidade, a “evolução anunciada”, que viria a dar margem à renovação das condições da vida pública a partir de um espaço de comunicação mais inclusivo na concepção de mídia como *esfera pública* proposto por Lévy (2003, p. 367). No entanto, para além desta *ciberdemocracia*, a notável cobertura de notícias mais sérias, que exigem maior investigação e maior profundidade, foi mesclada por notícias de entretenimento na narrativa do ciberespaço, no tocante à adequação do veículo rádio na plataforma digital. Notadamente, este novo padrão tem como característica principal a flexibilização do conceito e do processo de *newsmaking* na indústria do radiojornalismo. A princípio, a mudança de interesse, do veículo clássico para o conteúdo *on line* – que tende a uma preferência por assuntos mais leves e voltados para o entretenimento, com a abordagem de curiosidades e do cotidiano da produção da notícia -, motivou esta pesquisa.

Este estudo tenta compreender as mudanças operadas pelo processo de convergência do rádio, e mais ainda, do seu papel no ciberespaço, em que floresce a

liberdade de expressão. A estrutura própria de comunicação por esse veículo foi alterada a partir do surgimento e consolidação da internet em todo o mundo, e esta continua a sofrer mudanças substanciais, razão pela qual, devemos tentar compreender os impactos dessas transformações. Embora a realidade das versões *on line* do radiojornalismo no estado ainda apontar a prevalência de primitivas páginas de divulgação dos veículos originais, com pequenas alterações, em que se aproveitam as principais ferramentas da *web*, como *hiperlinks* e interatividade, a experiência inédita do *Blog dos Bastidores*, mantido pela emissora Rádio Jornal do Commercio, demanda questionamentos sobre os efeitos desta nova narrativa no consumidor final, e a exigência de fazer deste conteúdo objeto de estudo.

Pretendeu-se, ainda, nesta pesquisa analisar a suposta estratégia observada de supervalorização da imagem dos comunicadores e âncoras das programações nas páginas virtuais. Tais profissionais se caracterizam, desde os primórdios do rádio, enquanto veículo de massa, como arquétipos de uma audiência que elege pessoas comuns à categoria de ídolos, conforme notou o Jornalista Cyro César (2009), a respeito da influência dos apresentadores de programas radiofônicos na audiência. Estes se tornam, no imaginário do ouvinte, modelos que participam da sua vida cotidiana. Os canais digitais de comunicação teriam, por consequência, um papel importante na tentativa de aproximação com esse público cativado pelos comunicadores, que agora quer explorar todas as funções que a narrativa no ciberespaço possibilita. Nesta troca de informações, o público também espera reações humanas por parte desses profissionais, geralmente enquadrados em um “padrão” de seriedade jornalística. O canal aberto pelo formato do *blog*, as câmeras que transmitem em tempo real a movimentação do cotidiano da redação da emissora, seriam novos paradigmas em busca da conquista por audiência.

Este formato tem como principal característica a eliminação de todas as barreiras técnicas para a publicação de conteúdos (textos, áudio e imagens estáticas ou dinâmicas) na internet, conforme relatou Rodrigues (2005, p. 241). O oferecimento de informações “de bastidores” por parte dos profissionais que produzem a notícia na Rádios Jornal também pode indicar uma das características do entretenimento, entendido este como um sinônimo de comunicação de massa na visão de Neal Gabler (1999 *apud* Dejavitte, 2006), na medida em que estimula a interação social.

Para se chegar a conclusões fundamentadas sobre a combinação de entretenimento e informação e de marketização como matéria-prima da produção

jornalística do rádio pernambucano, este trabalho parte da hipótese *inicial* de que o conteúdo informativo da Rádio Jornal do Commercio utiliza produções que englobam um misto de linguagem, estética, consumo e publicidade, em que predomina o personalismo e a linguagem “divertida” para atrair a atenção da audiência. Dessa maneira, teremos também como pressuposto o fato dessas mídias interpretarem e utilizarem certos critérios de noticiabilidade de forma diferente da plataforma tradicional. A partir destes argumentos, chegou-se à outra hipótese investigada nesta dissertação: o conteúdo digital da referida emissora estaria correspondendo suas pautas à demanda direta do mercado, sendo esta questão compreendida não como um declínio da informação ou ameaça da passagem da qualidade à futilidade, mas como a coexistência de várias linguagens. O embaralhamento de fronteiras entre informação e entretenimento, fenômeno que tem aparecido na literatura da área sob a expressão *infotainment*, constitui, portanto, apenas uma das orientações do jornalismo, na medida em que há evidências de que a nova geração midiática se destaca pela associação da informação com o entretenimento como elementos igualmente importantes. É justamente a partir desta fase, até o estágio atual do radiojornalismo, com todas as suas possibilidades tecnológicas, que o presente trabalho se assenta, para, a partir de uma discussão dos campos que se propõem a edificar uma teoria do jornalismo, tentar identificar como a notícia é construída no rádio e quais os seus efeitos. Para tanto, será preciso responder a três questões principais: qual a definição do termo rádio, contando com os argumentos mais tradicionais e as atuais propostas de *re*significações; quais os critérios de noticiabilidade do rádio em todas as suas formas de fruição e, finalmente, qual o papel do radiojornalismo e quais os efeitos das notícias veiculadas neste *media*.

4 A PRODUÇÃO DA NOTÍCIA NA RÁDIO JORNAL

A *Rádio Jornal do Commercio*, conhecida por *Rádio Jornal*, é uma estação de rádio brasileira, do Recife, Pernambuco. Foi fundada em 3 de julho de 1948, por Francisco Pessoa de Queiroz, empresário e político paraibano, e fazia parte de um conglomerado de empresas jornalísticas, cujo carro-chefe era o *Jornal do Commercio*, e do qual fazia parte também o *Diário da Noite*, fundado dois anos antes, conglomerado este depois aumentado com a criação de empresas de radiodifusão nas principais cidades do interior pernambucano¹¹. Seu slogan, *Pernambuco Falando para o Mundo*, era conhecido porque a emissora iniciou seus trabalhos com transmissores potentes em ondas curtas e médias, que alcançavam todo o mundo, na época a mais moderna estação de rádio do Brasil. Alguns nomes conhecidos da cultura e jornalismo local fizeram parte de seu quadro inicial: Mário Sette, Valdemar de Oliveira, Fernando Castelão, Brivaldo Franklin, Edson Néri da Fonseca e Eurico Duarte.

Na década de 1970, a empresa entrou em crise financeira, quando fechou o *Diário da Noite*, e o controle acionário passou para o empresário João Carlos Paes Mendonça. A emissora, então já sucateada, foi recuperada e retomou a liderança regional. Atualmente, a *Rádio Jornal* conta com comunicadores como Geraldo Freire, Ednaldo Santos, Graça Araújo, Paulo Roberto, Gino César, José Silvério, Aroldo Costa, Natan Oliveira, Maciel Júnior e Adílson Oliveira. A equipe de repórteres e produtores é compartilhada com a da *Rádio JC News Recife*, com quem também divide seu conteúdo local.

Conforme a própria descrição na página oficial da emissora, mesmo com “estilo popular”, a *Rádio Jornal* tem boa parte da programação voltada ao jornalismo e à prestação de serviços. Destacam-se os noticiários *O Redator de Plantão* e *Primeira Página* (sendo esta a primeira parte do programa de *Geraldo Freire*, o *Super Manhã*), o programete de gênero policial *Bandeira Dois*, o *Debate das 11 Horas*, também sob o comando do comunicador *Geraldo Freire*, o *Rádio Livre*, com *Graça Araújo*, e o jornalístico *O Balanço das Notícias*, com *Ednaldo Santos*. Aos sábados e domingos, os programas fazem parte de uma faixa chamada “*Comando Geral Fim de Semana*”, mesmo nome do programa apresentado na madrugada de domingo por *Carlos Miguel* (gerente de Programação das rádios do Sistema *Jornal do Commercio* de Comunicação).

¹¹ Fonte: Portal da *Rádio Jornal do Commercio*. Disponível em: <http://radiojornal.ne10.uol.com.br/historico/>.

Para compor o noticiário, a Rádio Jornal conta com parceria de conteúdo da Rede *Jovem Pan*, mas forma atualmente uma rede regional com programação própria transmitida do Recife (cabeça de rede) para cinco emissoras do Sistema Jornal do Commercio de Comunicação – SJCC no interior do estado: Caruaru, Garanhuns, Limoeiro, Pesqueira e Petrolina, como adiantado na introdução deste trabalho. Já na década de 90, com o advento da internet, iniciou transmissões via web, no ano corrente de 1996. Teria sido a primeira emissora de rádio da América Latina a transmitir sua programação pela rede mundial de computadores. Confirmando o tripé de programação (informação + entretenimento + esportes), sua equipe esportiva é uma das marcas mais fortes do rádio local. O *Escreta de Ouro* transmite diariamente as notícias dos principais times locais, além do Campeonato Pernambucano de Futebol, a Copa Pernambuco, a Copa do Brasil, a Copa São Paulo de Juniores, Campeonato Brasileiro de Futebol, a Copa Libertadores da América (quando há representantes de Pernambuco, caso de 2009, com o Sport) e acompanha a Seleção Brasileira de Futebol em amistosos, Copa América, Copa das Confederações, Eliminatórias da Copa do Mundo e Copa do Mundo FIFA.

Na descrição oficial no site da emissora têm-se poucos detalhes históricos, coletados a partir da memória de antigos profissionais e algumas fotografias. Este estudo reproduz, entretanto, trecho importante para preservação da história da rádio de maior audiência de Pernambuco:

Prédios luxuosos, auditórios concorridos, roupas extravagantes e um sotaque britânico que levava informações do Estado para outros continentes. Da primeira vez em que foi usado o slogan ‘Pernambuco Falando para o Mundo’, em 3 de julho de 1948, até hoje, apenas o perfil da Rádio se modificou, ficando cada vez mais próxima do público. Mudou da era de ouro para a era da Internet, mas continua confirmando para todos que o seu slogan é cada vez mais atual. (...) Ao meio-dia, estava no ar o primeiro programa da Rádio Jornal, o Protofonia. O programa exaltou a imprensa escrita e a radiofônica e deixou uma mensagem de boas vindas aos ouvintes, “levando a todos os recantos do mundo a mensagem fraterna do Rádio Jornal do Commercio, oferecendo uma visão magnífica do Brasil de hoje.” (...) Depois disso, a Rádio Jornal do Commercio passou a transmitir programas com meia hora de duração. Na programação, blocos com músicas românticas e modinhas. Os programas tinham nomes sugestivos como Acalantos: Músicas Leves e Suaves, que Levam ao Repouso. A nova emissora teve como redatores e produtores figuras importantes da cultura pernambucana. Alguns nomes da época são Joel Pontes, Geraldo Mendonça, Lima Filho, Caio Souza Leão, Mário

Sete, Valdemar de Oliveira, Edson Neri da Fonseca e Eurico Duarte. (...) Em 1948, a Rádio Jornal do Commercio iniciou a sua transmissão de esportes. O primeiro programa a entrar no ar foi Esporte em Revista. Brivaldo Franklin e Fernando Castelhão estavam na equipe esportiva da emissora, revezando entre apresentações de radioteatro, apresentação de comerciais e apresentação de notícias. (Histórico da Rádio Jornal. Disponível em: <http://radiojornal.ne10.uol.com.br/historico/>. Acesso em: 5.9.13.

Atualmente, os dados globais com relação à audiência da Rádio Jornal medidos pelo Ibope¹² entre outubro e dezembro de 2013 revelam que 48% dos ouvintes pertencem à classe C¹³; 45% são economicamente ativos; 54% possuem o 2º ou 3º grau de instrução e 94% estão acima dos 2 anos. A média de picos de audiência é de 150.228 ouvintes por minuto entre 7h e 8h - segunda a sexta-feira, e uma média de alcance de 30 dias de 431.676 ouvintes no total. Com relação ao Super Manhã, os seguintes gráficos representam a composição da audiência no Recife (REC):

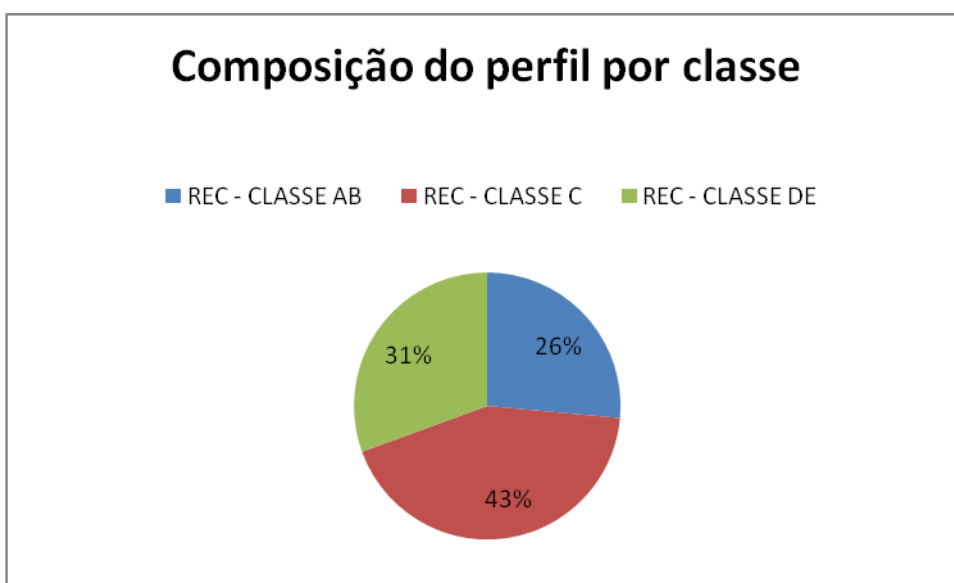


Gráfico 1 – Composição da audiência da Rádio Jornal de acordo com a classe social.

¹² O Instituto Brasileiro de Opinião Pública e Estatística (IBOPE) é uma das maiores empresas de pesquisa de mercado da América Latina, e fornece um amplo conjunto de informações e estudos sobre mídia, opinião pública, intenção de voto, consumo, marca, comportamento e mercado, no Brasil e em mais 14 países. Foi criado em 1942 pelo radialista Auricélio Penteado, proprietário da Rádio Kosmos, de São Paulo e por Arnaldo da Rocha e Silva. Fonte: Wikipédia. Disponível em: http://pt.wikipedia.org/wiki/Instituto_Brasileiro_de_Opini%C3%A3o_P%C3%ABlica_e_Estat%C3%ADstica.

¹³ A classificação atual adotada pelo IBGE utiliza distinção por salários mínimos. Classe A1: inclui famílias com renda mensal maior que R\$ 14.400; Classe A2: maior que R\$ 8.100; Classe B: maior que R\$ 4.600; Classe C: maior que R\$ 2.300; Classe D: maior que R\$ 1.400; Classe E: maior que R\$ 950; Classe F: maior que R\$ 400; Classe H: Bolsa Família Média de 2013 = R\$ 97. Fonte: Wikipédia. Disponível em: http://pt.wikipedia.org/wiki/Classe_social

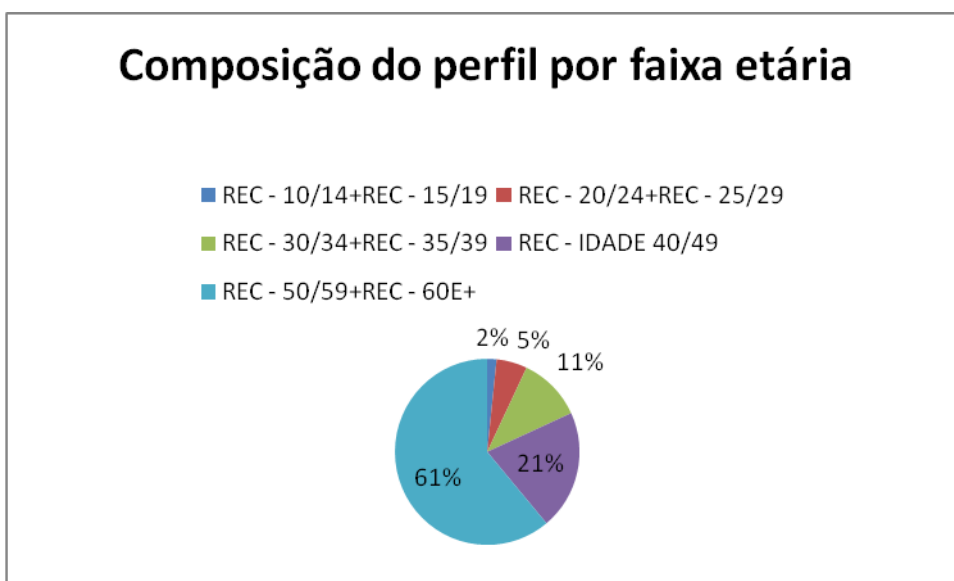


Gráfico 2 – Composição da audiência do Super Manhã por faixa etária

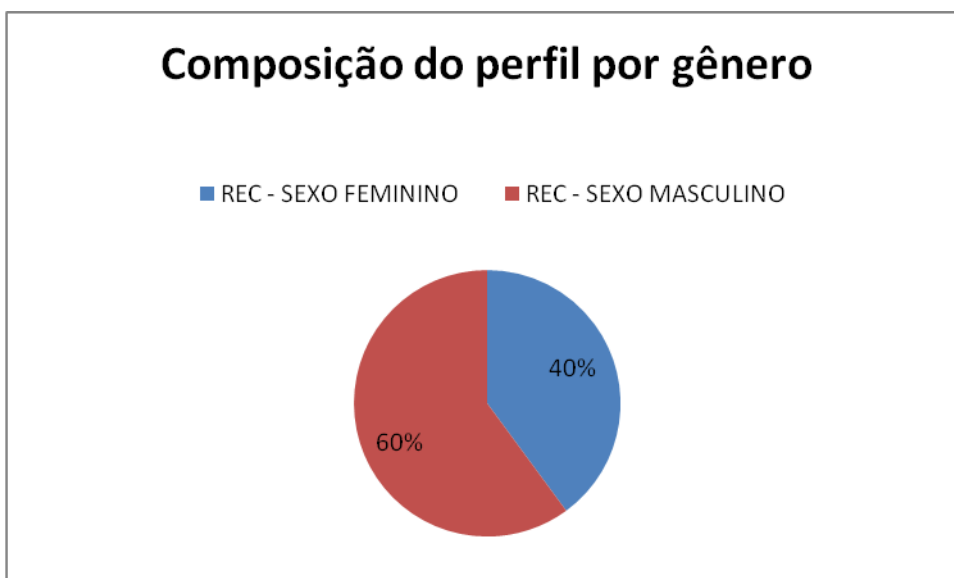


Gráfico 3 – Composição da audiência do Super Manhã por gênero

Pelos dados explicitados acima, há que se reconhecer a Rádio Jornal como uma manifestação bastante representativa do radiojornalismo local, no que consta, principalmente, os altos índices de audiência já levantados e o pioneirismo em vários aspectos, especialmente a transmissão via internet e adequação aos padrões de digitalização. É possível perceber que esse veículo possui a maior parte das características do radiojornalismo propostas por autores consagrados da área, como os pesquisadores citados nos capítulos anteriores.

4.1 Um estudo de caso sobre a Rádio Jornal do Commercio

Nesta pesquisa optou-se por coordenar diversos procedimentos metodológicos quantitativos e qualitativos, a partir do estudo de caso da emissora *Rádio Jornal*, fundada no Recife. Para detectar suas tendências na construção da notícia, critérios de *noticiabilidade*, enquadramentos e agendamentos, classificar os gêneros radiofônicos encontrados, a análise de conteúdo se revelou um método de grande utilidade, visto que, conforme apontam Shoemaker e Reese (1996), este recurso consiste na coleta sistemática de dados com o objetivo de aprofundar o entendimento sobre quem produz e quem recebe a notícia – um dos principais objetivos deste trabalho. No entanto, para investigar o produto jornalístico da Rádio Jornal, sob o enfoque da linguagem, buscou-se apoio também em alguns conceitos de Análise de Discurso (AD), com suas variantes. Benetti (2010, p.107) considera este método especialmente produtivo para o mapeamento de vozes e sentidos. O método também se baseia no tripé formado pela revisão de literatura, análise do produto jornalístico e trabalho de campo componente. O ferramental metodológico compõe duas etapas, como apresentadas a seguir.

Na primeira fase buscou-se estabelecer os objetivos e pontos norteadores que levaram à coleta de dados do objeto empírico e a relevância da amostragem escolhida. Neste ponto, a presente pesquisa se utilizou da literatura existente sobre o fenômeno em questão. As categorias analíticas do conteúdo coletado foram aplicadas nas *notas*, *entrevistas* e *reportagens* catalogadas no estudo. O *corpus* foi classificado nos seguintes temas: *Cidades*, *Política*, *Economia*, *Educação*, *Meio Ambiente*, *Institucional*, *Policial*, *Entretenimento* – sendo este gênero desmembrado nos sub-gêneros: *Esportes*, *Cultura*, *Comportamento*, *Celebridades*.

No tocante à relevância da amostragem escolhida, a presente pesquisa adotou a *amostragem por cotas*, que leva em conta a posição que os veículos têm diante do contexto social – audiência, hierarquia, tipo de texto, etc. (HERSCOVITZ, 2007). Deste modo, optou-se pela delimitação do objeto a partir da audiência, representatividade e importância histórico-cultural. A *Radio Jornal* possui uma abrangência de 88% de cobertura em todo o estado de Pernambuco, figurando como emissora líder no segmento AM há 22 anos consecutivos, além de pioneira na América Latina em transmissão via web. Esta fase se deu concomitantemente à revisão bibliográfica acerca do rádio e

radiojornalismo (ORTRIWANO, 1985; PRATA, 2012; PRADO, 2012, BARBEIRO, 2006; BARBOSA FILHO, 2003; BRECHT, 1927-1932; FERRARETTO, 2001; LOPEZ, 2005; MEDISTSCH, 1999; ZUCOLOTO, 2007), webjornalismo (PALACIOS, 2003; SILVA JR, 2000), convergência (JENKINS, 2008; SALAVERRÍA; NEGREDO, 2008), teorias do jornalismo (TRAQUINA, 2004; BREED, 1999; ALSINA, 2009, ROCHA, 2006), construcionismo (BERGER; LUCKMANN, 2004), entre outros. No segundo momento da pesquisa partiu-se para o trabalho de campo, ou seja, a coleta dos dados primários. Conforme uma das estratégias da análise de conteúdo sugerida por Bauer e Gaskell (2002), utilizou-se uma amostra baseada na semana artificial, com o objetivo de obter um conteúdo com o mínimo possível de distorções. Os áudios das inserções de notas, entrevistas e reportagens do programa *Super Manhã* foram obtidos no arquivo da rádio, a partir de mídia DVD. O software próprio utilizado pela emissora (*Rádio News*) também foi consultado, já que o *espelho* dos programas com todos os conteúdos estão disponíveis na forma de relatório. O período delimitado para a captura oficial do produto veiculado no programa *Super Manhã* foi o período entre os dias 10 e 14 de junho de 2013. Na verdade, procurou-se analisar os critérios de noticiabilidade com relação a um momento atípico do país, com demandas de informação mais voltadas para uma adequação a um jornalismo de maior rigor e qualidade na apuração e construção do noticiário.

A terceira etapa do estudo tratou de organizar os registros, de acordo com a catalogação previamente definida. Além da captação dos programas diários do *Super Manhã*, e de repassar esse material para uma planilha do *Microsoft Excel*, houve preocupação em classificar os títulos das notas, entrevistas e reportagens de acordo com as categorias já apontadas nos parágrafos anteriores. A quarta e última fase focou na tabulação dos resultados (na análise estatística), na redação da ficha de catalogação/relatório e na análise de dados. Para haver a descrição detalhada dos resultados encontrados, foi necessário criar fórmulas matemáticas, com o auxílio de um profissional especializado. Essa ajuda foi essencial para verificar a frequência de cada tópico observado no noticiário do rádio. Também foi finalizada a ficha de catalogação, que contém o referencial de codificação, cujo objetivo é definir as categorias de análise. Esta fase também levou em consideração a observação qualitativa de formatos e gêneros presentes no veículo. Assim, este último momento analisou os resultados obtidos à luz dos conceitos trabalhados nesta pesquisa, e, por conseguinte, elaborou teorizações a partir das relações encontradas.

4.2 A Rádio Jornal: a informação e o entretenimento

Para efeito da realização deste estudo de caso, a coleta de dados envolveu o conteúdo informativo transmitido durante o programa de maior audiência da Rádio Jornal (Super Manhã) e foi realizada entre os dias 10 e 14 de junho de 2013. Além da interpretação do conteúdo gravado em DVDs disponibilizados pela emissora, a pesquisa teve acesso aos *espelhos* do referido programa, onde os textos e todo o material jornalístico utilizado dia a dia são armazenados em forma de relatório no *software Rádio News*, em uma rede interna utilizada apenas pelos funcionários do veículo. Na arquitetura do programa *Super Manhã*, tem-se a seguinte grade, distribuída em sete blocos (*Primeira Página*; *Só Ganha Quem Sabe*; *A Hora do Bom Negócio*; *A Hora dos Médicos*; *Balanço da Dez*; *Debate*), no horário das 7h30 ao meio-dia, de segunda a sexta-feira. Enquanto o programa inteiro é classificado pela emissora como um programa de *Variedades*¹⁴ o quadro *Primeira Página* se caracteriza por ser um programa de *Notícias* – razão pela qual o estudo adotou este programa na análise dos critérios de noticiabilidade da Rádio Jornal. A sequência é distribuída da seguinte maneira:

1. Destaques da *Primeira Página* 7h30 às 8h, de segunda a sexta-feira. É a primeira sequência do Super Manhã, que faz uma leitura dinâmica de todas as capas dos principais jornais do Brasil e do Mundo, dando destaque aos assuntos de maior repercussão; Ainda na *Primeira Página*, no horário das 8h às 9h30, os ouvintes participam através do telefone e do Painel Interativo (internet), com informações sobre o trânsito e as estradas do estado. Também nesta sequência, Geraldo Freire convoca os repórteres da Rede das principais cidades do interior de Pernambuco, para fornecer as notícias locais.
2. *A Hora do Bom Negócio* – às 9h40. O ouvinte que precisa trocar, vender ou comprar um determinado produto, como uma geladeira, um carro, um fogão, etc, pode ligar para a produção e ter seu anúncio divulgado gratuitamente, por Geraldo Freire.
3. *A Hora dos Médicos* – às 9h50. Médicos de diversas especialidades tiram dúvidas e esclarecem os ouvintes a respeito de um determinado assunto relacionado à saúde.

¹⁴ Dados do book comercial do departamento de *marketing* da Rádio Jornal.

4. *Balanço das Dez* – às 10h. Interação com os ouvintes, pelo telefone e internet, sobre os mais variados temas.
5. *Debate* – às 11h. Personalidades do mundo artístico e cultural, políticos, empresários, médicos ou pessoas ligadas às comunidades são convidados a participar do debate com assuntos atuais e /ou relacionados ao entrevistado. Os ouvintes interagem com perguntas que são lidas pelo apresentador.

No esqueleto da programação do Super Manhã, em média, os quadros são distribuídos da seguinte maneira:

7h30	PRIMEIRA PÁGINA - ABERTURA, GIRO DE TRÂNSITO COM REPÓRTERES E OUVINTES, MANCHETES DO PROGRAMA
7H55	DESTAQUE DA REDAÇÃO, PREVISÃO DO TEMPO, RONDA COM BOMBEIROS, AEROPORTOS E INFORMAÇÃO DAS ESTRADAS
7H58	GIRO COM REPÓRTERES DO INTERIOR DE PERNAMBUCO
8H10	GIRO DE TRÂNSITO E NOTAS
8H18	SALA DO POVO - SEÇÃO DE SERVIÇO PARA O OUVINTE. TRÁS TANTO SERVIÇOS DE ACHADOS E PERDIDOS A VAGAS DE EMPREGO
8H20	BALANÇA COMERCIAL
8H21	ENTREVISTA
8H29	MANCHETES DO RECIFE – NOTICIARISTA LÊ AS MANCHETES DO JORNAL DO COMMERCIO; PARTICIPAÇÃO DO CORRESPONDENTE DE BRASÍLIA, ROMOALDO DE SOUZA
8H33	ENTREVISTA
8H40	FUTEBOL COM OS REPÓRTERES DO ESCRITO DE OURO
8H46	MANCHETES DOS JORNAIS DO BRASIL
8H55	NOTAS E FLASH DA REPORTAGEM
9H	NOTAS E FLASH DA REPORTAGEM,
9H15	NOTAS
9H20	GIRO DA EQUIPE DE POLÍCIA
9H22	NOTÍCIAS DE BASTIDORES DA TV
9H25	GIRO EQUIPE DE POLÍCIA
9H30	PÁGINA DO POVO: SERVIÇO DE ACHADOS E PERDIDOS, RECLAMAÇÕES
9H35	: MÚSICAS
9H40	ENQUETE ; “AULINHA DE PORTUGUÊS” COM O PROFESSOR JOSÉ RICARDO; SALA DO POVO
9H50	HORA DO BOM NEGÓCIO – TELEFONE LIVRE PARA INFORMAÇÕES DE COMPRA E VENDA, TROCAR, ALUGAR
9H55	HORA DOS MÉDICOS: OUVINTES FAZEM PERGUNTAS E ESPECIALISTA RESPONDE NO AR.
10H	TIRA-TEIMA DO TEMPO LIVRE: DOIS ARTISTAS E AUDIÊNCIA VOTA NO MELHOR; MAIS UM GIRO DE POLÍCIA COM GINO CÉSAR,
10H23	FIM DO TIRA-TEIMA, NOTAS
10H32	BALANÇO DAS DEZ; NOTAS; FLASHES DA REPORTAGEM, PARTICIPAÇÃO DOS OUVINTES; MÚSICA (CANTE NA SUPERMANHÃ); PARTICIPAÇÃO DE APRESENTADORES DA TV JORNAL ANTECIPANDO OS DESTAQUES DA PROGRAMAÇÃO DA TV
11H-12H	DEBATE

A produção do programa *Super Manhã* é feita com a colaboração de três jornalistas produtores, que iniciam o expediente ainda de madrugada, além de um coordenador de jornalismo, responsável pela preparação de pautas para os dois repórteres que vão às ruas e gerência de conteúdo durante manhã e início da tarde, quando passa a ser substituído por outro profissional. O comunicador Geraldo Freire também inicia seu expediente por volta das 5h da manhã. Para a produção do primeiro bloco do quadro *Primeira Página*, cerca de 17 manchetes de jornais são captadas através da internet. O mesmo trabalho é feito com as manchetes de jornais internacionais. Com relação à leitura das notícias locais, as manchetes são captadas através do Jornal do Commercio, veículo que também pertence ao grupo JCPM. Há ainda as informações sobre o câmbio, com as cotações do dólar e euro.

O segundo bloco, com as manchetes da *Primeira Página*, é feito principalmente com o apurado das notícias, distribuídas nas seguintes editorias: *Política, Economia, Entretenimento, Esportes, Polícia, Cidades, Cultura, Educação, Saúde, Ciência, Serviço, Tecnologia e Brasil*. O conteúdo é composto basicamente por notas, matérias dos repórteres da Rádio Jornal ou colaboradores da Rádio Jovem Pan, além da participação do correspondente em Brasília, Romoaldo de Souza. A programação intercala conteúdo de duração de dez minutos e *breaks* comerciais de até cinco minutos de duração. Assim, a cada hora, pelo menos 20 minutos são voltados para comerciais, que são veiculados na forma de *testemunhal* (quando o apresentador apresenta o produto) e *rotativo* (comercial que é veiculado em horários diferentes na programação total da rádio).

A partir da catalogação das notícias, entrevistas e reportagens, e classificação deste material de acordo com editorias pré-estabelecidas, percebeu-se que a editoria mais presente nas páginas principais dos portais supracitados é a de Entretenimento. Sua incidência supera, inclusive, a de matérias relativas a *Cidades, Economia e Política*. Tal fenômeno chamou bastante atenção nesta pesquisa, com a constatação de que a maior parte das notas presentes no conteúdo da *Primeira Página* tratou de temas leves e que não contribuem para um maior censo crítico do público ouvinte com relação às grandes questões da atualidade. Embora o conteúdo tenha uma boa distribuição entre as editorias, predominam os assuntos voltados para *Bastidores da TV e Celebidades*, o que leva esta pesquisa a perceber o critério referencial prático do uso do jornalismo como palco para expressão da cultura do entretenimento.

Na análise geral da semana analisada (segunda a sexta-feira, entre os dias 10 e 14 de junho de 2013), percebeu-se que, em um universo de 255 notícias catalogadas (Atenção: verificar se está correta esta frase), a *Primeira Página* dedicou (na forma de notas voltadas para assuntos ligados a *Celebridades* e *curiosidades sobre a TV brasileira*) 87 notícias classificadas como *Entretenimento*; 55 notícias dedicadas à editoria *Cidades*, 45 voltadas para *Esportes*; 27 de *Política*; 17 de *Polícia*; 10 *Internacional*; 2 de *Cultura*; 4 de *Saúde*; 3 de *Brasil*; 3 de *Educação*; 1 de *Tecnologia*; e 1 de *Ciência*, conforme demonstrado no gráfico a seguir:

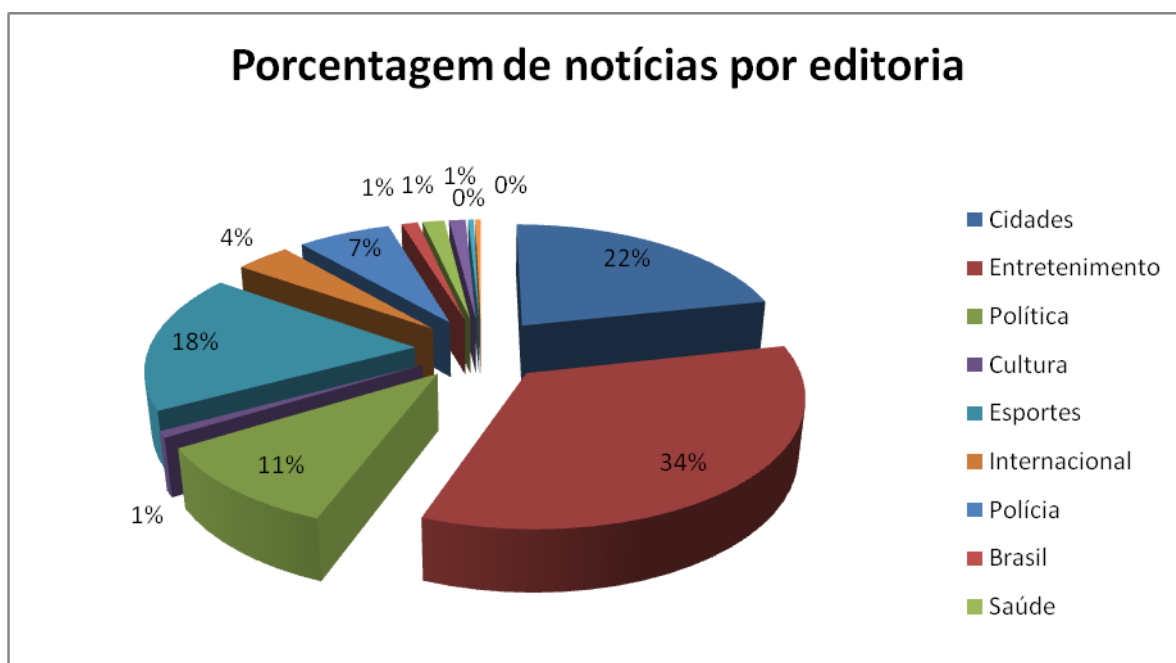


Gráfico 4 – distribuição de assuntos por editoria na programação da Super Manhã nos dias analisados.

Analizados os dados sobre as matérias dia a dia, percebe-se como o conteúdo informativo se mantém prioritariamente voltado para assuntos ligados a *Entretenimento*. Na compilação das notícias da Primeira Página a seguir, tem-se um esboço do que foi notícia neste primeiro bloco do programa, no dia 10.06:

AS MANCHETES DA PRIMEIRA PÁGINA – 10/06/13

Manchetes da primeira página

-Pesquisa que rebaixa Dilma em oito pontos também mostra que se a eleição fosse hoje Lula seria derrotado por Geraldo Alkmin para governador de São Paulo...

-O governador leva nítida vantagem para o ex-presidente: Geraldo Alkmin 42 contra 26 para Lula...

-No caso da presidente Dilma preocupa aos seus marqueteiros que a população não comece a entender a morosidade exagerada do seu governo...

-Obras paradas em todos os lugares, estradas destruídas de canto a canto do país, ministério grande demais, ineficiente e corrupto, além da inflação dando sinais visíveis de que está voltando pra ficar...

TEC.: 01 – FLASH DILMA/CP/1'15s.

TEC.: SINAL – LOC:HORA

TEC.: SINAL – LOC:HORA

A presidente no rádio...

Hoje Dilma falou...

Hoje no programa do rádio a presidente repetiu a divulgação do Plano Safra, que ela lançou com grande estardalhaço na semana passada... TEC.: 02 – FALA DE DILMA/CP/

TEC.: SINAL – LOC:HORA

TEC.: SINAL – LOC:HORA

Aposentados do Brasil ganham pouco...

O INSS divulga: nove em cada dez aposentados recebem até Dois Mil Reais por mês.

Nelson Mandela está muito mal...

Líder sul-africano apareceu pela última vez em público durante a copa do mundo. De lá pra cá vem passando por sucessivos internamentos chegando até a gravidade de agora...

Mandela tem 95 anos e a população já deseja um fim de vida digno para o seu líder maior...

TEC.: 03 – ARACELY MANDELA/CP/

TEC.: SINAL – LOC:HORA

TEC.: SINAL – LOC:HORA

Vai cantar pra subir...

Repercute hoje uma declaração da cantora Joelma...

Falando durante um show ela deu, num primeiro momento, a entender que a Banda Calypso estava acabando. Mas depois ficou claro que apenas vai mudar o estilo: passará a cantar música gospel para o público religioso.

O adeus de Gugu...

O que foi anunciado no meio da semana passada foi confirmado ontem: Gugu Liberato se despediu da programação da Record.

Corintianos baderneiros voltaram...

Dos 12 torcedores que estavam presos há mais de cem dias na Bolívia, 7 retornaram no fim de semana e cinco continuam presos...

TEC.: 04 – FLASH CORINTIANOS/CP/1'.

TEC.: SINAL – LOC:HORA

TEC.: SINAL – LOC:HORA

Chuvas destruindo...

Um fim de semana de caos em João Pessoa...

Ruas alagadas, casas invadidas pelas águas e queda de barreiras.

Mulher encontrada morta dentro de casa em São Lourenço...

O corpo de Fátima Maria de Oliveira, de 55 anos permanece no Instituto de Medicina Legal, e foi encontrado dentro de casa com sinais de espancamento. Ela estava com os braços e pés amarrados...

De acordo com a polícia, um homem ainda não identificado invadiu a moradia e atacou a vítima que possivelmente foi estrangulada. Pelo estado do corpo, acredita-se que a mulher, que morava sozinha, foi morta há pelo menos três dias...

O caso foi descoberto depois que a vizinha viu o cachorro da casa morto, ao que tudo indica envenenado. A polícia apurou ainda que a vítima tinha envolvimento com um presidiário e que se desentendeu com familiares...

Uma vizinha que não quis se identificar afirma que a comunidade estranhou o silêncio dos últimos dias...

TEC.: 05 - FALA VIZINHA/CP/45s. (faixa 1)

TEC.: SINAL – LOC:HORA

TEC.: SINAL – LOC:HORA

Greve dos professores de escolas particulares...

Mais de 300 mil alunos estão sem aula desde a última quarta-feira. Ontem, os professores realizaram um ato de protesto... TEC.: 06 - FLASH PEDRO DA HORA/CP/2'32s. (faixa 9)

TEC.: SINAL – LOC:HORA

TEC.: SINAL – LOC:HORA

Bebê de sete meses é salvo em deslizamento...

Melany Sofia dormia no berço, ao lado da mãe e da tia, quando um murro de arrimo desabou, no Alto Dois Carneiros, em Jaboatão...

A queda arrastou a parede do quarto e derrubou tudo. Por alguns minutos a bebê ficou sob os escombros e foi localizada dormindo pelo avô, o padeiro Eronildo Marcos de Oliveira...

Melany teve um pequeno arranhão no pé, enquanto o berço, as camas e o restante do quarto ficaram destruídos. A criança foi levada para a UPA da Imbiribeira, examinada pelo médico e liberada.

Violência...

Adolescente assassinado a tiros no bairro de Areias...

TEC.: 07 – PEDRO MELO/CP

TEC.: SINAL – LOC:HORA

TEC.: SINAL – LOC:HORA

GP do Canadá...

O alemão Sebastian Vettel liderou toda a prova e venceu a corrida. Alonso e Raikkonen chegaram em seguida. O brasileiro Felipe Massa foi o oitavo.

Rafael Nadal conquista Roland Garros...

O espanhol venceu David Ferrer e conquistou o oitavo título na competição.

Brasil vence e ganha moral...

A vitória por 3 a 0 sobre a França configura a primeira vitória da seleção contra um rival campeão do mundo em três anos e meio. Além de quebrar o jejum de 21 anos sem vencer a França...

Os gols foram marcados por Oscar, Hernanes e Lucas. O pernambucano Hernanes diz que o gol ajudou a espantar a maldição de sua última partida contra a França... TEC.: 08 - FALA DE HERNANES/CP/38s. (faixa 15)

Felipão também falou...

Destacou a vitória de ontem e a preparação para sábado... TEC.: 09 - FALA FELIPÃO/CP/1'22s.

TEC.: SINAL – LOC:HORA

TEC.: SINAL – LOC:HORA

Sport vence Palmeiras com gol no último minuto...

O único gol da partida foi marcado pelo centroavante Nunes, aos 48 do segundo tempo. A vitória sobre o Palmeiras deixou o Sport no G-4 da série B.

Salgueiro empata e lidera grupo...

Com o resultado em 2 a 2, contra o Maranhão, o Salgueiro segue líder do grupo A2, da série D. Santa Cruz perde de virada...

O time tricolor perdeu para o CRB por 2 a 1.

-Náutico perde fora de casa...

-O gol da vitória do Coritiba foi marcado aos 55 segundos do primeiro tempo. Com o resultado, o Náutico voltou a zona de rebaixamento da primeira divisão.

-Confira outros resultados e classificações de todas as divisões do Brasileiro... TEC.: 10 - FLASH EDSON PEIXOTO/CP/1'24s. (faixa 16)

-TEC.: SINAL – LOC:HORA

-TEC.: SINAL – LOC:HORA

-Lei começa a valer hoje e dá direito ao consumidor a saber o valor das contribuições que formam os preços dos produtos e serviços...

-Estúdios da Rádio Jornal Brasília, Romoaldo de Souza... TEC.: 11 - ROMOALDO ABERTURA /CP/1'55s.

-TEC.: SINAL – LOC:HORA

-TEC.: SINAL – LOC:HORA

-Debate...

-Hoje, Armando Monteiro Neto, no debate das 11 horas. TEC.: CHAMADA DEBATE / CP –

BASTIDORES

MÃEZONA

Grávida de oito meses, a atriz Juliana Paes já pediu que sejam coletadas as células-tronco do cordão umbilical do segundo filho, Antônio, assim como fez com o primogênito, Pedro. Samara Felippo fez o mesmo.

SÓ LOVE

Após conquistar o título do Campeonato Russo com o CSKA, Vagner Love embarcou em uma viagem romântica aqui para o Recife com a noiva, Lucilene Pires.

CAVALGADA

Paula Fernandes ousou em show realizado no Rio de Janeiro, no sábado, que dará origem ao seu próximo DVD. A cantora montou em um cavalo branco no palco, durante a apresentação, surpreendendo o público.

NOS ESTADOS UNIDOS

A apresentadora Luciana Gimenez estreia hoje na equipe do programa americano "The View", da rede ABC. A brasileira é a aposta do canal para atrair o público latino dos Estados Unidos.

ESFORÇADA

Após o sucesso em "Salve Jorge", Thammy Miranda resolveu investir na carreira de atriz e terá aulas com Helena Varvaki, preparadora de elenco da Globo.

MALDADE

Na emissora, não é todo o mundo que vê a empolgação da filha de Gretchen com bons olhos. Há quem diga que o talento de Thammy não corresponde ao espaço que ela teve na última novela das nove.

CONTRASTE

Enquanto Neto se esforça para manter um visual alinhado na Band, a ordem no "Globo Esporte" é descontração. Tiago Leifert tem apresentado a atração de moleto.

BOM MENINO

Príncipe Harry, que faz parte do Exército britânico, salvou um soldado gay de ataques de homofóbicos. O caso aconteceu em 2008, mas foi divulgado ontem.

GROSSEIROS

Justin Bieber está enfrentando problemas por causa de seus seguranças. Eles foram acusados, mais uma vez, de agredir um fã que tirava fotos do astro.

AUDIÊNCIA

Sete pontos é o que tem registrado os capítulos de "Dona Xepa", novela da Record.

PARABÉNS

A atriz Mylla Christie, completa 42 anos e o cantor e compositor João Gilberto, que faz 82. Quem também chega aos 82 é o ex-presidente Fernando Henrique Cardoso.

A LEMBRANÇA DA ATRIZ

Se estivesse viva, Judy Garland completaria 91 anos. Judy Garland morreu por excesso de tranqüilizantes que tomou de uma só vez no dia 22 de maio de 1969. Fez 44 anos este ano.

A LEMBRANÇA DA ATRIZ

Se estivesse viva, Judy Garland completaria 91 anos. Judy Garland morreu por excesso de tranqüilizantes que tomou de uma só vez no dia 22 de maio de 1969. Fez 44 anos este ano.

MAIS LEMBRANÇAS...

13 anos da morte do ator e nadador Rômulo Arantes; 14 anos da morte de Anésia Pinheiro Machado, a primeira mulher a obter um brevê de aviação no mundo. E 46 anos da morte do ator americano Spencer Tracy.

NA HISTÓRIA

No dia 10 de junho de 1998 começou a Copa do Mundo da França. Já no ano de 1934, a Itália conquistou o Campeonato Mundial, há 79 anos.

Embora na porcentagem de inserções do noticiário predominem, de acordo com a pesquisa, os assuntos mais leves, levados ao ar em tom coloquial e até emotivo, a produtora deste programa, a jornalista Camila Brandão (que atua na emissora desde 2010), descreve a rotina de preparação do noticiário e destaca o trânsito e as notícias de economia e política, na hierarquia das notícias:

O programa começa às 7h30, mas a produção tem início às 5h. A “Primeira Página” é feita por mim, com as notícias locais, e por Geraldo Freire, que fica com as nacionais e internacionais. Em seguida, o programa segue com matérias das rádios do interior e entrevistas. Depois, as manchetes de jornais do Brasil e do Mundo, notas de serviço, informações relevantes e bastidores da televisão. (...) Um dos destaques do programa é o “trânsito”, que é feito duas vezes, e conta com a participação dos ouvintes. (...) 3. O programa é feito com as notícias mais importantes e impactantes do final do dia anterior e do começo do dia. É sempre importante noticiar mudanças/problemas no trânsito da RMR, porque é um assunto dos últimos anos e é de interesse comum, e também notícias que vão afetar muita gente (como falta de água durante um grande período). Além disso, as notícias mais importantes são sobre política e economia. Inclusive as entrevistas de Geraldo são feitas, na maioria das vezes, com esses temas. 4. A maior dificuldade é durante a manhã, com o programa já no ar, quando temos que conciliar a produção do momento com a marcação de debates e gravações, como o quadro “A Hora dos Médicos”. E marcar debate é complicado, pois não é fácil conciliar as agendas de três convidados pro mesmo dia. 5. Os temas dos debates e os convidados são definidos por *Geraldo Freire*, que me repassa uma lista no começo da semana. A partir disso, eu escolho o melhor dia para cada debate e vou marcando. Por exemplo, os melhores dias para política são na segunda e na sexta-feira (que também é um bom dia pra debate mais leve, como música). Quando um entrevistado não pode participar, eu e Geraldo pensamos juntos em um outro nome que encaixe naquele tema. (BRANDÃO, 2013).

O Gerente de Produção de Notícias das rádios do Sistema Jornal do Commercio de Comunicação, Carlos Alberto Silveira de Moraes, afirma que o Super Manhã segue um tipo de perfil mais eclético, “com notícias variadas como nacionais, locais (incluindo a rede de rádio no interior), esportes, polícia, política, prestação de serviço; buscando o contato direto com o ouvinte; e cada vez mais, com o internauta, através da internet”¹. A linha editorial é, conforme o entrevistado, jornalística (incluindo conteúdo de esportes), mas “tem programação eclética, com entretenimento e até música”.

4.3 “O comunicador da maioria” e as estratégias narrativas: cumplicidade e identificação através da fala

Para além da construção da notícia a partir de uma análise textual, é necessário abordar aspectos relacionados à linguagem sonora do referido programa, com o intuito de tentar aproximar conceitos que possam definir de que maneira o público se identifica com o conteúdo da emissora, a partir das características do rádio já descritas neste trabalho, entre elas, a capacidade de informar, emocionar e entreter. A partir de uma vinheta de impacto, tem-se um aviso de que o programa, em instantes, entrará no ar: *“Atenção emissoras de rádio do Sistema Jornal do Comercio de Comunicação. Vem aí mais um programa integrando Pernambuco de ponta a ponta, com informação e prestação de serviço”*. Há que se observar, de acordo com Ponte e Niemeyer (2011) que as vinhetas constituem um conjunto de peças que permite transmitir “os conceitos, os valores e as promessas de marca de um canal ou de um programa para seu público-alvo específico, por meio de sons, textos e imagens”. A vinheta de abertura teria, portanto, o objetivo de fixar o ouvinte à emissora, despertando o interesse, além de sintetizar uma narrativa que atraia o interesse. Na televisão, percebe-se, conforme estudo das supracitadas autoras, que o Brasil adota vinhetas que apresentem principalmente os autores, elenco e principais envolvidos na abertura de algum gênero. Os créditos geralmente são apresentados ao final do produto transmitido. No rádio as características são semelhantes.

O programa *Super Manhã* adota uma gama de vinhetas e estratégias sonoras para fidelizar o ouvinte. Nos primeiros minutos de abertura desta programação, segue-se

¹ Entrevista concedida à autora por email.

outra simpática vinheta, que apresenta a figura do comunicador Geraldo Freire: “*com Geraldo Freire, sintonize o seu rádio e fique certo: você vai gostar da nossa programação*”. As estratégias narrativas continuam, desta vez, a partir do próprio comunicador, que mantém a rotina de informar o ouvinte sobre o dia da semana, data comemorativa, além dos santos católicos do dia. “*Rasgando o calendário, chegamos a terça-feira, 11 de junho de 2013, 155 dias do ano, faltam 210 para terminar! Santos do dia: Felipe, Quinquino, Darciano e Saturnina! Hoje é o dia mundial contra a agressão infantil e dia do engenheiro*”.

Salomão (2003 *apud* KROTH, 2012) contextualiza o fato de se trabalhar, no campo de estudos da comunicação, com a ideia da constituição de ouvintes ao redor de um mesmo processo de enunciação, e que aí se estabelecem *conexões por reconhecimento*. A estratégia de recriação da ambiência e a ação de fazer uso de aspectos possíveis de causar reconhecimento envolvem o receptor num sistema de cumplicidade. O fato do rádio deter o poder de transmitir uma sensação de cotidianidade através da facilidade de se transpor e recriar a realidade confere ao meio uma capacidade de engendrar vínculos com a sua audiência.

Retomando Alsina (2009), pode-se tomar emprestado o conceito “*contrato fiduciário*” que a imprensa estabelece com a audiência, e fazer uma analogia a partir da relação que a figura do comunicador Geraldo Freire estabelece com o público ouvinte / internauta. Nas participações do público durante a programação, o termo “*amigo*”, em referência ao apresentador, é dos mais recorrentes verificados nesta pesquisa. Tal observação revela o grau de proximidade nesta comunicação, baseada na confiança, na identificação. Pela própria particularidade do rádio, observa-se que o enunciador (locutor do programa), ao utilizar linguagem semelhante à do seu público, narrando o cotidiano através do signos e significados próprios da comunidade, torna mais fácil a assimilação e acessibilidade para a compreensão da mensagem veiculada. Os ouvintes se envolvem num jogo discursivo em que se vêem reconhecidos.

Mesmo os intervalos comerciais, em que as peças publicitárias são divulgadas, adquirem maior credibilidade enquanto material comunicativo, posto que o próprio Geraldo Freire participa como agente ativo das peças divulgadas no decorrer da programação. Nesta perspectiva, a apropriação e uso de narrativas do cotidiano pode ser considerada uma estratégia vista como uma reformulação de contratos de leitura. É através desta linguagem permeada de dizeres do dia a dia, de fácil assimilação, que o locutor atinge os sentidos de sua audiência, na construção da realidade através do rádio.

Geraldo Freire, cujo bordão o reconhece como “o comunicador da maioria”, possui notável capacidade de inserção social não só na Região Metropolitana do Recife como em praticamente todos os municípios pernambucanos onde a Rádio Jornal pode ser ouvida. O locutor faz parte do imaginário e da história do rádio pernambucano. Além das vertentes já elencadas durante a análise do conteúdo textual, o Super Manhã possui também uma proposta assistencialista, através principalmente da ação de doação de cadeira de rodas. Pelo menos um equipamento como este é doado diariamente a partir de cartas enviadas à sede da Rádio Jornal ou pedidos feitos por telefone e pessoalmente. O programa também se mostra significativo por algumas singularidades, como a forte presença da prestação de serviço, mediação de conflito, denúncias e seção de achados e perdidos, através do quadro *Sala do Povo*, cujo slogan “o tempo todo prestando serviço”, reforça o discurso íntimo para com o público. Dentro do programa, o radialista também abre espaço interativo com os ouvintes. Ainda há o “Só Ganha Quem Sabe”, uma enquete proposta diariamente em que ouvintes precisam acertar a resposta correta para ter direito a prêmios que são distribuídos por meio das brincadeiras lançadas por Geraldo Freire todas as manhãs. Há o espaço de debate entre 11h e 12h, com pelo menos três convidados. No debate realizado em 11 de junho de 2013, o comunicador reuniu na bancada da Rádio Jornal os artistas Maciel Melo, Edimilson e Castanha, em um bate-papo intitulado “*Encontro nordestino*”. O trecho reproduzido do início da conversa reflete um diálogo bastante identificável com a cultura pernambucana e seus cantadores:

- *Esses amigos estão aqui, o nosso Edimilson cada vez mais magro mais esbelto, cada vez mais sadio...tudo bom amigo?*
- *Tudo bom, Geraldo. É um prazer está aqui de novo...*
- *Você sabe que Maciel já foi dizendo: eu vou deixar vocês falarem. Maciel tá por cima da carne seca, entendeu?*
- *É ta tocando na novela, é o homem do são João, entendeu? Quem era isso né?*
- *Pois é, Geraldo, você falou disso de ser esbelto, e você sabe que eu sou de uma região interiorana, de uma família que acredita que quando a gente viaja tem que voltar gordo, pra provar que está bem. Eu sempre tive esse calibre, não é? Com meus 60 kg...*
- *Pra 1,75m né?esse pessoal pra morrer dá um trabalho da bexiga! (risos)*
- *Aí eu cheguei na casa dos meus pais depois de uns cinco anos. Aí meu pai disse: meu filho você ta muito magro. Aí ele disse: então venha pra casa que aqui você não passa fome!*
- *Você sabe que até um certo tempo o camarada ser gordo era bonito NE? Eu sempre lembro Luiz Gonzaga dizendo: fulano ta gordo que parece um major!*

- *E você, Maciel Júnior?*
- *Eu tô bem, Geraldo. Só não to gordo!*

Geraldo Freire posiciona-se como um pernambucano comum, inserindo-se no campo receptor, identificando-se com ele, tratando-o como um amigo, retratando o seu cotidiano e a cultura local. Um discurso que pode remeter a diferentes sentidos, mas que, seguramente, atinge e fideliza seu público. Com a emergência das multiplataformas digitais, sabe-se que a capilaridade e identidade do comunicador para com o público se expande, embora esse alcance para além do aparelho receptor tradicional ainda não seja computada pelas pesquisas tradicionais. Segundo anota Nélia Del Bianco (2012, p.22), uma enquête realizada pelo Grupo dos Profissionais do Rádio em 2009 com 2.580 ouvintes que acessaram o site www.radioenquete.com.br revelou que o hábito de ouvir o veículo pelo aparelho portátil ou *receiver* já rivaliza com outras formas de consumo. De acordo com este estudo, 74% disseram que ouve no aparelho portátil, *receiver*, *microsystem*; 63% internet via computador; 61% no rádio do carro; 37% sintoniza no celular; 37% no mp3/ mp4/iPod; 12% pelos canais de áudio da TV a cabo/parabólica; e 3% pela internet via celular. Quando perguntado se ouve rádio na internet ou visita os sites das emissoras, 82% confirmaram esse hábito.

Nas redes sociais a proximidade com o público a partir da figura de Geraldo Freire se materializa na forma dos amigos (cerca de 3.500), das “curtidas”, e da linguagem também informal, que proporciona maior grau de intimidade com a audiência.



Figura 1. Página da rede social Facebook do comunicador Geraldo Freire.

A adesão do comunicador à rede social *Facebook* se alinha à centralidade do consumo da internet no cotidiano da audiência atual, conforme já discutido anteriormente. Diante deste cenário, o que se constata é que o futuro dos meios está na combinação entre as diversas mídias disponíveis, especialmente com a Internet e dispositivos móveis. Analisada a linguagem personalizada e as ferramentas tradicionais e tecnológicas utilizadas na programação da Rádio Jornal através da Super Manhã, percebe-se uma estratégia de supervalorização da imagem do referido comunicador, tanto no meio tradicional de fruição quanto nas páginas virtuais. É necessário resgatar o entendimento que locutores e demais profissionais se caracterizam, desde os primórdios do rádio enquanto meio massivo, como arquétipos de uma audiência que elege pessoas comuns à categoria de ídolos, conforme registro do Jornalista Cyro César (2009) no capítulo anterior, a respeito da influência dos apresentadores de programas radiofônicos na audiência.

Embora oficialmente a Rádio Jornal não se utilize de nenhum parâmetro na construção do noticiário, o uso de manuais de redação é uma prática recorrente no jornalismo. Neles é possível entender a existência de uma tendência de padronização sedimentada no estabelecimento de estilos redacionais diversificados e específicos. Tais compêndios, comuns em várias mídias, têm funções e objetivos distintos, como disposto abaixo:

Compilar e transmitir normas e padrões do estilo jornalístico, voltado principalmente para jovens jornalistas; padronizar normas de estilo do veículo específico; orientar o comportamento e atitudes de jornalistas de um veículo; transmitir e divulgar a ideologia da empresa jornalística (ou política editorial) para jornalistas e leitores; divulgar o nome do jornal junto ao grande público, servindo de instrumento de marketing; estreitar sua relação com o leitor, estabelecendo uma espécie de contrato, pelo qual poderá ser cobrado; substituir parcialmente as gramáticas, principalmente na função de consulta de dúvidas. (CAPRINO, 2002, apud PEREIRA JÚNIOR, 2009).

Sobre a figura do apresentador (denominado âncora), o *Manual de Redação da CBN* rejeita absolutamente o personalismo:

A relação do apresentador com o público é de convivência diária, até íntima, mas não deve descambar para o personalismo. Em vez de utilizar o pronome “eu”, é mais elegante a referência ser ao programa: “nós, do Jornal da CBN”; a entrevista dada ao CBN Brasil. O jornalismo é um trabalho coletivo que só funciona bem quando todos os envolvidos se empenham. A ancoragem também pode ser séria sem ser sisuda. Fazer observações bem-humoradas ou brincar com os repórteres torna o clima do programa mais ameno, mas é importante que o bom senso prevaleça: coberturas de tragédias não comportam brincadeiras e comentários irônicos, que correm o risco de ser mal interpretados e parecer agressivos para o público (TAVARES, 2011, p. 43).

O estilo “ameno” do comunicador, associado à ausência de reportagens, entrevistas em profundidade e prioridade em temas mais sérios, que exigiriam técnicas de apuração mais rigorosas, caracterizam o rádio local na tendência nomeada por Adriana Santana (2005) de “jornalismo cordial”. A pesquisadora toma de empréstimo a categorização do ‘homem cordial’ de Sérgio Buarque de Holanda (1995[1936]), para descrever o profissional que não cogita atravessar a linha da “gentileza”. Dessa forma, a informação acaba sendo veiculada com pobreza de dados, visão unilateral/monofonia, poucas e inconsistentes fontes, mesmas fontes/fontes “viciadas”, uma situação recorrente em se tratando de fontes consultadas para o rádio. A linguagem, o conteúdo, as notas e entrevistas classificadas nesta pesquisa como “amenas” podem ser melhor compreendidas como tal se contextualizadas ao período histórico vivido pela sociedade brasileira no *corpus* definido (10 a 14 de junho de 2013).

Exatamente no mês de junho, ocorreu no Brasil um fenômeno que há muito não se via: uma eclosão simultânea e contagiosa de movimentos sociais de protestos com

reivindicações e formas de luta assemelhadas e consciência de solidariedade mútua. Uma onda de mobilizações e protestos sociais tomou a dimensão de um movimento nacional, que começou no dia 6 de junho do corrente ano, primeiro, por conta do aumento no preço das passagens de ônibus em algumas capitais, entre elas o Rio de Janeiro, Goiânia e São Paulo. Na capital paulista, epicentro dos recentes acontecimentos, os atos começaram em razão do aumento de R\$ 0,20 (vinte centavos de real) no preço da passagem de ônibus. O aumento, somado à depredação do patrimônio público, aos mortos e às centenas de feridos que resultaram deste levante motivaram, inclusive, uma série de críticas vindas da imprensa, analistas e parte da opinião pública. O comentarista da Rádio CBN, Arnaldo Jabor, colocou-se contra as manifestações, no comentário que foi ao ar em 13 de junho, com o título “*Revoltosos de classe média não valem 20 centavos*”. No contexto local, o radiojornalismo ocupou pouco de seu espaço a abordar em profundidade os acontecimentos que geraram uma catarse política protagonizada por uma difusão nova, através das redes sociais e Twitter. O #VemPraRua despertou a sociedade brasileira para uma série de outras questões que ultrapassaram o regionalismo da demanda paulista por um melhor transporte público. Neste mesmo 13 de junho, o quadro abaixo expressa o espelho do Super Manhã na ocasião:

AS MANCHETES DA PRIMEIRA PÁGINA – 13/06/13

-Avanço da gripe H1N1 tira o sono das autoridades de saúde...
 -São Paulo é o estado mais atingido até agora...
 -Essa gripe mata e terá que ser cercada para não ganhar mais espaço por outros estados do país...TEC.: 01 – FLASH GRIPE/CP/1'05s.
 -TEC.: SINAL – LOC:HORA
 -TEC.: SINAL – LOC:HORA
 -Mega Sena acumula preminho...
 -Ninguém acertou ontem. Tem 3 milhões e meio pra sábado.
 -Estados criam ponto facultativo para a Copa das Confederações...
 -A falta de estrutura das cidades, inclusive Recife, obriga os governantes a essa decisão...TEC.: 02 – FLASH COPA DAS CONFEDERAÇÕES/CP/1'15s.
 -TEC.: SINAL – LOC:HORA
 -TEC.: SINAL – LOC:HORA
 -A disparada do dólar...
 -Fechou ontem superando os 2 e 15, aumentando a dor de cabeça das autoridades econômicas que veem um componente inflacionário nesta aceleração...
 -O ministro Guido Mântega determinou a retirada do IOF do dólar a partir de hoje... TEC.: 03 – FALA DE MÂNTEGA/CP/
 -TEC.: SINAL – LOC:HORA
 -TEC.: SINAL – LOC:HORA
 -Economia de guerra...
 -O terror da inflação...
 -Dilma fala para acalmar...
 -Como Mântega não está convencendo Dilma aparece dizendo que a inflação está controlada...TEC.: 04 – FALA DE DILMA/CP/50s.
 -TEC.: SINAL – LOC:HORA
 -TEC.: SINAL – LOC:HORA
 -O pipoco das greves em Salvador...

-A prefeitura da capital baiana está enfrentando uma greve na limpeza pública. A turma do trânsito está parando e o estado da Bahia volta a ter problema com a ameaça de greve na segurança pública.

-A greve engatilhada...

-A turma do Metrô continua dizendo que pára amanhã... TEC.: 05 – FLASH JUCELINO/CP/1'46s. (faixa 14)

-TEC.: SINAL – LOC:HORA

-TEC.: SINAL – LOC:HORA

-Contagem regressiva para o fim da frequência AM...

-Rádio AM vai ficar mais forte na nova frequência...

-Fala o presidente da Abert, Daniel Slavieiro... TEC.: 06 - FALA DANIEL/CP/

-TEC.: SINAL – LOC:HORA

-TEC.: SINAL – LOC:HORA

-A greve encerrada...

-Professores particulares voltam ao trabalho... TEC.: 07 – ARACELY PROFESSOR/CP/

-TEC.: SINAL – LOC:HORA

-TEC.: SINAL – LOC:HORA

-Mandela melhora...

-Na África do Sul informam que Nelson Mandela está reagindo bem ao tratamento.

-Eike Batista despencando...

-Por causa dos repetidos prejuízos das empresas dele, Eike Batista fica de fora do listão dos 200 mais ricos do mundo.

-Tráfico de drogas mata jovem na Mustardinha... TEC.: 08 – GINO/CP/

-TEC.: SINAL – LOC:HORA

-TEC.: SINAL – LOC:HORA

-Eduardo Campos faz mais um menino...

-Provando que é gala forte, mesmo no corre-corre de governar e fazer campanha, Eduardo comunicou aos amigos que acaba de emplacar o quinto filho na primeira dama Renata.

-Polícia Rodoviária Federal lança edital pra concurso...

-Tem mil vagas para quem quer ser policial das estradas... TEC.: 09 – CAMILA CONCURSO/CP/

-TEC.: SINAL – LOC:HORA

-TEC.: SINAL – LOC:HORA

-Náutico ainda sem treinador...

-O esforço para contratar esbarra nos salários: Celso Roth, sondado, pediu 340 mil por mês; Jorginho, demitido do Flamengo, disse que só vinha recebendo 400 mil por mês. Jorginho Palmeiras, não chegou a discutir salário, disse que está com um problema de saúde na família e por isso vai permanecer em São Paulo.

-Brasil com medo da torcida...

-Felipão, que usa o estilo de animador para formar uma nova família Scolari, vem apelando pra tudo para fazer a seleção acordar...

-Felipão deu a palavra a Pelé...

-E Pelé pediu a torcida para evitar váia... TEC.: 10 – FALA DE PELÉ/CP/38s.

-TEC.: SINAL – LOC:HORA

-TEC.: SINAL – LOC:HORA

-Roubo no Detran...

-Funcionários são acusados de falsificar dados no sistema e fraudar o IPVA... TEC.: 11 - FLASH MARCELO BARRETO/CP/1'36s. (faixa 6)

-TEC.: SINAL – LOC:HORA

-TEC.: SINAL – LOC:HORA

-Violência...

-Motoqueiro assaltado e baleado em Escada...

-TEC.: 12 – PEDRO MELO/CP

-TEC.: SINAL – LOC:HORA

-TEC.: SINAL – LOC:HORA

-Messi acusado de sonegação...

-O atacante argentino é acusado de sonegar 4 milhões de euros, pouco mais de 11 milhões de reais, em impostos não pagos entre 2007 e 2009...

-As acusações podem resultar na pena de prisão de dois a seis anos e multa que variam do dobro a seis vezes o valor fraudado.

-Jogos completam a 5ª rodada da série A ...

-Grêmio e São Paulo empataram em 1 a 1. A Portuguesa conseguiu a primeira vitória ao vencer o Fluminense por 2 a 1...

-O Santos venceu o Atlético Mineiro por 1 a 0 e saiu da zona de rebaixamento...

-Após o jogo, o zagueiro Durval disse que não vem para o Sport... TEC.: 13 - FALA DURVAL/CP/

-TEC.: SINAL – LOC:HORA

-TEC.: SINAL – LOC:HORA

-Reforço argentino se apresenta hoje...

-O atacante Lucho Figueroa, de 32 anos, assinou contrato de um ano vai ser apresentado hoje à imprensa. Quanto ao técnico, negociação voltou a ser com Jorginho.

-Intertemporada do Santa Cruz...

-A diretoria deve levar o time tricolor para realizar treinamentos em Sairé, que fica a 120 km do Recife. No começo do ano, o Santa Cruz realizou pré-temporada na cidade.

-Martelotte cobra reforços...

-O treinador do Sport quer reforços ainda na intertemporada do clube, que será feita em Chã Grande. Martelotte quer dois laterais, um meia e mais um atacante.

-Seleções chegam ao Recife...

-A Espanha, atual campeão do mundo, desembarcou ontem a noite no Recife e, do aeroporto, seguiram direto para o hotel em Boa Viagem. Hoje a noite eles treinam no CT do Náutico...

-Já o voo do Uruguai atrasou e a seleção chegou por volta da uma da manhã. Os jogadores tem treino marcado para às 10 da manhã, no Arruda.

-Seleção brasileira intensifica treinamento...

-Jogadores realizam primeiro treino hoje no Distrito Federal... TEC.: 14 - FLASH DIEGO PEREZ/CP/1 '13s. (faixa 18)

-TEC.: SINAL – LOC:HORA

-TEC.: SINAL – LOC:HORA

-Ministro da Saúde informou que os governos do Brasil e Portugal estão estudando um sistema para reconhecer diploma mútuo...

-Estúdios da Rádio Jornal Brasília, Romoaldo de Souza... TEC.: 15 - ROMOALDO ABERTURA /CP/2'.

-TEC.: SINAL – LOC:HORA

-TEC.: SINAL – LOC:HORA

-Debate...

-Hoje, A justiça e a primeira instância, no debate das 11 horas. TEC.: CHAMADA DEBATE / CP –

SÉTIMO DIA

A missa de sétimo dia do ex-árbitro de futebol, Inácio Gonçalves, será amanhã, às 7 da noite, na Igreja de São Judas Tadeu, em Cajueiro.

DOCE

Foi carinhosa a reação de Xuxa Meneghel ao falar sobre o futuro irmão de Sasha, fruto da relação do ex, Luciano Szafir, com a atual namorada, Luhanna Melloni.

DOR DE CABEÇA

Caio Castro negou ontem que seja verdadeira uma suposta imagem dele nu que circula pela internet. Segundo o ator, trata-se de uma montagem. E ele vai tomar as "devidas providências" jurídicas sobre o assunto.

JUSTIÇA

Acusado de ter agredido Marcello Novaes em uma boate no Rio, o então estudante e lutador de jiu-jítsu Raphael Guimarães foi condenado a dois anos e quatro meses de reclusão pelo crime de lesão corporal grave e poderá recorrer em liberdade.

AINDA JUNTOS

O dia dos namorados serviu para casais espantarem recentes rumores de crise. Foi o caso de Angélica e Luciano Huck e Cauã Reymond e Grazi Massafera.

IÔ-IÔ

Já Antonia Moraes retomou o namoro com Romeu Bentes-Montenegro, após rumores de que estaria saindo com o DJ Jesus Luz.

VAIVÉM

Outro casal que teria reatado é Alexandre Pato e Bárbara Berlusconi. O atleta foi à Europa atrás da amada. Ele desmentiu possível affair com uma ring girl brasileira.

SOLTAR A VOZ

As seletivas para as audições da segunda temporada do reality show "The Voice Brasil" serão realizadas nos dias 5 e 12 de julho, em São Paulo e no Rio, respectivamente.

PROGRAMAÇÃO

A Globo marcou para 8 de julho a estreia da próxima temporada de "Malhação", que já está sendo produzida. A trama atual deve acabar no dia 5.

AUDIÊNCIA

Os primeiros 18 episódios de "Amor à Vida" revelam bom desempenho da trama das nove da Globo, se comparada a "Salve Jorge". A história de Walcyr Carrasco teve média de 34 pontos nesse período, 4 a mais do que a novela anterior.

MAS AINDA ESTÁ ATRÁS...

Um ponto separa "Amor à Vida" de "Avenida Brasil", considerado o último sucesso do horário. Os recordes de audiência geralmente estão relacionados às cenas de Valdirene

MAIS AUDIÊNCIA

Seis pontos de média registrou a Record das 7 à meia-noite, na terça. Ficou em segundo lugar. Já a Globo marcou 15 pontos no mesmo horário.

ESPORTE

Tiago Leifert e Alex Escobar comandarão juntos o "Central da Copa" durante a Copa das Confederações.

E SE ESTIVESSE VIVO...

O escritor português Fernando Pessoa estaria completando 124 anos hoje.

AS LEMBRANÇAS TRISTES DE 13 DE JUNHO

No ao de 2001, uma moto atropelou e matou o guitarrista Marcelo Frommer, do grupo Titãs. Também fazendo 11 da morte do compositor Sebastião Carvalho Neto, o Tião da Bossa Nova, e 13 anos da morte do arquiteto Lúcio Costa, responsável pelo projeto urbanístico de Brasília.

Embora esta pesquisa reconheça como um dos papéis da mídia o de entreter e estimular a diversão na sociedade contemporânea, é necessário chamar a atenção para as perdas da sociedade na priorização de grande parte de conteúdo jornalístico no rádio voltado para a simples distração. Diante dos desafios da complexidade da vida moderna, especialmente em torno da discussão da “opinião pública”, não se pode descartar a possibilidade da deliberação democrática na discussão pública articulada e mediada pelo Jornalismo poder acarretar mudança de padrões culturais, nos hábitos que influenciam na forma de pensar e agir do indivíduo e da coletividade. A opinião pública ganha espaço nos debates políticos sociais e econômicos. Enquanto expressão da democracia, o debate de idéias deve ser estimulado através da mídia.

4.4 As reportagens: a simbiose entre a técnica e a ética

Embora o presente estudo tenha discutido a distinção entre matéria e reportagem, com relação à narrativa, percebe-se que entre os profissionais os dois termos são vistos como sinônimos na rotina produtiva da emissora. Por esta observação, o estudo utiliza o termo para destacar a produção feita diariamente pelos repórteres da Rádio Jornal, entre profissionais e estagiários encarregados de elaborar tal conteúdo. O material analisado no período foi coletado através do registro textual do *Radio News*². É importante salientar que grande parte deste material não foi veiculado no programa *Super Manhã*, objeto de análise desta dissertação – o que aproxima a assertiva de que o radiojornalismo da emissora não prioriza as reportagens na composição total de conteúdo, sendo este voltado para as notas e entrevistas. Na distribuição das editorias, obteve-se, a partir dos registros do *Rádio News*, (no universo de 31 matérias), uma predominância das editorias de *Cidades* e *Polícia*, conforme demonstrado no gráfico abaixo:

² *Software* utilizado internamente pelos profissionais da Rádio Jornal para registrar, em texto, toda a produção realizada diariamente pela emissora.

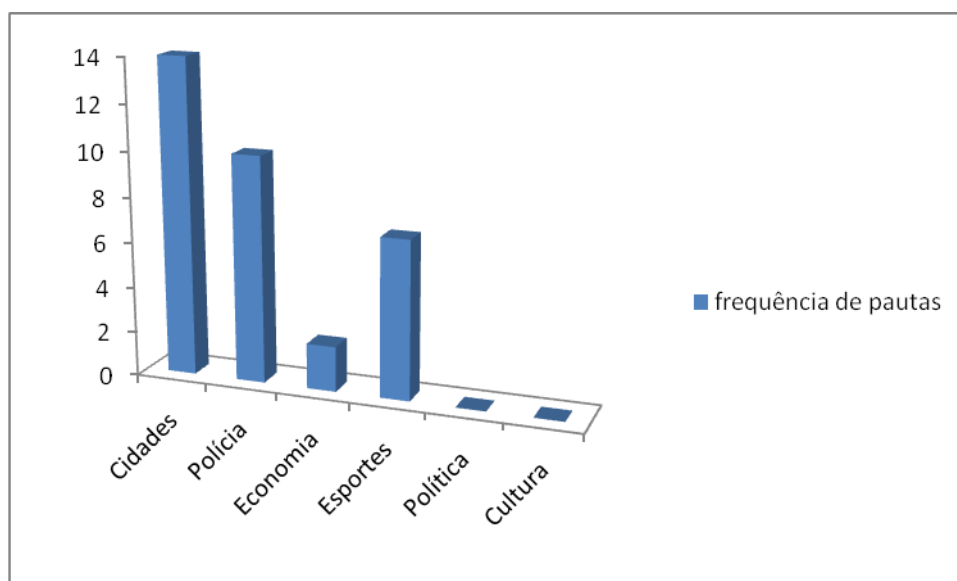


Gráfico 5: distribuição de pautas dos repórteres por editoria

A pesquisa chama a atenção para uma possível subnotificação, já que nem todos os profissionais que produziram as matérias registraram seus textos no software, o que impossibilitou a captação de uma amostragem mais aproximada. Dentro destas limitações, a análise do conteúdo realizada aponta que parte considerável do material veiculado pelos integrantes da Rádio Jornal apresenta clichês, redundâncias e outros vícios de linguagem que demonstram pobreza de vocabulário e que os manuais de redação de rádio recomendam que devam ser combatidos, com o objetivo de proporcionar ao ouvinte uma maior qualidade da informação. No exemplo desta matéria veiculada em 10 de junho de 2013, assinada, na ocasião, por Pedro da Hora, o presente estudo destacou em negrito os seguintes pontos:

*A PRIMEIRA ETAPA DO TERMINAL INTEGRADO DE PASSAGEIROS DO BARRO, LOCALIZADO NA ZONA OESTE DO RECIFE, COMEÇOU A FUNCIONAR NESTE DOMINGO. **NO ENTANTO, NESTA SEGUNDA-FEIRA FOI O PRIMEIRO DIA ÚTIL DE FUNCIONAMENTO DO NOVO ESPAÇO.***

*A ESTRUTURA FÍSICA FOI APROVADA PELOS USUÁRIOS. **NO ENTANTO,** A QUALIDADE DO SERVIÇO DOS ÔNIBUS AINDA É MOTIVO DE QUEIXA./ **HOJE PELA MANHÃ,** OS PASSAGEIROS TIVERAM QUE ENFRENTAR GRANDES FILAS E, EM ALGUMAS PARTES, FICARAM EXPOSTOS AO SOL./*

O MOTORISTA MARIVALDO SANTOS, QUE COSTUMA USAR A LINHA BARRO/MACAXEIRA – BR101, COMENTOU SOBRE AS CONDIÇÕES DOS USUÁRIOS DO TRANSPORTE PÚBLICO NO TERMINAL./

SONORA

*O TERMINAL ESTÁ EM OPERAÇÃO DESDE 1994 E, DIARIAMENTE, CERCA DE 50 MIL PASSAGEIROS PASSAM PELO LOCAL. / DEZ LINHAS DE ÔNIBUS E O METRÔ OPERAM NA ÁREA./ **NA PRIMEIRA ETAPA, O GOVERNO INVESTIU 4 MILHÕES E SEISCENTOS MIL REAIS./ O ANTIGO ESPAÇO FOI FECHADO E VAI SER REFORMADO./ A PREVISÃO É QUE A OBRA SEJA FINALIZADA EM DEZEMBRO DESTE ANO./ É PREVISTO QUE O INVESTIMENTO NO TERMINAL DO BARRO ULTRAPASSE 8 MILHÕES DE REAIS./PEDRO DA HORA./***

No primeiro parágrafo, observa-se uma redundância na composição da ideia, já que, se o espaço começou a funcionar no domingo, necessariamente, a segunda-feira seria o primeiro dia útil de operação do terminal. A conjunção “*no entanto*” também corresponde a uma repetição que deveria ser evitada. Pela própria característica da instantaneidade, o termo “*hoje pela manhã*”, que indica o tempo do acontecimento, “envelhece” a narrativa e não está adequado ao suporte rádio. Retomando Gomis (1991), os meios de comunicação tendem a transmitir o presente, algo que está ocorrendo, que será superado por outro assunto – costume que, conforme discutido no aporte teórico - vem do próprio costume de se falar no cotidiano, porque é uma tendência do ser humano transmitir o agora. Embora não seja possível em todas as situações passar a idéia do tempo presente, o jornalista (operador semântico) deveria buscar sempre que possível, construir uma narrativa que aproxime esta idéia, manipulando linguisticamente uma realidade bruta para conseguir elaborar uma mensagem adequada.

A oração “*na primeira etapa, o governo investiu 4 milhões e seiscentos mil reais. O antigo espaço foi fechado e vai ser reformado*” foi construída de forma incorreta e falta clareza, se levar em consideração as recomendações do Manual de Redação da CBN, que determinam que as frases, em um texto radiofônico, devem ser curtas, mas não telegráficas, e estar na ordem direta, com o objetivo de aproximar o texto da linguagem coloquial e diminuir o exercício mental. White (2008) pondera que redatores de rádio e TV devem escrever da forma como a maioria das pessoas fala e observar a clareza das frases, a fluência das sentenças e as palavras que precisam ser enfatizadas. Outra questão a ser levantada é a fragmentação do discurso que potencializa a objetividade (ALSINA, 2009), no sentido de restringi-lo a outros pontos de vista. Holfeldt (2011) também observa que a produção de informação jornalística importa em três fases diferentes, sendo uma delas a recolha ou captação de informações (que dependerá de fontes variadas), agências noticiosas ou agendas de serviço, seleção de informações e finalmente a apresentação ou edição. Nesta matéria apenas uma fonte (sonora) teria sido consultada.

Outro texto, assinado pela jornalista Ítala Alves, veiculado em 10 de junho de 2013, apresenta esta mesma característica (ausência de pluralidade de fontes), centralizada na fala registrada no porta-voz do Sindicato dos Metroviários.

EM ESTADO DE GREVE DESDE O DIA 28 DE MAIO, OS METROVIÁRIOS PERNAMBUCANOS DECIDEM HOJE EM ASSEMBLÉIA SE PARALIZAM AS ATIVIDADES OU NÃO.// A REUNIÃO QUE VAI DECIDIR O RUMO DA CATEGORIA, ACONTECE ÀS 6H DA NOITE, NA ESTAÇÃO CENTRAL DO RECIFE.// DE ACORDO COM O SINDICATO DOS METROVIÁRIOS, AS NEGOCIAÇÕES COM A COMPANHIA BRASILEIRA DE TRENS URBANOS FICARAM TENSAS PORQUE NENHUMA DAS REIVINDICAÇÕES DOS TRABALHADORES FOI ATENDIDA.// A CLASSE COBRA REAJUSTE SALARIAL DE 6,49%, RELATIVO AO ACUMULO DA INFLAÇÃO NOS MESES DE MAIO/2012 A ABRIL/2013, ENQUANTO A EMPRESA APRESENTA 4,7%.// OUTROS ASPECTOS PENDENTES SÃO A IMPLANTAÇÃO DE UM PISO SALARIAL NO VALOR DE R\$ 1.980,23, ADICIONAIS DE RISCO DE VIDA, NOTURNO E DE INSALUBRIDADE.//

O DIRETOR DE COMUNICAÇÃO DO SINDICATO DOS METROVIÁRIOS, LEVI ARRUDA, EXPLICA QUAIS AS PRINCIPAIS DIFICULDADES ENFRENTADAS PELA CATEGORIA.//

SONORA

SE DEFLAGRADA HOJE, A GREVE VAI INFLUENCIAR DIRETAMENTE NA COPA DAS CONFEDERAÇÕES, UMA VEZ QUE O PRINCIPAL MEIO DE TRANSPORTE USADO PARA CHEGAR A ARENA PERNAMBUCO, É O METRÔ.//

RÁDIO JORNAL, RÁDIO NOTÍCIA
REPORTAGEM, ÍTALA ALVES.//

Na situação do texto abaixo, o termo “desclassificou” está inadequado, já que a palavra originada (des + classificar) significaria, neste contexto, não atribuir qualificação³. O termo “homicídio culposo” também não é esclarecido no primeiro parágrafo da matéria, o que pode deixar dúvidas para o ouvinte que não tem conhecimento desta linguagem. A palavra “pena” foi utilizada duas vezes em um curto espaço de tempo (repetição). “Como é” constitui um cacófato (encontro de sílabas de duas ou mais palavras que forma um termo de sentido inconveniente), também deveria ser evitado, o que pode ser corrigido com a mudança da estrutura da palavra ou substituição por sinônimo. Além disso, o adjetivo “bons” em referência aos “antecedentes” não se encaixa plenamente à situação descrita, já que “antecedentes” neste contexto tem relação com a possibilidade de crimes cometidos no passado por um indivíduo. Outra regra comum de redação e estilo do texto radiofônico - evitar gerúndio – não foi seguida na frase “lembrando que o ministro...”:

OS FAMILIARES DO JOVEM MORTO, LARRY RICARDO CORREIA GUIMARÃES, DE 19 ANOS, ESTÃO INCONFORMADOS COM A DECISÃO DO SUPREMO TRIBUNAL MILITAR QUE **DESCCLASSIFICOU** PARA HOMICÍDIO CULPOSO A PENA DO SOLDADO QUE MATOU O RAPAZ HÁ 2 ANOS.// EM ABRIL DE 2011, OS SOLDADOS DA AERONÁUTICA LARRY E LÁZARO VINÍCIUS BRINCAVAM DE EMPURRA EMPURRA DENTRO DO ALOJAMENTO DA BASE AÉREA DO RECIFE QUANDO O REVÓLVER DE LÁZARO CAIU NO CHÃO E DISPAROU CONTRA LARRY.//

NA ÉPOCA, LÁZARO, QUE TAMBÉM É CONHECIDO COMO FUBA, FOI EXPULSO DAS FORÇAS ARMADAS E CONDENADO A SEIS ANOS DE RECLUSÃO POR HOMICÍDIO DOLOSO, QUANDO HÁ A INTENÇÃO DE MATAR. A DEFESA DELE RECORREU DA SENTENÇA E O SUPERIOR TRIBUNAL MILITAR DECIDIU, NESTE SÁBADO, REFORMAR A SENTENÇA PARA HOMICÍDIO CULPOSO, QUANDO NÃO EXISTE A INTENÇÃO DE TIRAR A VIDA.//

³ Fonte: Moderno Dicionário Michaelis. Disponível em:

<http://michaelis.uol.com.br/moderno/portugues/index.php?lingua=portugues-portugues&palavra=desclassificar>

A REPORTAGEM ENTROU EM CONTATO COM A MÃE DA VÍTIMA, MAS BASTANTE ABALADA, NÃO QUIS SE PRONUNCIAR. JÁ O TIO DE LARRY, CLEONIR CORREIA, FALOU E DISSE ESTAR DECEPCIONADO COM A DECISÃO DA JUSTIÇA.//

SONORA 1

LOC: COM A DECISÃO DA ALTA CORTE MILITAR, LÁZARO TEVE A **PENA REDUZIDA PELA METADE E VAI CUMPRIR PENA DE 3 ANOS E 4 MESES. COMO É RÉU PRIMÁRIO E COM BONS ANTECEDENTES, O HOMEM VAI RESPONDER EM LIBERDADE.**// A SENTENÇA FOI JULGADA POR 13 MINISTROS DO SUPREMO. 10 FORAM FAVORÁVEIS A MUDANÇA DE PENA E 3 FORAM CONTRA. SEGUNDO A ASSESSORIA DE IMPRENSA DO SUPREMO, A DECISÃO FOI DEFINITIVA E SÓ EXISTE RECURSO AO SUPREMO TRIBUNAL FEDERAL, EM CASO DE TERMOS CONTITUCIONAIS, COMO POR EXEMPLO A DEFESA DA VITIMA ALEGAR QUE não TEVE ACESSO AOS LAUDOS.// **LEMBRANDO QUE O MINISTRO QUE REVISOU A PENA FOI CLEONILSON NICÁCIO SILVA, JÁ A MINISTRA REVISORA FOI MARIA ELIZABETE GUIMARÃES TEIXEIRA ROCHA.** RÁDIO JORNAL, RÁDIO NOTÍCIA.///

A respeito da amostragem de reportagens supracitadas e analisadas, uma reflexão se faz pontual: o jornalismo é um campo de aplicação da ética, mas é também uma disciplina de verificação instrumental. Esta atividade intelectual só fará sentido na intersecção entre o desempenho técnico e o compromisso ético e humanístico, cujo horizonte é a cidadania. Assim, as qualidades éticas do trabalho jornalístico são também técnicas. Apurar mal, escrever mal, trabalhar mal é, necessariamente, ser antiético (PEREIRA JÚNIOR, 2006, p. 13). A conclusão que se chega neste tópico é que o uso da objetividade ou a utilização de elementos subjetivos, a pluralidade do vocabulário ou a restrição de palavras ou o estilo rebuscado ou a simplicidade textual, além de outras dicotomias aqui descritas certamente vão continuar a permear discussões acerca da qualidade (ou da falta dela) na produção jornalística. No entanto, é preciso que se adote uma perspectiva na qual o “produtor” da informação não seja analisado como único. Neste ciclo de produção da notícia, atuam sujeitos, veículo, convenções da rotina profissional e interesses corporativos. Há também hierarquias, filtros, barganhas, hábitos incorporados, improvisos forçados pela pressão do fechamento, interstícios da organização, que tornam a informação resultado de uma manufatura, uma manipulação em cadeia nem sempre condicionada por apenas um agente produtivo. O preparo técnico, por si só, não é garantia de bom jornalismo. Fatores como falta de tempo, acúmulo de funções (reportagem, redação e edição, por exemplo), insatisfação profissional e exigência patronal, que poderiam ser apontadas como possíveis causas para a não apuração, os constrangimentos organizacionais e as rotinas (BREED, 1993; TRAQUINA, 2004; TUCHMAN, 1978) nas redações, parecem afetar de maneira ainda mais incisiva a classe que atua no rádio pernambucano e se mostram extremamente relevantes na compreensão das idiossincrasias que envolvem a atividade. No tópico a

seguir, o estudo aproximará uma compreensão do *newsmaking* no contexto do rádio a partir da perspectiva do produtor da notícia no veículo rádio.

4.5 As rotinas produtivas e o *newsmaking* da Rádio Jornal

Neste tópico o estudo se volta para a realidade do campo jornalístico da Rádio Jornal. A evolução tecnológica mudou o fazer jornalístico nos últimos 30 anos, como lembra Carlos Morais, que começou na emissora em 1987, como repórter da editoria de Polícia. “No começo, ainda sem internet e telefone celular, a notícia era buscada literalmente na rua. No dia a dia, num contato direto com as fontes (um tipo de olho no olho). Muitas vezes as entradas ao vivo eram feitas pelo telefone orelhão” (MORAIS, 2013). Com relação às pautas dos reportes, que são definidas, no horário da manhã, por volta das 6h30, os critérios de noticiabilidade, conforme afirmou o Gerente de Produção de Notícias, são escolhidos levando-se em consideração a “*ética, proximidade, amplitude, novidade*, seguindo a linha editorial da empresa e perfil da rádio, e mais diretamente de cada programa. Sempre afinado com a produção de cada programa”. Embora a linha editorial seja definida para todo o Sistema Jornal do Commercio (SJCC), Carlos Morais pondera que os programas têm perfis próprios definidos por cada apresentador.

Na escolha de profissionais da equipe de jornalismo, a seleção tanto de profissionais quanto de estagiários é feita a partir de uma avaliação considerada criteriosa pelo gerente, coordenada pelo departamento de Recursos Humanos do SJCC, com participação dos gestores de conteúdo de cada empresa do grupo (Rádio Jornal, Jornal do Commercio, Portal NE 10 e TV Jornal). Todos precisam ter formação em radialismo ou jornalismo. Não há um manual de redação próprio ou adotado a partir de alguma publicação oficial para nortear o texto radiofônico, como destaca Carlos Morais, a respeito dos profissionais que atuam na Rádio Jornal. Ele reconhece que, além das vantagens das tecnologias na construção da notícia, o uso da internet também provocou mudanças na forma de apurar e conceber o produto jornalístico dos repórteres:

O estilo deve seguir os critérios da notícia, mas cada repórter deve ter seu estilo próprio de como bem informar e contextualizar a matéria. O processo de adaptação é diário e amplo, não só da empresa, mas dos

próprios profissionais. A visão é multimídia, pois o rádio passou a ter imagem com o advento da internet. As matérias passaram a ter além do áudio (do rádio) imagem, com fotos e até vídeos postados no site. Uma maior interação com o ouvinte/internauta. Hoje, ele não apenas ouve, mas participa e interage cada vez mais, o que termina por humanizar a programação. O advento das novas tecnologias tem trazido mais agilidade, qualidade e melhor conteúdo para o veículo. Os antigos gravadores e até aqueles digitais foram substituídos por celulares e *iPhones* super modernos, com acesso a internet. Uma crítica: o mau uso da internet tem deixado alguns profissionais acomodados, sem aquela tensão de ir para a rua, sentir o cheiro e vivenciar a notícia na rua, numa realidade singular. E não apenas levantar, produzir e contextualizar a matéria internamente ou com pouco contato direto com as fontes e com o dia a dia da rua. (MORAIS, 2013).

O autor de uma das reportagens analisadas anteriormente, o estudante de jornalismo Pedro da Hora, era estagiário da emissora no período da pesquisa. Questionado sobre as técnicas de redação que leva em consideração, o universitário afirmou que segue um estilo “o mais direto possível. Usando, primeiro, o sujeito da oração. E falando primeiro os fatos mais importantes da notícia”. É necessário destacar, a partir do depoimento deste entrevistado, como o papel da universidade na formação dos estudantes e as formas de assimilação de conhecimento prático ainda estão distantes de um jornalismo de maior qualidade. Pedro da Hora iniciou a entrevista respondendo sobre como aprendeu técnicas de redação do texto radiofônico e em seguida respondeu questões sobre satisfação quanto à profissão. Ele revelou que não considera o trabalho precarizado apenas no veículo rádio e que as tarefas aumentaram diante do contexto tecnológico. As respostas foram descritas em texto corrido.

O aprendizado das técnicas aconteceu de modo indutivo (...) Alguns repórteres e locutores me deram umas dicas, mas por iniciativa deles mesmo. Tive umas "aulas" rápidas e me ensinaram a manusear o iPhone e o gravador. (...) Um texto de rádio deve ser direto, de modo que facilite a compreensão do ouvinte. (...) Deve ser curto, mas, ao mesmo tempo, precisa trazer toda a notícia, sem deixar margem de dúvidas para o ouvinte, já que ele não poderá ouvir novamente o flash ou matéria (pelo menos se for veiculada apenas na maneira tradicional). (JÚNIOR. 2013).

Em outro trecho da entrevista, o estagiário relata como constrói o flash (gravado ou ao vivo). Sua resposta dialoga com uma das problemáticas levantadas nesta pesquisa:

a apuração do fato por muitas vezes se encontra comprometida em um contexto em que a velocidade na divulgação da notícia tem prioridade diante do rigor jornalístico:

Algumas vezes tive que passar flash sem ter todas as informações da notícia. Dessa forma, a informação não vai completa para o ouvinte. Apesar que você tem a possibilidade de completar as informações com um segundo flash após apurar o restante da notícia.

O depoimento revela o quanto é freqüente o fator “falta de tempo” na rotina produtiva do profissional que atua no radiojornalismo e de que maneira este curto *dead line* afeta diretamente na qualidade da informação. Muitas vezes a falta de experiência (com raras exceções, os atuais repórteres e produtores da Rádio Jornal tem abaixo dos 30 anos) está relacionada à superficialidade que, frequentemente, se faz presente na notícia do rádio, sem que o texto radiofônico contemple questões mais agudas ou mesmo, quando as afirmações das fontes não são checadas em tempo de verificação da pertinência das respostas dadas (STEPICZYNSKI apud MARANHÃO FILHO, 2009, p.63-64). Embora o jornalismo seja uma profissão que exige cada vez mais competências e conhecimento em cada vez mais domínios, a realidade é que os profissionais que estão ingressando no veículo rádio ainda enfrentam, de maneira mais intensa, um contexto mais complexo no *newsmaking*. Para a audiência, as perdas do sistema informativo cedem terreno para a distração, o espetáculo, a transformação da notícia em mais um entretenimento pueril e sem conseqüências. Trabalhando mais, ganhando o mesmo salário para exercer funções acumuladas e sofrendo as pressões de tempo, os jornalistas estão construindo uma notícia que não corresponde, atualmente, à excelência almejada pela profissão. Embora autores citados nos capítulos anteriores classifiquem o rádio como um veículo cuja tendência prioritária seja a análise das grandes questões da sociedade, a prática que se constata no radiojornalismo ainda não explora esse paradigma, preservando a lógica tradicional da velocidade, da popularização e o expurgo da reflexão.

4.6 Fontes e a apuração da notícia no rádio

Recorrendo à discussão tomada nos capítulos anteriores, fonte, no jargão jornalístico, é todo aquele sujeito que possa, de alguma maneira, transmitir informações sobre um dado acontecimento no jornalismo (ERBOLATO apud LOPEZ, 2010). Sabe-

se que esta informação pode ser transmitida pessoalmente ou a partir de ferramentas que façam esta mediação da relação fonte-comunicador. O presente estudo já citou anteriormente como as novas tecnologias influenciam na apuração e na coleta rápida de informações e como a figura do “jornalista sentado” tem sido freqüente. O uso das fontes institucionais é consagrado, quase inquestionável e recorrente na construção da notícia, conforme a análise empírica das reportagens. No dia a dia dos assuntos voltados para a editoria de Cidades, observam-se, em média, duas fontes dicotômicas: a voz do cidadão comum e a “resposta” do poder público, que pode ser transmitida através de entrevista com o porta-voz ou nota divulgada (enviada através de email pela assessoria de comunicação).

Esta dinâmica, comum na construção do jornalismo de rádio contemporâneo, pode ser interpretada, neste contexto, sob a explicação da dupla conveniência. Cada vez menos, são utilizados mais de dois pontos de vista em uma mesma questão, em um mesmo conteúdo, o que prejudica o enriquecimento do relato do acontecimento. As redes sociais também se tornam fontes, especialmente nas notícias de prestação de serviço de trânsito. Em uma ação de autorreferência, os veículos de comunicação parceiros do Sistema Jornal do Commercio também se tornam fontes na elaboração de conteúdo – quando não se materializam na própria pauta. Os jornais impressos também acabam pautando o jornalismo do rádio, em discordância com autores que defendem que o radiojornalismo tem que estar sempre à frente dos jornais. “O rádio repercute hoje as notícias que o jornal vai publicar amanhã. As fontes de notícias têm que ser dinâmicas e de credibilidade” (BARBEIRO, 1989, p. 10). A audiência do rádio constantemente é utilizada como fonte com um poder de confiabilidade muito grande. Por ser um veículo que ocupa um lugar de maior proximidade com o público, assuntos *agendados* pela audiência se tornam prioridade na reportagem da emissora, especialmente em situações voltadas para denúncias de prestação de serviço de má-qualidade em órgãos públicos nas áreas de saúde, educação, além de mobilizações de rua nas comunidades, grandes corredores viários, o que mostra como o público tem se tornado atualmente, uma voz ativa na co-produção do noticiário da Rádio Jornal. Com base na leitura dos jornais diários locais, troca de informações entre pauteiros dos veículos parceiros e demandas vindas por email ou telefone, o chefe de reportagem(?) define o que será objeto do esforço jornalístico. Em uma analogia, o processo não ocorre (ou não difere muito da antiga...) em distanciamento com a antiga prática do *gilette press* que marcou a história do radiojornalismo brasileiro.

4.7 O espaço da política e da cidadania

A amostra das notas, entrevistas e reportagens analisadas no programa *Super Manhã* da *Rádio Jornal* foram intencionalmente escolhidas no intervalo entre os dias 10 e 14 de junho de 2013, período em que o país foi impactado por manifestações de rua, em mobilizações de massa que mudaram a face e o cotidiano das cidades no período. Inicialmente tomando como bandeira a luta por um transporte público de qualidade, as manifestações rapidamente diversificaram os temas e demandas da democracia. As chamadas Jornadas de Junho de 2013 foram articuladas principalmente através de ferramentas como o Twitter e o Facebook, repetindo o fenômeno dos “ocupas” iniciado em 2011, no Norte da África, derrubando ditaduras na Tunísia, no Egito, na Líbia e no Iêmen, estendeu-se à Europa, com ocupações e greves na Espanha e Grécia e revolta nos subúrbios de Londres; eclodiu no Chile e ocupou Wall Street, nos EUA (CARNEIRO, 2012). Embora o movimento que irrompeu as ruas brasileiras em junho de 2013 tenha tido as novas tecnologias (sistema de comunicação independente do controle da velha mídia) como fator preponderante de mobilização, não se deve ignorar o papel central dos meios de comunicação tradicionais (televisão, rádio, jornais e revistas) neste fenômeno. Venício A. de Lima (2013) argumenta que, apesar de os jovens “conectados” que detonaram as manifestações ainda dependem da velha mídia para alcançar visibilidade pública para serem incluídos no espaço formador da opinião pública e alcançarem visibilidade. Conforme discutido nesta pesquisa, a mídia se coloca como um lugar de referência e de construção da realidade de sua audiência, e, embora no contexto contemporâneo a multiplicidade de pontos de vista possa gerar uma crise de sentido (Berger e Luckman, 2009), os veículos de comunicação e sua audiência estabelecem uma espécie de *contrato fiduciário* (Alsina, 2009) que confere credibilidade ao que se está divulgando na imprensa. Venício A. de Lima observa que a velha mídia ainda controla o monopólio de “tornar as coisas públicas”, e que, além de visibilidade, ela é indispensável para “realimentar” o processo e permitir sua própria continuidade.

Diante deste panorama, o estudo tentou analisar como a *Rádio Jornal*, enquanto veículo que melhor representa o rádio pernambucano, seja pela sua importância histórica e cultural e tradição com relação à produção jornalística, abordou questões ligadas à cidadania e política, resgatando o papel social do rádio no contexto brasileiro.

Com relação às entrevistas de estúdio realizadas pelo comunicador Geraldo Freire diariamente entre os dias 10 e 14 de junho de 2013, constatou-se que sete nomes ligados à política foram convocados a participarem da programação, tais como ocupantes de cargos públicos: Em 10 de junho o Super Manhã entrevistou o secretário de Mobilidade e Controle Urbano do Recife, João Braga, que conversou sobre os projetos de requalificação dos mercados públicos e feiras, a exemplo do Mercado de Afogados, Casa Amarela, Água Fria e Beberibe, em pontos distintos da capital pernambucana. No mesmo dia também foi entrevistado o presidente da Federação de Agricultura Estado de Pernambuco, Pio Guerra, que falou na ocasião sobre a importância do investimento do governo na agricultura. O terceiro e último entrevistado que consta no relatório da Rádio Jornal em 10 de junho de 2013 é o presidente da Câmara dos Dirigentes Lojistas do Recife (CDL), Eduardo Catão, que falou sobre a discriminação do imposto na nota fiscal.

No dia seguinte (11/06), Geraldo Freire entrevistou o prefeito do Recife, Geraldo Julio, sobre a necessidade da desocupação dos moradores no prédio do Conjunto Residencial Eldorado, no Arruda (zona Norte do Recife). Na ocasião, o edifício ameaçava desabar. Foi comentado sobre a solicitação imediata de auxílio-moradia para os moradores dos prédios, que segundo o prefeito, só seria liberado após medida judicial. O prefeito anunciou também a nomeação de profissionais na área de saúde, além de investimentos para suprir carência da população. Em 12/06, o entrevistado foi Evandro Chacon, prefeito de Pesqueira (Agreste pernambucano), que comentou sobre a importância da Adutora do Agreste para as cidades do interior do estado. Em 13 de junho de 2013 a entrevista de destaque foi com o presidente da Compesa Roberto Tavares, comentou sobre a importância das chuvas na Região Metropolitana do Recife. O presidente afirmou que a barragem de Pirapama se beneficiou com as chuvas, chegando ao nível de 56% da capacidade. Finalmente em 14 de junho, a entrevista do dia foi realizada com a meteorologista Francis Lacerda, que fez uma análise sobre as chuvas nos próximos dias.

O que se constata, a partir da análise dos nomes escolhidos para as entrevistas, é que, embora as fontes sejam voltadas para o tema política, as entrevistas se dedicaram à divulgação específica de atitudes das personalidades vinculadas à política. Esta breve análise leva a aproximar a idéia de que o rádio não está se voltando para questões sociais ou ao tema cidadania nas entrevistas de destaque do programa Super Manhã.

Embora o recorte analisado tenha sido muito curto para concluir esta observação, esta análise se mostra pertinente para aprofundar o debate em torno do rádio democrático defendido por Brecht (1932).

Dentro da programação da Rádio Jornal, o Super Manhã surgiu no final dos anos 70, com a proposta de oferecer um programa de mais informação e assim competir com as emissoras FMs, que estavam surgindo na Capital pernambucana. Conta Geraldo Freire, que o programa, concebido por ele, também foi veiculado em outras emissoras locais: “fui fazer estágio na Rádio Globo, do Rio de Janeiro, e aí montamos a programação toda. (...) O Primeira Página é mais recente, tem 20 anos, colocamos porque sentimos que era preciso um programa de notícia mais organizada”, lembra Geraldo. O comunicador explica que o Primeira Página e os debates (cujos temas são escolhidos a partir tanto de conversa de amigos, sugestão de ouvintes e assuntos divulgados em revistas semanais), são a parte do programa mais voltado para notícias. Para Geraldo Freire, sua audiência não se interessa pelo tema política porque “é chato”. O locutor justifica: “Não tem nenhum tema que nós já não tenhamos discutido, mas política, temas mais sérios, eu temo pela audiência. Eu tenho convicção, até baseado em pesquisa, que música dá muita audiência, debate com cantor...”. Neste sentido, pode-se entender que a emissora se volta principalmente para temas mais leves e mais ligados a hipótese do infotenimento, em que sua audiência procura não só se informar mas também se divertir.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

A Rádio Jornal do Commercio faz parte da história do próprio rádio pernambucano, sendo a emissora de maior alcance de público do seu gênero (AM) e um dos ícones da memória cultural do estado. O comunicador Geraldo Freire, com 60 anos de atuação no meio radiofônico, também integra este “patrimônio”, representando parte desta memória.

Esta pesquisa buscou compreender as rotinas produtivas do radiojornalismo local para identificar como a notícia é construída no veículo, e qual a sua centralidade na formação de uma massa crítica na sociedade atual. Para isso, analisou os critérios de noticiabilidade, as linguagens utilizadas na narrativa das reportagens, notas e entrevistas realizadas pelos produtores, comunicadores e repórteres da Rádio Jornal do Commercio de Pernambuco, empresa integrante do Sistema Jornal do Commercio de Comunicação (SJCC). No sentido de traçar um prévio panorama sobre o radiojornalismo brasileiro, observou-se como o jornalismo praticado no veículo em âmbito local ainda dedica pouco espaço à cobertura de temas mais sérios, como política e cidadania, desfavorecendo o potencial transformador que o veículo pode proporcionar para a sociedade através da informação. É papel social do rádio de conteúdo jornalístico despertar a audiência para as demandas da democracia, diante da ainda contraditória realidade de convivência entre riquezas e a marcante desigualdade social, que atravessa décadas, gerações e governos. Este estudo defende que, a partir do jornalismo, é possível transformar a realidade, e, através do conhecimento transmitido nos meios de comunicação, mobilizar para melhorias nas condições de vida da sociedade. No entanto, a linguagem no rádio praticado neste estudo de caso (programa Super Manhã) tende a priorizar, em seus critérios de noticiabilidade, conteúdos classificados como de entretenimento subutilizando o poder social desta que ainda é uma das mídias mais consumidas pela sociedade brasileira.

O objetivo central desta pesquisa é “identificar, a partir das teorias do jornalismo, o que é notícia no rádio”. Este objetivo principal se baseou na consideração de objetivos secundários, que buscaram comprovar ou não os seguintes pontos norteadores:

- A) O radiojornalismo local não potencializa seu caráter social.
- B) As pautas das entrevistas, reportagens e notas dedicam pouco espaço a conteúdos como política e cidadania no material publicado pela Rádio Jornal do Commercio.

- C) As reportagens construídas tendem a ser apenas informativas, com a colaboração de um número restrito de fontes, contribuindo pouco para a formação crítica da audiência frente a certos temas.
- D) As linguagens e narrativas utilizadas no rádio não seguem uma normativa adequada frente às novas demandas do jornalismo contemporâneo.
- F) Pressões e constrangimentos dentro da cultura organizacional influenciam diretamente na construção da notícia no rádio.

No decorrer da pesquisa, os pontos norteadores acima foram confrontados com os dados encontrados e com análises desenvolvidas, de forma a manifestarem estas considerações. A alta incidência de temáticas ligadas ao entretenimento na composição do noticiário do programa Super Manhã aponta para uma precarização do papel social do rádio. Embora a mescla entre assuntos mais leves e divertidos e assuntos mais sérios, cuja linguagem neste trabalho seja identificada como *infotainment* (DEJAVITE, 2006) seja formato indissociável da atual Sociedade do Conhecimento, a reflexão proposta neste estudo é de que a audiência local deveria dispor de conteúdo jornalístico nos moldes da ideologia própria da profissão, já que, de maneira genérica, ao jornalismo cabe o papel de informar seu público, sendo esta atividade reconhecidamente estratégica no funcionamento da sociedade moderna, tida por muitos teóricos como midiaticizada (ROCHA, 2011). Quanto maior o número de cidadãos com acesso à informação, mais se fortalece a democracia (CHARAUDEAU, 2012). O autor lembra da finalidade ambígua da mídia, que tem como vocação atender a uma demanda da democracia, tornando público aquilo que seria ignorado, oculto ou secreto. Um serviço em benefício da cidadania. A atividade jornalística é “filha legítima da Revolução Francesa”, se expandindo através da luta pelos direitos humanos (FILHO, 2009).

A criminalidade também se configura, no programa Super Manhã, como um forte critério de noticiabilidade, alcançando a segunda maior porcentagem nos dados quantitativos analisados, o que leva à consideração de que este é um gênero radiofônico muito marcante na estrutura do rádio. Na verdade, a violência e as questões relacionadas com o crime e a sua ameaça à sociedade como valores-notícia são terrenos onde os *media* têm mais probabilidades de serem bem sucedidos na mobilização da opinião pública, pois esses assuntos são apresentados de forma simples, incontroversa e clara (HALL, CHRITCHER, JEFFERSON, CLARKE, ROBERTS, In TRAQUINA, 1999). Embora este valor-notícia seja consolidado no jornalismo, o que se questiona é se a

ampla abordagem desta temática não estaria contribuindo para a naturalização da violência, haja vista que o rádio é um meio que desempenha um papel central e estratégico na articulação e mediação na construção social da realidade.

Com relação às reportagens produzidas pelos jornalistas e estagiários, notam-se também aspectos abordados na discussão que envolve a Teoria Estruturalista: as pressões próprias da rotina dentro da redação, o curto *dead line* e as exigências profissionais de imparcialidade e objetividade influenciam de maneira negativa no produto final do material jornalístico. Convivendo com estes constantes “constrangimentos” próprios do dia a dia na produção da Rádio Jornal do Commercio, o que se observa é que as notícias são construídas a partir de fontes que muitas vezes possuem credibilidade comprometida; posicionamentos de porta-vozes institucionais, nem sempre são confrontados com outros dados, de modo que a informação final veiculada acaba reproduzindo um discurso que mantém uma determinada estrutura de poder existente na ordem institucional da sociedade.

É necessário destacar que a amostra da produção analisada pela pesquisa leva em consideração o conteúdo jornalístico do programa de maior audiência da Rádio Jornal (Super Manhã). Outros programas de conteúdo informativo (dentro e fora desta emissora) apresentam características distintas, razão pela qual não se pode afirmar categoricamente que todo o conteúdo referente à produção jornalística do rádio local se apresente com as características destacadas no estudo. A decisão por este tipo de amostra se deu em função da possibilidade de abreviar o tempo na coleta de dados. Apesar deste benefício, este tipo de amostra impossibilita a generalização dos resultados obtidos. O estudo, portanto é restrito ao ambiente da emissora Rádio Jornal do Commercio. Apesar dessa limitação, as informações obtidas representam indicadores úteis na avaliação da referida associação, atuando como uma base de dados para pesquisas subsequentes mais aprofundadas sobre o tema.

Para potencializar o papel social do radiojornalismo, a produção deveria disponibilizar uma maior pluralidade de fontes, principalmente, especialistas vindos da academia, além de normatizar um conjunto de regras de redação e estilo que norteiem o trabalho dos jornalistas, estagiários e colaboradores, tornando o trabalho de investigação jornalística mais organizado e passível de incorrer num número menor de erros. A linguagem das reportagens poderia assumir narrativa mais descritiva e ocupar maior espaço na programação, utilizando maior pluralidade de fontes, com o objetivo de munir

o ouvinte de um maior número de referências sobre um mesmo acontecimento. É de fundamental importância novos estudos enfocando outras emissoras de conteúdo radiojornalístico, para investigar as linguagens utilizadas e formas de aproximação com o ouvinte no contexto da sociedade atual. Após entrevistas com o coordenador de Jornalismo Carlos Moraes, com os produtores, repórteres e estagiários, o comunicador Geraldo Freire e o Gerente de Tecnologia do Sistema Jornal do Commercio Lúcio Poncioni, foi possível conhecer alguns fatores limitantes originados da estrutura e rotina produtiva da Rádio Jornal, entre eles a redação reduzida, que muitas vezes não é suficiente para dar conta de todas as necessidades da emissora – embora a implantação de equipe para atualização dos sites tenha sido um salto e tanto, com relação a outras emissoras do segmento no estado.

A pressão do tempo e a equipe reduzida impactam principalmente na construção da notícia sob a ótica da reportagem, já que este gênero é o único identificado em que se é necessário lançar mão de mais fontes e de uma narrativa mais detalhada e que exige maior rigor jornalístico. Outra característica cuja discussão foi levantada nesta pesquisa se relaciona com a ideologia do flash proposta por Marcondes Filho (2009), quando o autor destaca que na construção da notícia supõe-se que “não é preciso se preocupar com a concatenação de argumentos”. Esta é, pois, a lógica da própria digitalização do conhecimento, em que o saber acaba reduzido a “blocos sintéticos de informação”. Por falta de conhecimento ou mesmo pelo menosprezo das capacidades do ouvinte, assiste-se à imposição da *ideologia do flash*, baseada na “desmontagem dos saberes organizados como uma estrutura do pensamento”. Ao final, aposta-se em uma informação de menor qualidade.

O comprometimento da investigação aprofundada sobre o fato também atua como fator limitante, como observado na pesquisa. Como bem observa Alsina (2009), a fragmentação do discurso potencializa a objetividade, no sentido em que restringe a variedade e pluralidade de posições. O efeito de verdade desta “não verdade” gerada pela mídia é bem forte, já que se encontra encoberta a maioria dos mecanismos de produção. A falta de objetividade jornalística também pode ser a causa, nem tanto do modelo em geral do sistema da informação, mas da produção específica e da atividade, em concreto, dos jornalistas, conforme argumento de Kline (1982 *apud* ALSINA 2009).

Com relação ao discurso jornalístico e as práticas da reportagem, observa-se um esvaziamento deste gênero na programação da emissora. A figura do repórter, cuja

função, no passado, estava relacionada à uma visão quase mítica do jornalismo, hoje é concebida por um modelo de profissional que concebe a notícia, de modo geral, sem uma normativa adequada, como um manual de redação, por exemplo – embora, ao final da pesquisa, a chefia de jornalismo tenha sugerido a possibilidade de concepção de uma obra voltada para nortear as atividades no âmbito da rádio. Haja vista que este trabalho entende que não é possível colocar o problema da informação em termos de fidelidade total aos fatos ou a uma fonte, posto que nenhuma informação pode pretender, por definição, à transparência, à neutralidade ou à factualidade, o panorama analisado na Rádio Jornal leva a entender que a construção da notícia, para que esta cumpra com o rigor jornalístico necessário, deve contar principalmente com a experiência dos jornalistas, posto que o sentido das coisas é construído, produzido, sendo resultado de uma prática que faz com que “as coisas signifiquem” (HALL, 1997). Partindo da concepção de que não existe um “sentido verdadeiro”, mas um constante jogo de deslizamentos e produção de novos sentidos, o que se exige do jornalista com atuação no rádio é um constante processo ativo de interpretação, no sentido de tornar familiar à audiência algo não-familiar, “ancorando as ideias estranhas, reduzindo-as a categorias e imagens comuns”; “transformando-as de algo abstrato em alguma coisa quase concreta” (MOSCOVICI, 2003, p. 54).

A orientação “do que é notícia” no âmbito do rádio também é absolvida de maneira instintiva pelo jornalista que ingressa na redação. Assim como sugere a Teoria Organizacional de Breed (1999), quando o profissional, inexperiente, começa o seu trabalho, não lhe é dita qual é a política editorial, como também não há programa de formação dentro da cultura da empresa.

Entendendo o rádio cujo suporte primordial é a “voz”, que estabelece uma relação de intimidade e de convivência intelectual com o ouvinte, entende-se, em concordância com Charaudeau (2012), que o rádio é a mídia da entrevista, posto que a voz está relacionada ao afeto, sentimentos favoráveis ou desfavoráveis, tremor das emoções, frieza ou paixão, as vibrações do espírito, sinceridade ou mentira. Sendo este gênero um dos que mais contribui para a deliberação democrática, pelo fato de ser palavra pura e palavra questionada. Neste sentido, o presente estudo conclui que o programa Super Manhã acaba se distanciando deste propósito, já que a maior parte de sua programação jornalística (principalmente a Primeira Página) é composta por notas.

A partir dos apontamentos realizados acima, considera-se que este trabalho traz discussões relevantes para se avançar no estudo da comunicação, da sociedade atual e

do radiojornalismo. Nesse sentido, ressalta-se a pertinência do estudo para a área, pois representa um empenho inicial de definição o sentido do que é notícia no âmbito do rádio. Assim esta pesquisa colabora com a ampliação da literatura em torno do fazer jornalístico específico para esta mídia, sendo esta dissertação concebida também com o intuito de permitir à Academia e aos jornalistas que reflitam sobre a produção do radiojornalismo.

REFERÊNCIAS:

ADORNO, T.; HORKHEIMER, M. **Dialética do esclarecimento**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editor, 1985.

ALSINA, Miquel Rodrigo. **A Construção da Notícia**. Petrópolis. RJ, Vozes, 2009.

ARAÚJO, Marcos. Entrevista concedida à autora em 3 de junho de 2012. Recife, 2012.

ALTHUSSER, Louis. Ideologia e aparelhos ideológicos do Estado. Lisboa: Presença, 1974.

ASSUMPÇÃO, Simone Silva Pires de. Gêneros jornalísticos em sala de aula. Artigo publicado no Simpósio Internacional de Estudos de Gêneros Textuais, 2009, Caxias do Sul – RS. Disponível em: http://www.ucs.br/ucs/tplPadrao/tplSiget/extensao/agenda/eventos/vsiget/portugues/anais/textos_autor/imprimir/arquivos/os_generos_jornalisticos_na_sala_de_aula.pdf. Acesso em: 21.06.12.

BARBEIRO, Heródoto. **Manual de Radiojornalismo: produção, ética e Internet**. Rio de Janeiro: Elsevier, 2003.

BARBOSA FILHO, André. Gêneros **radiofônicos: os formatos e os programas em áudio**. São Paulo: Paulinas, 2003.

BERGER, Peter; LUCKMANN, Thomas. **A construção social da realidade: tratado de sociologia do conhecimento**. Petrópolis: Vozes, 2009.

BERGER, Peter; LUCKMANN, Thomas. **Modernidade, pluralismo e crise de sentido: a orientação do homem moderno**. Petrópolis: Vozes, 2004.

BIANCO, Nélia Del (org). **O rádio na era da Convergência**. São Paulo: Intercom, 2012.

BRANDÃO, Camila. Entrevista concedida à autora em 13 de setembro de 2013. Recife, 2013.

BREED, Warren. **Controle social na redação. Uma análise funcional**. In: TRAQUINA, Nelson. **Jornalismo: questões, teorias e “estórias”**. Lisboa: Vega Editora, 1999.

CANAVILHAS, João. Propuesta de Modelo Periodístico para la www. Labcom, Universidade da Beira Interior, 2007.

CÉSAR, Cyro. **Como falar no rádio: prática de locução AM e FM**. São Paulo: Ed. Sumus, 2009.

_____. **Rádio: a mídia da emoção**. São Paulo: Ed. Summus, 2005.

CASTILHO, Carlos. O desafio da complexidade no exercício do jornalismo. Artigo publicado no portal Observatório da Imprensa. Disponível em: http://www.observatoriodaimprensa.com.br/posts/view/o_desafio_da_complexidade_no_exercicio_do_jornalismo. Acesso em: 10.06.13.

CARNEIRO, Henrique Soares. **Rebeliões e ocupações de 2011**. In: HARVEY, David...et Al. **Occupy: movimentos de protesto que tomaram as ruas**. São Paulo: Boitempo: Carta Maior, 2012.

CÓDIGO DE ÉTICA DA RADIODIFUSÃO BRASILEIRA. 1993 Disponível em: https://www.google.com.br/search?q=c%C3%B3digo+de+%C3%A9tica+da+radiodifusao+brasileira&oq=c%C3%B3digo+de+%C3%A9tica+da+radiodifusao+brasileira&aqs=chrome..69i57j0l5.9856j0j8&sourceid=chrome&espv=210&es_sm=117&ie=UTF-8. Acesso em: 13.06.13

COSTELLA, Antônio F. **O Controle da Informação no Brasil: Evolução Histórica da Legislação Brasileira de Imprensa**. São Paulo: Vozes, 1970.

DEL BIANCO, R. Nélia. **Rádio e o cenário da convergência tecnológica**. In: Del Bianco (org). **O Rádio na Era da Convergência**. Coleção GP's E-books vol. 5. Grupo de Pesquisa Rádio e Mídia Sonora Intercom. São Paulo: 2012. Arquivo em pdf.

DEJAVITE, Fábila A. **INFOtenimento: informação + entretenimento no jornalismo**. São Paulo: Paulinas/Sepac, 2006.

FANUCCHI, Mário. **O Rádio de Brecht, setenta anos depois**. Revista USP, São Paulo (34):125-133, junho/agosto1997. Disponível em: <http://www.usp.br/revistausp/34/11-fanucchi.pdf>.

FERRARETTO, Luiz Artur. **O rádio e as formas do seu uso no início do século do XXI: uma abordagem histórica**. In: Magnoni, Antônio Francisco & Carvalho, Juliano

Maurício. Orgs. **O Novo Rádio: cenários da radiodifusão na era digital**. Senac: São Paulo, 2010.

GIBBS, G. **Análise de dados qualitativos**. Porto Alegre: Bookman, 2009.

GOMES, Isaltina Maria de Azevedo Mello. **Considerações sobre o radiojornalismo em Pernambuco**. In: ORTRIWANO, Gisela Swetlana (Org.). **Radiojornalismo no Brasil: dez estudos regionais**. São Paulo: COM-ARTE, 1987.

GRANDIM, Anabela. **Manual de Jornalismo**. Série Estudos em Comunicação. Universidade Beira Interior, Portugal. 2000. Disponível em: http://www.livroslabcom.ubi.pt/pdfs/20110826-gradim_anabela_manual_jornalismo.pdf

GUIRADO, Maria Cecília. **Reportagem: a arte da investigação**. São Paulo: Arte & Ciência, 2004.

HALL, Stuart. **El trabajo de la representación**. In: HALL, Stuart. **Representation: Cultural Representations and Signifying Practices**. Londres: Sage Publications, 1997. Cap 1, p. 13-74. Trad. Elías Sevilla Casas.

HABERMAS, Jürgen. **A ética da discussão e a questão da verdade**. São Paulo: Martins Fontes, 2004a.

_____. **Mudança estrutural da esfera pública**. Rio de Janeiro: Tempo Brasileiro, 1984.

HORA JÚNIOR, Pedro Fernando de Menezes da. Entrevista concedida à autora em 14 de janeiro de 2014. Recife, 2014.

JUNG, Milton. **Jornalismo de rádio**. São Paulo: Ed.Contexto, 2005.

JENKINS, Henry. **Cultura da Convergência**. São Paulo: Aleph, 2009.

JOVCHELOVITCH, Sandra. **Representações sociais e esfera pública: a construção simbólica dos espaços públicos no Brasil**. Petrópolis, RJ: Vozes, 2000.

KROTH, Maicon Elias. **Contratos de leitura: narrativas do cotidiano como estratégia de captura da recepção no rádio**. In: FERRARETTO, Luiz Artur; KLÖCKNER, Luciano (Orgs). **E o rádio? Novos horizontes midiáticos**. EDIPUC – RS, Porto Alegre, 2010.

LAGE, Nilson. A reportagem: teoria e técnica de entrevista e pesquisa jornalística. Rio de Janeiro: Ed. Record, 2001.

LAURINDO, Roseméri. Posição de ator e gênero na interface entre o jornalismo e publicidade. In: Melo, José Marques de; Laurindo, Roseméri, Assis, Francisco (Orgs). Gêneros Jornalísticos: teoria e prática. Blumenau: Edifurb, 2012.

LIMA, Venício A. de Lima. Mídia: teoria e política. 2 ed, São Paulo: Perseu Abramo, 2004.

LIMA, Zita de Andrade. **Princípios e técnica de radiojornalismo**. Brasília: Icinform, 1970.

LÉVY, Pierre. Pela ciberdemocracia. In: MORAES, Denis de. (org.). Por uma outra comunicação – mídia, mundialização cultural e poder. Rio de Janeiro: Record, 2003.

LOPEZ, Debora Cristina. Radiojornalismo Hipermediático: tendências e perspectivas do jornalismo de rádio all news brasileiro em um contexto de convergência tecnológica. LabCom Books, 2010. http://www.livroslabcom.ubi.pt/pdfs/20110415-debora_lopez_radiojornalismo.pdf. Acesso em 13 de abril 2012.

MARSHALL, Leandro. **O Jornalismo na era da publicidade**. São Paulo: Summus, 2003.

MELO, José Marques de. **Teorias do Jornalismo: identidades brasileiras**. São Paulo: Paulus, 2006.

MCLUHAN, Marshall. **Os meios de comunicação como extensões do homem**. Trad. Décio Pignatari. São Paulo: Cultrix, 1995.

MAIGRET, Éric. **Sociologia da Comunicação e das Mídias**. São Paulo: editora Senac, 2010.

MARANHÃO FILHO, Luiz. **Falando de Rádio**. Olinda: Editorial Jangada, 2010.

MARCONDES FILHO, Ciro. **O desafio das tecnologias e o fim das ilusões**. 2009, São Paulo: Paulus.

MENEZES, José Eugenio de O. Rádio e cidade: vínculos sonoros. 2007, São Paulo: Annablume. Disponível em: www.usp.br/alterjor/ojs/index.php/alterjor/article/download/aj3-d10/53. Acesso em: 21.06.12.

MORAIS, Carlos Aberto Silveira de. Entrevista concedida à autora em 14 de janeiro de 2014. Recife, 2014.

MOSCOVICI, Serge. O fenômeno das representações sociais. In: MOSCOVICI, Serge. Representações Sociais: investigações em psicologia social. Petrópolis: Vozes, 2003.

ORTRIWANO, Gisela Swetlana. Radiojornalismo no Brasil: fragmentos de história. REVISTA USP, São Paulo, n.56, p. 66-85, dezembro/fevereiro 2002-2003. Disponível em: <http://www.usp.br/revistausp/56/10-gisela.pdf>. Acesso em: 12.06.13.

PARADA, Marcelo. **Rádio: 24 horas de jornalismo**. São Paulo: Panda Books, 2000.

PEREIRA JÚNIOR, Alfredo Eurico Vizeu; Rocha, Heitor Costa Lima da; MESQUITA, Giovana Borges. **Nem jornalista, nem somente audiência: o cidadão como coprodutor da notícia**. Revista ECO-PÓS do programa de pós-graduação da escola de comunicação da ufrj issn 21758689 dossiê: cidades midiáticas volume 14 número 01. Disponível em: <http://jornalismocontemporaneo.files.wordpress.com/2012/11/ecoposufrj.pdf>. Acesso em: 21.06.12.

PEREIRA JÚNIOR, Luiz Costa. A apuração da notícia: métodos de investigação na imprensa. Petrópolis: Vozes, 2006.

PESQUISA NACIONAL POR AMOSTRA DE DOMICÍLIOS (PNAD). Estudo realizado anualmente pelo IBGE, relativas à TIC (Telefones Fixos e Celulares, Microcomputadores, Internet, Rádio e Televisão). Disponível em: <http://www.teleco.com.br/pnad.asp>. Acesso em 22 de junho de 2013.

PONCIONI, Lúcio. Entrevista concedida à autora por email. Em 16 de janeiro de 2014.

PONTE, Raquel. NIEMEYER, Lucy. As vinhetas como expressão do broadcasting design: sua origem e seus tipos. Publicado no 5o Congresso Internacional de Design da Informação 2011 – Florianópolis. Disponível em:

https://www.academia.edu/2523703/As_vinhetas_como_expressao_do_broadcasting_de_sign_sua_origem_e_seus_tipos. Acesso em 13.01.2014.

PRATA, Nair. *Webradio: novos gêneros, novas formas de interação*. 2ª Ed. Florianópolis: Insular, 2009.

RAMTHUM, Rodrigo. Um ensaio sobre o mês de junho de 2013. Observatório da Imprensa, publicado em 16/07/2013 na edição 755. Disponível em: http://www.observatoriodaimprensa.com.br/news/view/_ed755_um_ensaio_sobre_o_mes_de_junho_de_2013. Acesso em: 16.06.2013.

REIS, Clóvis. **Identificação e Classificação dos gêneros jornalísticos no rádio a partir das características da linguagem radiofônica**. In: Melo, José Marques de; Laurindo, Roseméri, Assis, Francisco (Orgs). **Gêneros Jornalísticos: teoria e prática**. Blumenau: Edifurb, 2012.

ROCHA, Heitor Costa Lima da; MARROQUIM, Rafael Salviano Marques. O Papel do Jornalismo no Processo Democrático: A ética do discurso como essência da democracia deliberativa. Estudos em Comunicação nº9, 143-160, Maio de 2011.

SANTAELLA, Lúcia. **Comunicação & Pesquisa: projetos para mestrado e doutorado**. São Paulo: Hacker Editores, 2001.

SLAVIERRO, Daniel Pimentel. Os 90 anos do rádio brasileiro. Publicado na seção Opinião, do Jornal Folha de São Paulo, em 25 de setembro de 2012. Disponível em <http://www.abert.org.br/site/index.php?/biblioteca/artigos-abert/os-90-anos-do-radio-brasileiro.html>. Acesso em: 12 de dez de 2012.

TAVARES, Douglas da Silva. **Rádio: oralidade mediatizada e letramento (uma perspectiva sócio-histórica)**. Dissertação (mestrado) – Universidade Federal de Pernambuco. CAC. Letras, 2009.

TRAQUINA, Nelson. **Teorias do Jornalismo, por que as notícias são como são - Volume 1**. Florianópolis: Insular, 2. ed., 2005.

TUCHMAN, Gaye. **A objetividade como ritual estratégico: uma análise das noções de objetividade dos jornalistas**. In: TRAQUINA, Nelson. *Jornalismo: questões, Teorias e “estórias”*. Lisboa: Vega, 1999.

WHITE, Ted. **Jornalismo eletrônico: redação, reportagem e produção**. São Paulo: Roca, 2008.

ZUCULOTO, Valci Regina Mousquer. **A programação do rádio brasileiro do campo público: um resgate da segunda fase histórica, dos anos 40 ao início dos 70**. In: FREIRE, Marcelo; SILVA, Rodrigo Carreiro da. **Audio slideshow como formato para reportagens multimídia baseadas em som**. In: FERRARETTO, Luiz Artur & KLÖCKNER, Luciano. **E o Rádio? Novos Horizontes Midiáticos**. EdPUCRS, Porto Alegre, 2010.

ANEXOS

ANEXO A – LISTA DE ENTREVISTADOS

- 1 Carlos Morais
- 2 Camila Brandão
- 3 Pedro da Hora
- 4 Renato Barros
- 5 Elis Martins
- 6 Erick França
- 7 Lúcio Poncioni
- 8 Geraldo Freire

ANEXO B – ROTEIROS DE ENTREVISTAS

1. Fale um pouco sobre a sua experiência como jornalista de rádio.
2. Como começou sua trajetória na Rádio Jornal? Como era o setor de jornalismo naquela época?
3. Como acontece a escolha das pautas, definição de conteúdo para os repórteres e para o programa Super Manhã?
4. Como você definiria a linha editorial do programa Supermanhã?
5. A Rádio Jornal é uma rádio voltada para o jornalismo ou se baseia no tripé jornalismo + entretenimento + futebol?
6. Como acontece a escolha dos profissionais que são contratados na rádio Jornal? Quais os critérios de seleção?
7. Existe um estilo próprio com relação à redação das notícias nos programas e dos repórteres?
8. Em tempos de uso das tecnologias e linguagem multimídia, como a Rádio Jornal vem se adaptando?
9. Como tem sido a evolução tecnológica da rádio cronologicamente? Quando deixou de usar as fitas "k7", os gravadores que hoje são substituídos por aplicativos de celular?

Roteiro de entrevista com o Gerente de Tecnologias do Sistema Jornal do Commercio

1. Além da transmissão via ondas, quais as tecnologias adotadas para a transmissão de conteúdo pela Rádio Jornal?
2. Como medir a audiência? Dá para saber o perfil desta audiência de origem na web e outras plataformas?
3. E com relação à audiência em outros estados e países?
4. Qual a importância que você atribui à audiência vinda das novas plataformas tecnológicas adotadas pela Rádio Jornal?
5. Com relação ao mercado, o consumo da programação via internet é considerável ou ainda muito tímido para se refletir no faturamento?