

70 ANOS

DE RADIOJORNALISMO NO BRASIL 1941- 2011

Organização

Sonia Virgínia Moreira



70 ANOS

DE RADIOJORNALISMO

NO BRASIL 1941- 2011



UNIVERSIDADE DO ESTADO DO RIO DE JANEIRO

Reitor

Ricardo Vieiralves de Castro

Vice-reitora

Maria Christina Paixão Maioli



EDITORA DA UNIVERSIDADE DO
ESTADO DO RIO DE JANEIRO

Conselho Editorial

Antonio Augusto Passos Videira

Flora Sússekind

Italo Moriconi (presidente)

Ivo Barbieri

Luiz Antonio de Castro Santos

Pedro Colmar Gonçalves da Silva Vellasco

70 ANOS DE RADIOJORNALISMO NO BRASIL 1941- 2011

Organização

Sonia Virgínia Moreira



Rio de Janeiro

2011

Copyright © 2011, EdUERJ.

Todos os direitos desta edição reservados à Editora da Universidade do Estado do Rio de Janeiro. É proibida a duplicação ou reprodução deste volume, ou de parte do mesmo, em quaisquer meios, sem autorização expressa da editora.



EdUERJ

Editora da UNIVERSIDADE DO ESTADO DO RIO DE JANEIRO

Rua São Francisco Xavier, 524 – Maracanã

CEP 20550-013 – Rio de Janeiro – RJ – Brasil

Tel./Fax.: 55 (21) 2334-0720 / 2334-0721 / 2334-0782 / 2334-0783

www.eduerj.uerj.br

eduerj@uerj.br

Editor Executivo

Coordenador de Publicações

Coordenadora de Produção

Assistente de Produção

Coordenador de Revisão

Revisão

Capa

Projeto e Diagramação

Italo Moriconi

Renato Casimiro

Rosania Rolins

Andréa Ribeiro

Fábio Flora

Sabrina Primo

Shirley Lima

Heloisa Fortes

Emilio Biscardi

CATALOGAÇÃO NA FONTE
UERJ/REDE SIRIUS/NPROTEC

S495 70 anos de radiojornalismo no Brasil, 1941-2011/
Organização, Sonia Virgínia Moreira. – Rio de Ja-
neiro: EdUERJ, 2011.
384 p.

ISBN 978-85-7511-197-0

1. Radiojornalismo – Brasil – 1941-2011. I. Moreira,
Sonia Virgínia. II. Título: Setenta anos de radiojor-
nalismo no Brasil.

CDU 070.11(81)“1941/2011”

Sumário

Ouvi no repórter – significado e permanência de
um noticiário de rádio9
Sonia Virgínia Moreira (UERJ)

Parte I – Jornalismo de rádio: referencial histórico

Radiojornalismo no Brasil: do noticiário à
convergência, alguns fragmentos históricos..... 17
Luiz Artur Ferraretto (UFRGS)

Raízes e transformações no modelo de
notícias para o rádio43
Valci Regina Mousquer Zuculoto (UFSC)

Surgimento e desenvolvimento da reportagem na
Emissora Continental do Rio de Janeiro (1948-1964) 59
Flávia Lúcia Bazan Bepalhok (UFPR)

O discurso de resistência à censura da
Rádio Jornal do Brasil AM75
Ana Baumworcel (UFF)

O *Repórter Esso*: referências em depoimentos e
publicações impressas sobre o noticiário93
Pedro Sérico Vaz Filho (Facasper)

Parte II – A notícia, a reportagem, o repórter de rádio

As transformações técnicas na produção do
radiojornalismo e os valores-notícia 105
Nélia Rodrigues Del Bianco (UnB)

O Repórter Esso e as sínteses radiofônicas
contemporâneas 127
Debora Cristina Lopez (UFSM)

Radiojornalismo brasileiro: sem jornalista e
à mercê das fontes 141
Francisco Sant’Anna (TV Senado), com contribuições de
Nelson Sato (FGV)

A construção e a circulação da informação em
emissoras radiofônicas do Brasil,
Argentina e Uruguai 167
Doris Fagundes Haussen (PUC-RS)

Reportagens especiais, documentários e série de
reportagens: profundidade nas ondas do rádio 181
Júlia Lúcia de O. A. da Silva e Patrícia Rangel (Unisa)

O modelo do *Repórter Esso* na síntese noticiosa
das rádios Guaíba e Gaúcha.....201
Leandro Olegário (PUC-RS)

Parte III – Linguagens e públicos

O ouvinte e o radiojornalismo brasileiro.....219
Márgda Rodrigues da Cunha (PUC-RS)

Jornalismo cultural no rádio: recursos de linguagem e
o tratamento da cultura em reportagens.....233
Cida Golin, Natália Pianegonda e
Ana Laura Colombo de Freitas (UFRGS)

Cartografias da credibilidade no radiojornalismo
educativo.....249
Edgard Patrício (UFC)

O rádio informativo em São Paulo: entre jornalismo
logocêntrico e focos de resistência.....263
Marcelo Cardoso (Unisa)

Radiojornalismo comunitário: limitações e
possibilidades279
Dioclécio Luz (UnB)

Parte IV – Análises regionais

Aonde só o rádio chega.....293
Luciana Miranda Costa (UFPA)

Radiojornalismo nas rádios de fronteira do Sul e
Centro-Oeste do Brasil.....305
Vera Lucia Spacil Raddatz (Unijuí)

Entre o <i>gilete press</i> , o <i>press release</i> e a internet: os jornalistas e a produção da notícia no rádio do sul da Bahia.....	323
Eliana C. P. Tenório de Albuquerque (UESC)	
Evolução do radiojornalismo em João Pessoa.....	337
Moacir Barbosa de Sousa (UFRN)	
Radiojornalismo e recepção radiofônica: a Era de Ouro do rádio na percepção de ouvintes de São Paulo e Porto Alegre.....	349
Graziela Bianchi (Unisinos) e Marta Regina Maia (UFOP)	
Estudos sobre o rádio na academia – o caso de Belo Horizonte	363
Wanir Campelo (Uni-BH), Waldiane Fialho (Unesa), Ângela de Moura (Uni-BH), Sônia Caldas Pessoa (Centro Universitário Newton Paiva) e Nair Prata (Uni-BH)	
Sobre os autores.....	377

Ouvi no repórter – significado e permanência de um noticiário de rádio

O rádio como o conhecemos hoje, também sinônimo de agilidade e instantaneidade, teve início no Brasil em 28 de agosto de 1941. Essa é a data da primeira edição do informativo *Repórter Esso*, transmitido em ondas médias e curtas pela Rádio Nacional do Rio de Janeiro,¹ com a voz que se tornaria a marca principal do programa: a do locutor gaúcho Heron Domingues.

Patrocinado pela Esso Brasileira de Petróleo, o programa já era produzido em Nova York, Buenos Aires, Santiago, Lima e Havana, estreitamente afinado com a política de “boa vizinhança” dos Estados Unidos com a América Latina. A redação do informativo funcionava no escritório carioca da agência de publicidade McCann-Erickson – encarregada não só da publicidade da empresa, mas também da seleção dos pontos estratégicos para a veiculação do programa, de acordo com os interesses dos Estados Unidos. As notícias eram da United Press International (UPI).

Até o final da Segunda Guerra Mundial, o *Repórter Esso* cobria quase exclusivamente o *front* na Europa, com notícias das forças aliadas. Dessa cobertura, surgiram os dois slogans mais

¹ Antes, funcionara de modo experimental na Rádio Farroupilha, de Porto Alegre (RS).

conhecidos do informativo: “o primeiro a dar as últimas” e “a testemunha ocular da história”. Foram 27 anos de transmissão no rádio (até dezembro de 1968 e antes de migrar em definitivo para a televisão), e desde seu início representou um divisor de águas para o jornalismo eletrônico no Brasil. Sua força pode ser medida ainda hoje: é comum as pessoas se referirem a qualquer noticiário de rádio e televisão como “deu no repórter” ou “ouvi no repórter”, numa clara e direta (mas nem sempre consciente) alusão ao informativo.

Das principais contribuições do *Repórter Esso*, três merecem ser assinaladas. A primeira foi introduzir no Brasil o noticiário com linguagem própria para o rádio, a partir da adaptação dos telegramas da UPI: frases curtas, elaboradas em ordem direta, números escritos por extenso (para a contagem do tempo pelo total de linhas) e, dado importante, um estilo de leitura – a voz, intérprete do fato – que fez de Heron Domingues o exemplo a ser seguido pelos locutores de todo o país.

A instituição, nas emissoras de rádio, de horários predefinidos para os jornais falados foi a segunda contribuição do *Repórter Esso*. Eram quatro edições diárias: às 8h, 12h55, 19h55 e 22h55 – sem contar as “edições extras”, em especial na sua primeira fase, de cobertura da Segunda Guerra.

A terceira contribuição foi a organização de um *manual de produção*, o primeiro entre nós destinado à elaboração de um noticiário radiofônico, que seguia três normas básicas: o *Repórter Esso* é um programa informativo; o *Repórter Esso* não comenta as notícias; o *Repórter Esso* sempre fornece as fontes da notícia.

Esses fatores foram determinantes para a credibilidade e a audiência do *Repórter Esso*, que se mantiveram ao longo dos anos. Sete anos depois de seu lançamento, o programa inspirou a criação da primeira redação de radiojornalismo no país, na mesma Rádio Nacional, que passou a contar em sua estrutura com a Seção de Jornais Falados e Reportagens. Composta por uma equipe de

quatro redatores, um chefe de reportagem e um colaborador de noticiário parlamentar, a redação pioneira avançava em relação ao *Repórter Esso* ao introduzir no rádio rotinas e hierarquias peculiares a uma redação jornalística. O material divulgado era resultado da apuração local dos repórteres e da redação de notícias das agências Nacional, AsaPress (brasileiras) e UPI (estrangeira). Em 1953, o trabalho da Seção resultaria na Rede Nacional de Notícias, retransmissão em ondas curtas dos jornais falados da Rádio Nacional do Rio de Janeiro por emissoras em diversas regiões. Estava, assim, consolidado o estilo de radiojornalismo adotado pela maioria das rádios brasileiras, que, de certa forma, continua presente ainda hoje e cuja origem remonta àquela primeira edição do *Repórter Esso*, de agosto de 1941.

É da permanência do *Repórter Esso*, em especial, que trata esta coletânea com 22 artigos. Na primeira parte, intitulada “Jornalismo de rádio: referencial histórico”, cinco autores abordam momentos distintos do jornalismo radiofônico. Luiz Artur Ferraretto traça uma evolução do radiojornalismo a partir do *Repórter Esso* até o momento de convergência de mídia; Valci Zuculoto analisa o modelo presente na origem das notícias para o rádio; Flávia Bepalhok relata o surgimento e a evolução do jornalismo na Rádio Continental do Rio de Janeiro; Ana Baumworcel resgata um período singular da cobertura jornalística no rádio ao recuperar as formas de resistência do discurso sonoro na Rádio Jornal do Brasil AM; e Pedro Vaz reconstrói depoimentos e imagens que marcaram o *Repórter Esso*.

A segunda parte deste volume – “A notícia, a reportagem, o repórter de rádio” – reúne os artigos de Nélia Del Bianco, sobre as transformações do jornalismo e da notícia considerando-se as tecnologias digitais; de Débora Lopes, sobre o *Repórter Esso* e o modelo de sínteses radiofônicas contemporâneas; de Francisco Sant’Anna, sobre o principal e mais premente desafio do jornalismo de rádio hoje no Brasil – o de produzir informação sem jor-

nalistas, com grande dependência nas fontes; de Doris Haussen, sobre a circulação da informação em emissoras de rádio no Brasil, na Argentina e no Uruguai; de Patrícia Rangel e Júlia de Oliveira da Silva, sobre o papel e as possibilidades da série de reportagens e do documentário no rádio; e o de Leandro Olegário, sobre a influência do *Repórter Esso* em dois exemplos de sínteses noticiosas de emissoras gaúchas.

Na terceira parte, dedicada a linguagens e públicos do rádio e do radiojornalismo, Mágda Cunha analisa o papel do ouvinte no rádio; Cida Golin, Ana Laura de Freitas e Natália Pianegonda exploram formatos do jornalismo cultural no rádio; Edgard Patrício relata uma experiência de radiojornalismo educativo; Marcelo Cardoso apresenta considerações sobre as narrativas no rádio; e Dioclécio Luz aborda o jornalismo nas rádios comunitárias.

A quarta e última parte do livro está reservada a análises regionais. Luciana Miranda apresenta dados históricos e contemporâneos do radiojornalismo no Pará; Vera Raddatz compara os programas jornalísticos de emissoras situadas nas fronteiras dos estados do Rio Grande do Sul e de Mato Grosso do Sul; Eliana de Albuquerque analisa as formas de produção e os desafios que se apresentam para os jornalistas e o jornalismo em emissoras do sul da Bahia; Moacir Barbosa de Sousa registra as etapas de desenvolvimento do radiojornalismo da Paraíba; Graziela Bianchi e Marta Maia comparam a recepção de programas jornalísticos em emissoras das cidades de São Paulo e Porto Alegre; e o grupo de autores formado por Nair Prata, Wanir Campelo, Waldiane Fialho, Ângela de Moura e Sonia Pessoa apresenta o resultado de um levantamento inédito realizado nas instituições de ensino superior de Belo Horizonte para detectar as formas de abordagem do rádio em Trabalhos de Conclusão de Curso (TCCs).

Este livro simboliza, portanto, não só um mapa atualizado do radiojornalismo brasileiro, mas também os caminhos percor-

ridos pelos pesquisadores sobre o status da pesquisa em radiojornalismo no Brasil. A importância do material aqui reunido – para além dos textos de investigadores seniores, com sólida produção no campo da radiodifusão – também está na origem de vários dos artigos. Muitos são extratos ou resumos de trabalhos acadêmicos: dissertações (sete) e teses (cinco). Ou seja: dos 22 artigos presentes neste volume, 12 (55%) resultam do desenvolvimento de pesquisas acadêmicas. Essa, por sinal, é uma característica observada entre os investigadores contemporâneos do rádio: a circulação de trabalhos derivados do aprimoramento docente e/ou profissional. A maioria dos investigadores do meio está hoje reunida no grupo de pesquisa Rádio e Mídia Sonora, da Intercom (Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação). Foi nesse ambiente fértil de ideias e aberto a desafios que a proposta deste livro surgiu e agora se concretiza. Confirma-se com isso a validade de se recorrer a elementos agregadores que contribuam para a construção, a recuperação, a indicação da trajetória e do valor de um meio de comunicação democrático em sua essência, do qual o melhor exemplo pode ser o jornalismo que produz.

Sonia Virgínia Moreira
Universidade do Estado do Rio de Janeiro (UERJ)

Parte I
Jornalismo de rádio:
referencial histórico

Radiojornalismo no Brasil: do noticiário à convergência, alguns fragmentos históricos

Luiz Artur Ferraretto (UFRGS)

Uma espécie de extensão da Academia Brasileira de Ciências, na definição do jornalista Ruy Castro (2004), a Rádio Sociedade do Rio de Janeiro¹ abria espaços até para o jornalismo. Exemplo dos tempos de um meio inicialmente marcado pelo associativismo idealista de elite, Edgard Roquette-Pinto acordava por volta das cinco horas, lia todos os matutinos, circulando as notícias com um lápis vermelho, e, duas horas depois, estava ao microfone. Esse pioneiro, “*the father of radio in Brazil*” (cf. Rádio MEC, maio de 1990), como chegou a ser chamado pela imprensa dos Estados Unidos, ia, então, para a frente do microfone, lendo e comentando aqueles trechos assinalados. Mesmo com a chegada e a hegemonia do negócio sobre as sociedades, o rádio seguiria “até” abrindo espaço para o jornalismo. Pouco espaço, diga-se de passagem, e com a forma de produção resumindo-se ao lápis vermelho e à tesoura, tão marcante – e descarada, sem nada do idealismo de Roquette-Pinto – que ganharia o apelido de *recortagem* ou *gilete press*.

¹ Emissora fundada em 1923 por um grupo de intelectuais ligados à Academia Brasileira de Ciências. Desse grupo, Edgard Roquette-Pinto foi seu grande incentivador.

Seria assim até as 12h55 do dia 28 de agosto de 1941, quando soou na Rádio Nacional, do Rio de Janeiro, o tema musical composto pelo maestro Carioca e gravado por ele, mais o baterista Luciano Perrone e os pistonistas Francisco Sergi e Marino Pissiali. Aquela vinheta marcaria gerações, anunciando o *Repórter Esso*, “a testemunha ocular da história”. Ele era também o “porta-voz radiofônico dos Revendedores Esso” e inaugurava o radiojornalismo no Brasil, desse jeito mesmo, sob os auspícios da chamada política de “boa vizinhança”² do governo Roosevelt, vinculada, portanto, ao interesse econômico e político. Nas sete décadas seguintes, fugir desses condicionamentos, ianques e nativos, seria um objetivo perseguido – mas nem sempre alcançado – pelos jornalistas.

Para a descrição da trajetória do jornalismo radiofônico desde a transmissão inaugural do *Esso*, consideramos um modelo histórico esboçado em trabalho anterior (Ferraretto, 2009), que tem suas linhas gerais apresentadas a seguir. De modo resumido, podemos dizer que, com base nas recomendações de Agnes Heller (1997, p. 131), procuramos identificar momentos críticos da história do rádio. Temos por base que a periodização “é um dos princípios organizativos básicos da historiografia” (p. 130). Assim, identificamos como marcos a introdução no ambiente comunicacional de novas tecnologias/ suportes/ meios de comunicação ou alterações no uso dos(as) já existentes, demarcando fases caracterizadas pela estratégia empresarial dominante. Consideramos ainda um período anterior ao da hegemonia do negócio – a fase de implantação (do final da década de 1910 até a segunda metade dos anos 1930) –, destacando-se o Decreto n. 21.111, de 1^a de março de 1932, que regulamenta a publicidade em rádio, como ponto de ruptura a incentivar a transição do

² Em várias frentes – cultural, econômica, política, propagandística –, trata-se da estratégia de aproximação do governo dos Estados Unidos em relação aos países latino-americanos no contexto da Segunda Guerra Mundial.

rádio-sociedade para o rádio-empresa. Como conceitos a explicitarem as duas fases que se seguem, temos as estratégias mercadológicas de difusão e segmentação:

Ao desenvolver a sua estratégia de marketing, a empresa tem duas opções fundamentalmente distintas para se dirigir ao mercado. A uma delas chamarei de difusão, porque consiste em espalhar os produtos pelo mercado afora, sem se preocupar com quaisquer diferenças que possam existir entre os compradores em potencial. São os produtos em si, em particular a maneira como eles se diferenciam de outras ofertas semelhantes, que devem se impor ao mercado e assegurar o sucesso da empresa. A segmentação, por sua vez, parte da premissa inversa: a demanda não é uniforme, mas sim heterogênea, o que justifica uma concentração dos esforços de marketing em determinadas fatias específicas do mercado (Richers, 1991, p. 15).

Nesses moldes, o rádio da fase de difusão (da década de 1930 até a segunda metade dos anos 1960) é caracterizado por um conteúdo generalista, sem distinguir parcelas do público, em sua maioria tomado em seus aspectos médios. A programação corresponde ao que, no conjunto, passou a ser conhecido como rádio-espetáculo: de modo majoritário, humorísticos, novelas e programas de auditório; com menor espaço, noticiários e cobertura esportiva. A introdução da televisão aberta (1950) constitui-se no ponto de ruptura em relação a esse período ao acrescentar imagens às tradicionais atrações radiofônicas ligadas ao entretenimento. A fase de segmentação (do final da década de 1950 até o início do século XXI) vai se instaurar graças à popularização dos receptores transistorizados, à introdução das emissoras em frequência modulada e a alterações mais gerais na sociedade brasileira: a urbanização que se acelera depois de 1960, gerando bolsões de pobreza na periferia das grandes cida-

des; o advento do jovem – notadamente, o de classe média ou alta – como categoria social e o crescimento, nessa faixa etária e socioeconômica, da presença de estudantes pré-universitários e universitários; a vigência da sociedade de consumo a partir da popularização do crédito pessoal; e, por último, o mais importante no escopo deste texto, a distensão política, a partir do governo Geisel (1974-1979). É óbvio o relacionamento dos demais aspectos dessas mudanças com os segmentos popular e musical jovem. A abertura política, no entanto, tem relação direta com o jornalismo, permitindo que este vá além de um ou outro espaço fixo na programação, começando a se desenvolver, com o lento e gradual fim da censura e de outras formas de repressão à liberdade de imprensa, até chegar ao estágio das emissoras totalmente dedicadas à notícia.

Duas novas tecnologias comunicacionais – a telefonia celular (1990) e a internet comercial (1995) – vão alterar esse quadro, deflagrando um processo que, ao iniciar a segunda década do século XXI, apenas apresenta-se como um esboço. Trata-se da fase de convergência (de meados da década de 1990 até a atualidade), na qual as emissoras de rádio, além de buscarem a disponibilização de seu sinal em outros suportes que não o meramente hertziano – por exemplo, a tevê por assinatura ou a própria internet –, começam a oferecer conteúdos adicionais: de arquivos de áudio a material que extrapola o sonoro, como fotografias, textos e vídeos; tudo, é claro, utilizando como base a rede mundial de computadores e suas associações, em especial com o celular.

Em todo esse processo, as mudanças vão chegando e se desenvolvem, com maior ou menor vagar, até se tornarem hegemônicas, fato indicado pela sobreposição de datas entre as fases aqui descritas. Servem de base, portanto, à descrição apresentada a seguir.

Noticiários e reportagens no rádio da fase de difusão

Com a Segunda Guerra Mundial como pano de fundo, é em torno das articulações dos governos em conflito e da curiosidade do público sobre os movimentos políticos e militares que o jornalismo ganha espaço no rádio brasileiro. Ao encontro desses dois fatores, entra no ar, em 1941, o *Repórter Esso*:

O noticiário era patrocinado pela Standard Oil of New Jersey, produzido pela United Press e supervisionado pela McCann-Erickson Corporation – todas empresas norte-americanas. Tinha exatos cinco minutos de duração e se caracterizou, inicialmente, como um serviço de informações internacionais de guerra (Klöckner, 2008, p. 47).

De início, o *Esso* tinha apenas duas versões no país: a da Nacional, no Rio de Janeiro, e a da Record, em São Paulo. Um ano depois, em 16 de julho, estreavam as da Farrroupilha, em Porto Alegre; da Inconfidência, em Belo Horizonte; e da Clube de Pernambuco, em Recife. Em todas, gradativamente, seria implantado um modelo de noticiário inédito no país: texto linear, direto, corrido e sem adjetivações, apresentado por um locutor exclusivo. Do ponto de vista ideológico, o informativo alinhava-se, cabe destacar, a objetivos econômicos e políticos estadunidenses, numa óbvia convergência de interesses. A Standard Oil pertencia à família Rockefeller e o *Esso* chegou ao Brasil dentro da política de “boa vizinhança” capitaneada pelo Office for Coordination of Commercial and Cultural Relations between the Americas. Na época, quem dirigia e aparecia como uma espécie de ideólogo desse órgão do governo dos Estados Unidos era, coincidentemente, o milionário Nelson Aldrich Rockefeller (cf. Tota, 2000, pp. 44-50). Antes das edições brasileiras (e além de seu país de origem), o *Esso* já estava presente, de acordo com Luciano

Klöckner (2008, p. 49), em dezenas de emissoras da América Latina. Surgido no contexto do conflito entre os Aliados³ e o Eixo,⁴ o noticiário manteria um perfil de defesa das posições dos Estados Unidos mesmo após a derrota do nazifascismo, já então orientando-se pela lógica da Guerra Fria, que opunha o bloco capitalista e o comunista.

Ainda no início da década de 1940, na esteira do *Repórter Esso*, a curiosidade em torno da guerra incentivou o surgimento de outras experiências noticiosas. Se o *Esso* introduziu o modelo da síntese noticiosa,⁵ Coripeu de Azevedo Marques e Armando Bertoni⁶ criaram o primeiro radiojornal⁷ brasileiro moderno. Era o *Grande Jornal Falado Tupi*, que estreou às 22h do dia 3 de abril de 1942, baseando-se na estrutura da imprensa escrita: no início, a identificação do noticiário como o cabeçalho de um periódico impresso; depois, com a marcação da sonoplastia, as manchetes a reproduzir a capa de um jornal; e seguiam-se as notícias agrupadas em blocos – política, economia, esportes etc. –, a exemplo dos diários com suas editorias.

³ Bloco de países liderados pela Grã-Bretanha, os Estados Unidos e a União Soviética.

⁴ Bloco de países liderados pela Alemanha, a Itália e o Japão.

⁵ “Como diz o nome, pretende sintetizar os principais fatos ocorridos desde a sua última transmissão. É um informativo no qual o texto curto e direto predomina em uma edição, privilegiando a similaridade de assuntos e destacando o acontecimento mais importante ao final do noticiário. Sua duração varia entre cinco e dez minutos” (Ferraretto, 2007a, p. 55).

⁶ A criação do *Grande Jornal Falado Tupi* é reivindicada por Auriphebo Simões, que argumenta ter idealizado, em setembro de 1939, o *Jornal Falado Tupi*. Coripeu de Azevedo Marques, ao assumir o noticiário em abril de 1942, acrescentou o *Grande* e passou a numerar as edições, daí a confusão, segundo Reynaldo Tavares (1997, pp. 153-7).

⁷ “Corresponde a uma versão radiofônica dos periódicos impressos, reunindo várias formas jornalísticas (boletins, comentários, editoriais, seções fixas – meteorologia, trânsito, mercado financeiro etc. – e mesmo entrevistas). Os assuntos são agrupados por editorias, regiões geográficas, similaridade ou, mais recentemente, em fluxo” (Ferraretto, 2007a, p. 55).

A exemplo das estruturas montadas pela United Press para o fornecimento de noticiário internacional ao *Repórter Esso*, com o próprio locutor exclusivo, em geral acrescentando algumas notas locais, a Rádio Nacional, do Rio de Janeiro, organizou, em 1948, um departamento específico para centralizar a produção de seus noticiários. Não por acaso, em sua criação e direção estava Heron Domingues, o locutor mais famoso do *Esso* no país:

A Seção de Jornais Falados e Reportagens fundada por Heron Domingues na Rádio Nacional organizou, pela primeira vez, um sistema de equipe (um chefe, quatro redatores e um colaborador do noticiário parlamentar), rotina e hierarquia peculiares a uma redação de jornalismo radiofônico (Moreira, 2000, pp. 33-4).

Afora experiências isoladas, no entanto, o radiojornalismo viveu nessa fase quase sem a presença da reportagem devido às dificuldades para o registro de entrevistas e a transmissão a partir do palco de ação dos fatos. Uma rádio quebraria o paradigma do jornalismo em segundo plano, apostando, justamente, na formação de uma equipe de repórteres: a Emissora Continental, do Rio de Janeiro. Antiga Clube Fluminense, com sede em Niterói e estúdios na então capital federal, foi reinaugurada com o novo nome em 1948, após ter sido adquirida por Rubens Berardo, que contratou Gagliano Neto para a direção. A ele, o radialista Afonso Gomes (TV Educativa, [199-]) atribui a criação de um formato⁸ novo, o de música-esporte-notícia, embora a rádio procurasse se concentrar mais na informação e na cobertura esportiva, em detrimento da programação musical. Nela, a reportagem ganhou espaço e se desenvolveu na radiofonia brasileira,

⁸ Representa uma espécie de filosofia de trabalho da emissora, marcando a maneira como ela se posiciona mercadologicamente no plano das ideias. Trata-se do que, nos Estados Unidos, é conhecido como *radio format* (cf. Fornatale e Mills, 1980, pp. 13-4).

reforçando slogans como “Emissora Continental, a que está em todas” ou “Continental, a serviço do povo por toda a parte”. Conforme Flávia Besphalok (2006, p. 68), a reportagem ganhou as ruas no início dos anos 1950. E não se descuidou do serviço ao ouvinte, como fica claro neste depoimento do então repórter Paulo Caringi:

Desde o momento em que entramos no ar, a cidade do Rio de Janeiro passou a ser vigiada por uma equipe integrada, permanentemente sintonizada com hospitais, órgãos policiais e de trânsito, controle de meteorologia e hora certa, concorrendo ombro a ombro com as quatro grandes emissoras da época: Nacional, Tupi, Mayrink Veiga e Rádio Clube do Brasil. Uma edição extraordinária do *Repórter Esso* tinha a sua suíte na Continental, emissora que não media esforços para transmitir detalhes diretamente dos locais onde os fatos ocorriam (apud Raposo, mar. 1994, p. 24).

De acordo com Luiz Amaral (1986, p. 148), na década de 1950, houve “uma proliferação de departamentos de radiojornalismo nas maiores capitais brasileiras”, numa tendência que, deve-se acrescentar, indicava, a partir de experiências como a da Continental, possibilidades de uma segmentação futura. A dedicação da emissora fluminense à cobertura noticiosa também não significa a inexistência de outras iniciativas importantes e mesmo pioneiras na história do radiojornalismo brasileiro relacionadas às demais estações. Como exemplo, podemos citar o trabalho de acompanhamento conjunto realizado pelas rádios Guaíba, de Porto Alegre, e Nacional, do Rio de Janeiro, durante a cobertura das eleições presidenciais de outubro de 1960, inclusive com a realização de uma apuração paralela, a primeira do gênero no país (cf. Ferraretto, 2007b, pp. 427-9). Um pouco antes, em abril, diversas emissoras haviam acompanhado a

inauguração de Brasília, transmitindo da nova capital. O golpe militar de 1964, no entanto, estancou esse processo, em especial após a decretação do Ato Institucional n. 5 (o AI-5), em dezembro de 1968, que, de certo modo, oficializou a ditadura em vigor.

No mesmo ano do AI-5, a Rádio Jornal do Brasil AM teve seus transmissores lacrados por ordem do governo, ficando três dias fora do ar, por veicular reportagem sobre a missa de sétimo dia do secundarista Edson Luís de Lima Souto, assassinado pela polícia militar no dia 28 de março, durante uma manifestação no restaurante Calabouço. Situada na Avenida Rio Branco, a JB AM acabaria transmitindo ao vivo, inclusive com som ambiente, as passeatas daquele ano, irritando ainda mais os militares (cf. Baumworcel, 1999, f. 64).

No início dos anos 1970, as emissoras, graças à transistorização, já contavam com gravadores portáteis para o registro de áudio e unidades móveis dotadas de radiocomunicação com os estúdios para transmissões externas. Esses equipamentos garantiram, apesar das restrições impostas pela ditadura, diversas coberturas marcantes. Um exemplo é a do incêndio no Edifício Joelma, em São Paulo, no mês de fevereiro de 1974, quando se destacou a reportagem da Rádio Jovem Pan (cf. Parron, dez. 2002/ jan.-fev. 2003, pp. 36-41).

Ao longo da fase de difusão, a reportagem internacional ficaria restrita a algumas iniciativas quase pessoais, como as do jornalista Flávio Alcaraz Gomes, na Guaíba, de Porto Alegre, que atuou como enviado especial da emissora, entre outros momentos da história mundial, nas guerras dos Seis Dias, do Vietnã e do Yom Kipur, além de cobrir as manifestações estudantis de maio de 1968, em Paris, e o voo da missão Apollo 11, em julho do ano seguinte, junto ao Centro Espacial Kennedy, em Cabo Canaveral, na Flórida (cf. Ferraretto, 2007b, pp. 669-79).

Jornalismo 24 horas no rádio da fase de segmentação

Em paralelo ao processo de abertura política, algumas emissoras brasileiras se aproximaram do formato conhecido nos Estados Unidos como *all-news*.⁹ Como registram Peter Fornatale e Joshua Mills (1980, pp. 99-103), na América do Norte, embora tenham ocorrido algumas experiências anteriores, a primeira operação bem-sucedida nesse sentido entrou no ar em 1961 na XETRA, uma emissora de Tijuana, no México, que, com seus transmissores de 50 kW voltados para a Califórnia, operava em inglês, repetindo e atualizando notícias a cada 15 minutos, num processo contínuo, dentro de um sistema idealizado pelo empresário Gordon McLendon. Cabe observar, na linha de raciocínio de Eduardo Meditsch (jul.-dez. 2002, pp. 58-9), que a pura e simples importação de formatos desenvolvidos para mercados dos Estados Unidos, sem adaptações, não teria chances de vingar em outras realidades socioeconômicas, como as das cidades brasileiras. Essa adequação é, por vezes, assumida pelas emissoras e, por vezes, camuflada. De fato, as estações do país que se definem como *all-news* fazem um rádio que mescla esse formato ao também estadunidense *all-talk*.¹⁰

Independentemente de denominações, o pioneirismo coube à Rádio Jornal do Brasil AM, do Rio de Janeiro. Em maio de 1980, a JB voltou-se, de modo integral, à veiculação de notícias, mas a experiência durou apenas seis anos, como explica o então chefe do Departamento de Jornalismo, Carlos Augusto Drummond:

⁹ Numa tradução aproximada, “totalmente noticiosa”, no sentido da transmissão exclusiva desse tipo de conteúdo.

¹⁰ Numa tradução aproximada, “totalmente conversado” ou “totalmente falado”. Trata-se do rádio baseado, de modo exclusivo, na conversa com o ouvinte, real ou simulada, na entrevista e na mesa-redonda.

[...] em termos de profissionais, deveriam ser contratados os melhores do país, porque é preciso uma capacidade de trabalho e de improviso muito grande e de pessoas com habilidade de microfone se revezando no trabalho diário. Um investimento profissional muito grande para manter a rádio no ar nas horas que não fossem de pique no noticiário, porque o *all-news* deve se manter no ar independentemente de informações. Além disso, um investimento técnico também se faz altamente necessário, e isso a JB AM nunca teve, como carros equipados com bons retransmissores e telefones diretos no estúdio, para que os repórteres pudessem se alternar no ar, ao vivo, durante grande parte da programação da rádio (apud Moreira, 1987, p. 115).

Ao contrário do grupo, na época, controlado pela família Nascimento Britto, a Rede Brasil Sul (RBS), com sede em Porto Alegre, investiu pesada e continuamente na transformação da Rádio Gaúcha AM numa emissora voltada 24 horas por dia ao jornalismo. A RBS decidiu apostar numa mistura dos formatos *all-news* e *all-talk*, mesclando entrevistas e notícias com a figura de um âncora participativo que simulava uma conversa com o ouvinte. Sua principal concorrente era, então, a Guaíba AM, que atuava no formato música-esporte-notícia. No segundo semestre de 1983, o jornalista Flávio Alcaraz Gomes assumiu a gerência da Gaúcha:

[...] a Rádio Gaúcha passaria a ser – e passou a ser – uma rádio eminentemente falada. Junto com a Símbolo Propaganda, criei um slogan ousado: ‘a fonte da informação’. Busquei profissionais esquecidos ou simplesmente desprezados e dei-lhes força. Criei uma série de programas, todos na base do *talk and news*, e vesti-a toda com uma nova formatação. Paulatina mas firmemente, fui eliminando a música. Diariamente, pastinha sob o braço, saía a visitar agências e clientes. E vá programa

novo no ar. Pouco a pouco, a audiência foi crescendo, e o faturamento dobrou (1995, p. 242).

A Gaúcha vinha de várias tentativas anteriores, sem sucesso, em que pendera para o jornalismo, abandonando a ideia logo depois, ao optar por um rádio mais popular e generalista. Nos anos 1980, no entanto, o Grupo RBS fez todo um esforço de planejamento para reposicionar a emissora no mercado do Rio Grande do Sul, investindo em tecnologia, contratando os principais profissionais e voltando-se a grandes coberturas esportivas e jornalísticas. Nesse sentido, 1986 foi o ano da consolidação da rádio como líder do mercado no estado. A oportunidade surgiu com a Copa do Mundo, realizada no México. O resultado veio na liderança em audiência ao final do torneio. Nas eleições para os governos estaduais, a Assembleia Legislativa e o Congresso Nacional, em novembro, a Gaúcha montou uma apuração paralela que, três anos depois, serviria de base ao trabalho realizado pela Rede Globo, durante a contagem dos votos para a presidência da República, consolidando-se como a principal emissora voltada ao radiojornalismo no sul do país.

O sucesso da Gaúcha¹¹ inspiraria o Sistema Globo de Rádio, que, em 1º de outubro de 1991, passou a operar a Central Brasileira de Notícias (CBN), uma cadeia de emissoras – a primeira desse tipo no país – baseada no *all-news* estadunidense. A Excelsior AM, de São Paulo, e a Eldorado AM, do Rio de Janeiro, foram transformadas nas duas primeiras integrantes da rede. A CBN chegou ao mercado com uma linha editorial bem diferenciada, quebrando alguns tabus do radiojornalismo, como a citação às concorrentes. A respeito, explicava, na época, o ge-

¹¹ Em entrevista à revista *Imprensa* (“Talento e profissionalismo”, out. 1992, p. 82), o então diretor do Sistema Globo de Rádio, José Roberto Marinho, admitia que a emissora do Rio Grande do Sul havia servido de modelo para o desenvolvimento do projeto da Central Brasileira de Notícias (CBN).

rente de jornalismo da emissora e um de seus âncoras, Heródoto Barbeiro:

A linha editorial da rádio é moderna e liberal. Não se omitem as fontes da notícia, citam-se veículos concorrentes e a credibilidade do jornalismo não faz parte dos produtos vendidos pelo departamento comercial. Não se admite o testemunhal, ou seja, a publicidade onde o âncora empenha sua palavra no sentido de que um determinado produto é ‘o melhor do mundo’, nem que o remédio tal ‘cura todas as doenças do corpo. Experimente’. O critério das entrevistas, tanto no estúdio como via fone, é eminentemente jornalístico, o que vale também para os assuntos cobertos pela reportagem. Se é notícia, vai ao ar. Se não é, não vai. O mesmo se aplica às assessorias de imprensa, públicas ou privadas, que tentam empurrar notícias ou entrevistados. O mesmo critério vale para os releases que chegam à redação. O rádio é o veículo da instantaneidade. Isso não quer dizer que as notícias não devam ser checadas antes de serem irradiadas. Os cuidados são redobrados porque tudo é feito ao vivo, 24 horas, inclusive de madrugada (1994, pp. 13-4).

Nessa linha de raciocínio, a CBN protagonizou um fato histórico no rádio brasileiro durante a cobertura das denúncias contra o então ministro do Trabalho e da Previdência Social, Antônio Rogério Magri. Em novembro de 1991, o diretor de Arrecadação e Fiscalização do Instituto Nacional do Seguro Social (INSS), Volnei Abreu Ávila, gravou uma conversa em que Magri admitia ter recebido propina para ajudar a liberar recursos do Fundo de Garantia do Tempo de Serviço (FGTS) para uma obra no Acre. Meio ano depois, no dia 28 de maio, a informação falaria mais alto que a concorrência, como explica Heródoto Barbeiro (apud Tarrío, ago. 1992, p. 46): “Pelo radioescuta soube que a Bandeirantes estava entrevistando o ex-ministro Magri em

Brasília, e estávamos com o Volnei Ávila aqui em São Paulo”. O jornalista contatou em seguida a Bandeirantes e acertou, com o aval dos entrevistados, que as duas emissoras entrassem em cadeia, colocando frente a frente Magri e Ávila durante 45 minutos. No dia anterior, a Comissão Parlamentar de Inquérito indiciara o ministro por corrupção ativa e passiva e o ex-diretor do INSS por sonegar informações. Em novembro de 1995, nova ousadia, a CBN passou a transmitir também em frequência modulada, ocupando os 90,5 MHz além dos 780 kHz do dial paulistano, antecipando uma prática que começaria a se tornar comum somente na segunda metade dos anos 2000 (CBN, 2006). A decisão, dois anos depois, garantia, conforme Heródoto Barbeiro (apud Ferraretto, 2007a, p. 176), maior audiência em FM do que em AM.

Com o slogan “Em vinte minutos, tudo pode mudar”, entrou no ar em 20 de maio de 2005 a BandNews FM, talvez a iniciativa brasileira mais próxima do *all-news* estadunidense. Operando exclusivamente em frequência modulada, a rede do Grupo Bandeirantes de Comunicação começou com quatro emissoras: nas cidades de Belo Horizonte, Porto Alegre, Rio de Janeiro e São Paulo. Embora com espaços para o *talk*, tanto gerados de São Paulo para todas as estações como em algumas das afiliadas para o âmbito local, a BandNews baseia-se em blocos de notícias – textos e reportagens – de vinte minutos, repetindo algumas informações e atualizando e ampliando outras. Conforme o site da rede, o objetivo do Grupo Bandeirantes com essa cadeia de emissoras é “estabelecer, nos principais mercados do país, a primeira rede de emissoras FM com programação jornalística 24 horas, que se torne referência número um entre ouvintes de 25 a 55 anos na divulgação ágil de notícias relevantes e na formação de opinião (BandNews FM, [s. d.]).

Redes como a CBN e a BandNews existem graças à transmissão via satélite. Em décadas anteriores, essa tecnologia permitiu a estruturação de iniciativas em radiojornalismo que, por sua im-

portância ao longo da fase de segmentação, merecem ser referidas aqui. Fazem parte também da gradativa passagem de um rádio mais generalista para outro em busca de uma parcela definida do público.

Em 1972, a Jovem Pan AM, de São Paulo, criou o *Jornal de Integração Nacional*, aproveitando a estrutura que, desde a década anterior, vinha sendo montada pelo governo federal. De acordo com a chamada Doutrina de Segurança Nacional, os militares precisavam integrar o território do país para se consolidarem no poder. Assim, no dia 16 de setembro de 1965, criaram a Empresa Brasileira de Telecomunicações (Embratel). A Embratel montou uma rede de estações terrestres ligadas a satélites, interligando os vários pontos do Brasil entre si e aprimorando a conexão com o exterior. Fernando Vieira de Mello (apud Faria, 1996, p. 293), diretor de jornalismo da Jovem Pan até 1992, explica que, graças à estrutura montada pela Embratel, blocos do radiojornal puderam ser gerados ao vivo de diversas cidades do país. Além da Jovem Pan, faziam parte da rede, entre outras, emissoras de Belo Horizonte, Brasília, Manaus, Natal, Porto Alegre, Rio de Janeiro e Salvador. Para José Carlos Pereira da Silva, que substituiu Vieira de Mello, o radiojornal atendia, então, a uma necessidade:

Na época do *Jornal de Integração Nacional*, as informações da vida brasileira eram muito defasadas em termos de horário. Os jornais impressos fechavam cedo e só chegavam às bancas às seis horas da manhã. Para as cidades do interior, os jornais impressos eram levados pelos caminhões das empresas ou de trem, chegando no meio da tarde. Para outros estados, o atraso era maior, até de dias. Em Brasília, a capital do país, os jornais chegavam no início da tarde. Isso significa que o centro do poder nacional tomava conhecimento de certas informações com horas de atraso. Essas eram as condições que se impunham, das quais era difícil fugir. E foi nesse quadro que surgiu o *Jornal de Integração Nacional* (apud Faria, 1994, p. 194).

A Jovem Pan AM antecipava, assim, uma tendência da década seguinte, quando as grandes emissoras brasileiras passaram a operar canais exclusivos de satélite, prática em que a também paulistana Bandeirantes AM seria pioneira. Em março de 1982, a emissora começou a gerar seu radiojornal *Primeira Hora*, usando o tempo ocioso do subcanal que a Rede Bandeirantes de Televisão havia alugado no Intelsat 4. Conforme o então diretor operacional da emissora, Rodrigo Neves, as transmissões eram captadas pelas afiliadas em parabólicas e depois retransmitidas: “Na época, as transmissões eram analógicas e foram captadas por 25 estações de rádio pertencentes à Rede Bandeirantes. Qualquer um que possuía antena parabólica podia acompanhar o *Primeira Hora*. Foi o início da Rede BandSat, que surgiu no ano seguinte” (apud Ferraretto, 2007a, p. 166).

Ao se completar a primeira década do século XXI, emissoras segmentadas em jornalismo, incluindo ou não a cobertura esportiva, estão presentes em várias das principais cidades brasileiras, em operações próprias ou integrando redes.

Jornalismo para além do hertziano no rádio convergente

A característica central do rádio convergente é sua presença multiplataforma, ou seja, em todos os suportes possíveis, indo além, inclusive, da tradicional transmissão hertziana e, até, da obrigatoriedade de irradiação com recepção no mesmo momento. De fato, a própria discussão a respeito do que é o meio migra de uma visão tecnológica para uma calcada em sua conformação estético-semântica. De “meio de comunicação que utiliza emissões de ondas eletromagnéticas para transmitir a distância mensagens sonoras destinadas a audiências numerosas” (Ferraretto, 2007a, p. 23), a “linguagem – o texto na forma da fala associado à música, aos efeitos sonoros e ao silêncio – independente do suporte” (Ferraretto e Kischinhevsky, 2010, f. 11),

essa mudança de enfoque, por recente, não é ainda hegemônica entre o empresariado.

Dois marcos do atual processo de convergência digital – a internet e o telefone celular – serviram, de início, no rádio brasileiro, como instrumentos de trabalho na busca constante pela informação. No entanto, na segunda metade dos anos 1990, emissoras voltadas ao jornalismo passaram a disponibilizar seu sinal na rede mundial de computadores. Conforme Luciano Klöckner (2010, p. 467), as pioneiras foram as rádios CBN AM/FM, Eldorado AM, Gaúcha AM e Jovem Pan AM. Já o uso do celular como receptor, que se difundiu na primeira década do século XXI, ganhou impulso nesse segmento desde 2008. Como esse tipo de suporte, de uso crescente, permite apenas a recepção em frequência modulada e, à exceção da CBN e da BandNews, a maioria das estações voltadas ao jornalismo não operava nessa faixa, impõe-se um processo de duplicação das irradiações em ondas médias para o FM. Premida por essa nova realidade, a primeira rádio a investir, de forma consistente, nesse sentido foi a Gaúcha, de Porto Alegre, que começou, na madrugada de 28 de maio de 2008, a transmitir também em FM. Mais importante ainda, naquele momento, o Grupo RBS tornou pública sua intenção de estar presente em todos os suportes possíveis: do hertziano em suas diversas manifestações – radinhos transistorizados, telefones celulares, MP3 players etc. – às novas formas de transmissão e recepção de áudio proporcionadas pela internet (cf. Ferraretto, 2010, p. 546).

Já a CBN, pelo uso que faz da rede mundial de computadores, constitui-se em um dos grandes exemplos de convergência no rádio brasileiro, mantendo blogs, disponibilizando áudios e fornecendo material jornalístico na forma de fotografia, texto e vídeo, além da presença constante de seus âncoras em redes sociais. A CBN de São Paulo, por exemplo, que detém audiência média de 25 mil ouvintes por minuto, somadas suas frequências em AM e FM, chega a contabilizar 70 mil assinantes dos *podcasts*

de seus principais comentaristas (cf. Ferraretto e Kischinhevsky, 2010, f. 10).

Deve-se considerar, ainda, que, desde a Constituição Federal de 1988, cresceu a noção de cidadania na opinião pública, num processo complementado por legislações posteriores, como o Código de Defesa do Consumidor e o Estatuto da Criança e do Adolescente. Com o conjunto de possibilidades tecnológicas colocadas à disposição pelo processo de convergência, ampliou-se a participação do ouvinte no radiojornalismo. Houve uma transição da carta e do telefonema, sem serem abandonados de todo, para a mensagem de texto via celular, o correio eletrônico, o texto postado em espaços participativos de blogs ou de redes sociais etc. Nas grandes cidades, o ouvinte chega a emular funções da reportagem, contatando as rádios e dando informações quando, por exemplo, ocorrem acidentes de trânsito. Essa participação é outra característica forte desse jornalismo do rádio convergente que vai se delineando.

A sempre presente cobertura esportiva

Afora a divulgação de alguns resultados de partidas de futebol ao longo dos anos 1920, a histórica relação do rádio com o mais popular esporte do país iniciou, de modo mais consistente, no início da década seguinte. Edileuza Soares (1994, p. 22) atribui o pioneirismo a Nicolau Tuma, que, em 19 de julho de 1931, narrou, para a Educadora Paulista, o jogo entre as seleções de São Paulo e do Paraná, então um tipo de partida comum. No Rio de Janeiro, aponta Renato Murce (1976, pp. 59-60), o primeiro narrador esportivo foi Amador Santos, que atuou depois de 1933. O esporte mobiliza também emissoras de outras regiões. Por exemplo, a primeira partida irradiada em Porto Alegre – vitória do Grêmio por 3 a 1 frente à seleção do Paraná – aconteceu em 19 de novembro de 1931, com narração de Ernani Ruschel

para a Rádio Sociedade Gaúcha (cf. Ferraretto, 2002, pp. 220-1). Na época, rádio e futebol passavam por uma fase semelhante, ambos tentando “se profissionalizar e se livrar do elitismo que caracterizou sua introdução no país” (Soares, 1994, p. 20). Há, portanto, íntima relação entre a cobertura radiofônica e a popularização do futebol, embora este, ao longo do tempo, não tenha sido o único esporte a merecer foco de atenção jornalística por parte das emissoras.

Um dos primeiros grandes momentos dessa relação ocorreu na Copa do Mundo de 1938, quando a Rede Verde-Amarela das Organizações Byington bancou a ida do narrador Gagliano Neto para a França, fazendo aquela que é apontada (Vampré, 1979, p. 72) como a transmissão internacional pioneira do rádio brasileiro. Na época, duas das principais emissoras dessa cadeia – Kosmos, de São Paulo, e Cruzeiro do Sul, do Rio de Janeiro – já tinham tradição em transmissões de jogos de futebol, graças à exclusividade negociada com clubes paulistanos e cariocas (cf. Soares, 1994, p. 40).

Ainda na fase de difusão, ocorreu justamente com o esporte, como indicam os dados disponíveis, uma embrionária tentativa de segmentação, quando a Panamericana, atual Jovem Pan AM, foi adquirida, em 1946, pelas Emissoras Unidas, de Paulo Machado de Carvalho,¹² grupo que incluía, na época, as rádios Bandeirantes, Excelsior, Record e São Paulo. O empresário optou por transformar a Panamericana na “emissora dos esportes”, não se restringindo à cobertura de futebol (cf. Soares, 1994, pp. 45-6).

De fato, até o final da década de 1960, as transmissões esportivas de um estado para o outro se constituíam numa quase aventura ao afrontar as dificuldades técnicas provocadas pelos

¹² Desportista, o empresário chefiou as vitoriosas delegações brasileiras à Suécia, na Copa do Mundo de 1958, e ao Chile, na de 1962, ficando conhecido como Marechal da Vitória. Em sua homenagem, o estádio municipal do Pacaembu, em São Paulo, leva, oficialmente, seu nome.

precários serviços da Companhia Rádio Internacional do Brasil (Radional), controlada pela estadunidense International Telegraph and Telephone Company (ITT) e responsável pelos serviços de telefonia interurbana (cf. Wainberg, 2001, p. 106). Com equipamentos obsoletos e sem manutenção adequada, a rede de transmissores e receptores da empresa interligava as capitais estaduais ao Rio de Janeiro, acarretando situações esdrúxulas mesmo para os padrões da época. Por exemplo, não havia interligação de Florianópolis a Porto Alegre, obrigando que se contratasse um circuito radiotelefônico de Santa Catarina à sede carioca da Radional e, de lá, outro até o Rio Grande do Sul. Sem retorno de áudio dos estúdios da emissora, ao narrador restava, então, esperar o telegrama confirmando ou não o sucesso da transmissão. A situação não era muito diferente nas conexões internacionais, controladas pela mesma Radional e pela Companhia Radiotelegráfica Brasileira, uma subsidiária da Radio Corporation of America (RCA).

Na Copa da Suécia, em 1958, a Rádio Guaíba, de Porto Alegre, conseguiu burlar, por iniciativa do jornalista Flávio Alcazar Gomes, esses impeditivos tecnológicos, optando pelos serviços da Postes Télégraphes et Téléphones (PTT). Essa companhia estatal da Suíça foi a responsável por tornar possível a irradiação intercontinental, utilizando uma tecnologia até então desconhecida no Brasil: o *single side-band* (SSB) ou banda lateral única, que seleciona a faixa lateral com menor interferência no ponto de irradiação, suprimindo as demais e gerando, dessa maneira, um sinal de melhor qualidade. Do país da Copa até a região dos Alpes, o sinal da Guaíba chegava por linha telefônica e, de lá, cruzava o espaço graças ao SSB, ultrapassando, desse modo, 17 mil km do norte da Europa ao sul da América Latina. Algo impensável para a época, a estrutura montada permitia à equipe que estava na Suécia conversar, com retorno e ao vivo, com os estúdios no centro da capital gaúcha.

Não só de futebol viveria a cobertura esportiva no rádio brasileiro, que inclui, historicamente, o turfe e modalidades como o basquete e o vôlei. Dos anos 1960 até a atualidade, com base na melhoria constante das redes de telecomunicações, algumas emissoras viriam se dedicar, sem descuidar do futebol, também ao automobilismo, incluindo a Fórmula 1, e, em fase mais recente, a grandes eventos como as Olimpíadas.

Considerações finais

Sem a pretensão de esgotar o assunto, procuramos aqui apresentar um panorama amplo da história do radiojornalismo brasileiro. Embora não seja o objetivo deste texto, salientamos que os interesses econômicos e políticos não deixam de se fazer presentes mesmo no atual período de normalidade institucional. Há que se ponderar a existência de uma realidade nas principais capitais diferente daquela de outros centros e da enorme quantidade referida, levantamento após levantamento, de estações sob controle de parlamentares e caciques de partidos.¹³ De outra parte, a *conglomerização* do mercado de comunicação, um traço dominante desde a fase de segmentação, diminui a diversidade empresarial. Tais fatores podem limitar a necessária independência do radiojornalismo. Em sentido contrário, a já referida ideia crescente de cidadania pode indicar uma exigência maior do público por uma informação mais equilibrada.

O jornalismo, afora emissoras dedicadas às classes A e B, está presente também em rádios de teor popular, indo, por vezes, além da cobertura policial e do serviço à população caracterís-

¹³ Conforme dados do Instituto de Estudos e Pesquisas em Comunicação (Epcom), em 2008, 271 políticos com mandato eram sócios em emissoras de rádio e televisão, uma situação que vai contra o que estipula a Constituição Federal (cf. Marini, 21 mar. 2008). Embora o estudo não identifique o tipo de estação de rádio, podemos supor que muitos utilizariam o jornalismo de forma manipulativa.

ticos de outros tempos. Há exemplos históricos, como Itatiaia AM/FM, de Belo Horizonte; Globo AM/FM, do Rio de Janeiro; Globo AM, de São Paulo; e Super Rádio Tupi AM/FM, do Rio de Janeiro. Com o crescente acesso ao consumo pelos extratos socioeconômicos C e D, outras estações, mesmo de conteúdo musical popular, também passaram a incluir o noticiário ou, pelo menos, uma referência mais frequente, por parte de seus comunicadores, a fatos do cotidiano e opiniões de fontes, mesmo que lidas dos jornais ou de sites na internet. Ao público jovem, de outra parte, apesar de iniciativas isoladas e/ou transitórias, nada ou quase nada tem sido oferecido em termos de jornalismo além dos 5% obrigatórios por lei.

Há, portanto, possíveis problemas no horizonte. Há também campos não explorados a indicar a continuidade do jornalismo como segmento para as emissoras de rádio. Se a internet oferece notícia acessível por demanda no momento em que esta se faz necessária, o grande trunfo do rádio continua sendo a possibilidade de fornecer informação enquanto o ouvinte realiza outra tarefa. A isso se associam, ainda, a transmissão do fato no momento em que este ocorre e a oferta de uma complementação analítica quase imediata. Além disso, é bom que não se percam de vista a presença do rádio em veículos automotores e a existência de 180 milhões de aparelhos celulares em uso no país (cf. Medina, 20 mai. 2010). Cada aparelhinho desses já possui – ou será trocado no futuro por um que possua – receptor de FM. São potencialmente, portanto, 180 milhões de radinhos no bolso das pessoas. Trata-se de uma audiência passível de ser atingida que não pode ser ignorada neste início da fase de convergência.

Referências

- AMARAL, Luiz. *Jornalismo, matéria de primeira página*. Rio de Janeiro: Tempo Brasileiro, 1986, 240 p.
- BANDNEWS. *Quem somos*. São Paulo, [s. d.]. Disponível em http://bandnewsfm.band.com.br/quem_somos.asp. Acessado em 21 de julho de 2010.
- BARBEIRO, Heródoto. “O radiojornalismo renovado”. In KAPLAN, Sheila e REZENDE, Sidney (orgs.). *Jornalismo eletrônico ao vivo*. Petrópolis: Vozes, 1994, pp. 9-16.
- BAUMWORCEL, Ana. *Sonoridade e resistência: a Rádio Jornal do Brasil AM na década de 60* (dissertação). Mestrado em Comunicação, Imagem e Informação. Instituto de Arte e Comunicação Social (UFF). Niterói, 1999, 135 f.
- BESPHALOK, Flávia Lúcia. *A prática da reportagem radiofônica na Emissora Continental do Rio de Janeiro* (dissertação). Mestrado em Comunicação. Faculdade de Arquitetura, Artes e Comunicação (Universidade Paulista Julio Mesquita Filho). Bauru, 2006, 338 f.
- CASTRO, Ruy. *Roquette-Pinto: o homem multidão*. Rio de Janeiro, 2004. Disponível em <http://www.soarmec.com.br/roquette4.html>. Acessado em 19 de julho de 2010.
- CBN. *História*. Rio de Janeiro, 2006. Disponível em <http://cbn.globoradio.globo.com/institucional/historia/HISTORIA.htm>. Acessado em 21 de julho de 2010.
- FARIA, Álvaro de. *Jovem Pan, 50 anos*. São Paulo: Maltese, 1994, 326 p.
- . *Jovem Pan-Sat, ano 2000*. São Paulo: Maltese, 1996, 318 p.
- FERRARETTO, Luiz Artur. *Rádio no Rio Grande do Sul (anos 20, 30 e 40): dos pioneiros às emissoras comerciais*. Canoas: Ed. da Ulbra, 2002, 258 p.
- . *Rádio – o veículo, a história e a técnica*. 3 ed. Porto Alegre: Doravante, 2007a, 378 p.
- . *Rádio e capitalismo no Rio Grande do Sul: as emissoras comerciais e suas estratégias de programação na segunda metade do século 20*. Canoas: Ed. da Ulbra, 2007b, 632 p.
- . “Rádio e capitalismo no Brasil: uma abordagem histórica”. In HAUSSEN, Doris Fagundes e BRITTOS, Valério Cruz (orgs.). *Economia política, comunicação e cultura: aportes teóricos e temas emergentes na agenda política brasileira*. Porto Alegre: Ed. da PUC-RS, 2009, pp. 93-112. (Coleção Comunicação, 45.)

- “Alterações no modelo comunicacional radiofônico: perspectivas de conteúdo em um cenário de convergência tecnológica e multiplicidade da oferta”. In --- e KLÖCKNER, Luciano (orgs.). *E o rádio? Novos horizontes midiáticos*. Porto Alegre: Ed. da PUC-RS, 2010, pp. 539-56. Disponível em <http://www.pucrs.br/edipucrs/eoradio.pdf>. Acessado em 21 de julho de 2010.
- e KISCHINHEVSKY, Marcelo. “Rádio e convergência: uma abordagem pela economia política da comunicação”. In ASSOCIAÇÃO NACIONAL DOS PROGRAMAS DE PÓS-GRADUAÇÃO EM COMUNICAÇÃO. *19º Encontro Anual da Compós*. Rio de Janeiro, 9 jun. 2010, 15 f. Texto apresentado no grupo de trabalho Economia Política e Políticas de Comunicação.
- FORNATALE, Peter e MILLS, Joshua E. *Radio in the television age*. Nova York: The Overlook Press, 1980, 216 p.
- GOMES, Flávio Alcaraz. *Diário de um repórter*. Porto Alegre: Mercado Aberto, 1995, 274 p.
- HELLER, Agnes. *Teoría de la historia*. 5 ed. México: Fontamara, 1997, 290 p. (Fontamara, 3.)
- KLÖCKNER, Luciano. *O Repórter Esso: a síntese radiofônica mundial que fez história*. Porto Alegre: AGE/ Ed. da PUC-RS, 2008, 315 p.
- “Linha do tempo do rádio no Brasil”. In HAUSMAN, Carl; MESSERE, Fritz; O’DONNEL, Lewis; e BENOIT, Philip (orgs.). *Rádio: produção, programação e performance*. São Paulo: Cengage Learning, 2010, pp. 459-70.
- MARINI, Ana Rita. “Cresce o número de políticos donos de meios de comunicação”. *Fórum Nacional pela Democratização da Comunicação*. Porto Alegre, 21 mar. 2008. Disponível em http://www.fndc.org.br/internas.php?p=noticias&cont_key=236850. Acessado em 21 de março de 2008.
- MEDINA, Humberto. “Brasil chega a 180 milhões de celulares em abril, diz Anatel”. *Folha Online*, São Paulo, 20 mai. 2010. Disponível em <http://www1.folha.uol.com.br/folha/dinheiro/ult91u738236.shtml>. Acessado em 20 de maio de 2010.
- MEDITSCH, Eduardo. *O rádio na era da informação: teoria e técnica do novo radiojornalismo*. Florianópolis: Insular/ Ed. da UFSC, 2001, 304 p.
- “Fatiando o público: o rádio na vanguarda da segmentação da audiência”. *Verso & Reverso*, São Leopoldo (Ed. da Unisinos), jul.-dez. 2002, ano 16, n. 35, pp. 55-60.

- MOREIRA, Sonia Virgínia. “Jornalismo na Rádio Jornal do Brasil AM”. In ORTRIWANO, Gisela Swetlana (org.). *Radiojornalismo no Brasil: dez estudos regionais*. São Paulo: Com-Arte, 1987, pp. 109-19.
- . *O rádio no Brasil*. Rio de Janeiro: Mil Palavras, 2000, 86 p.
- MURCE, Renato. *Bastidores do rádio: fragmentos do rádio de ontem e de hoje*. Rio de Janeiro: Imago, 1976, 168 p.
- PARRON, Milton. “O radiorepórter. No Joelma, eu também chorei”. *Revista USP*, São Paulo (USP), dez. 2002/ jan.-fev. 2003, ano 14, n. 56, pp. 36-41.
- RÁDIO MEC. *Entrevista com Beatriz Roquette-Pinto Bojunga*. Rio de Janeiro, mai. 1990. Disponível em <http://www.soarmec.com.br/beatriz5.html>. Acessado em 19 de julho de 2010.
- RAPOSO, Alexandre. “Era uma vez no rádio”. *Revista da Comunicação*, Rio de Janeiro (Agora), mar. 1994, ano 10, n. 35, pp. 23-6.
- RICHERS, Raimar. “Segmentação de mercado: uma visão de conjunto”. In RICHERS, Raimar e LIMA, Cecília Pimenta (orgs.). *Segmentação: opções estratégicas para o mercado brasileiro*. São Paulo: Nobel, 1991, pp. 13-24.
- SOARES, Edileuza. *A bola no ar: o rádio esportivo em São Paulo*. São Paulo: Summus, 1994, 122 p. (Novas Buscas em Comunicação, 45.)
- TALENTO e profissionalismo. *Imprensa*, São Paulo (Feeling), out. 1992, ano 6, n. 62, pp. 82-3.
- TARRÍO, Carolina. “A sintonia da informação”. *Imprensa*, São Paulo (Feeling), ago. 1992, ano 5, n. 60, pp. 46-7.
- TAVARES, Reynaldo C. *Histórias que o rádio não contou: do galena ao digital, desvendando a radiodifusão no Brasil e no mundo*. São Paulo: Negócio, 1997, 316 p.
- TOTA, Antonio Pedro. *O imperialismo sedutor: a americanização do Brasil na época da Segunda Guerra*. São Paulo: Companhia das Letras, 2000, 242 p.
- TV EDUCATIVA. *Rádio no Brasil*. Rio de Janeiro, [199-]. Série de programas de televisão.
- VAMPRÉ, Octavio Augusto. *Raízes e evolução do rádio e da TV*. Porto Alegre: Feplam/ RBS, 1979, 290 p.
- WAINBERG, Jacques Alkalai. *Casa grande e senzala com antena parabólica: telecomunicações e o Brasil*. Porto Alegre: Ed. da PUC-RS, 2001, 270 p. (Comunicação, 15.)

Raízes e transformações no modelo de notícias para o rádio

Valci Regina Mousquer Zuculoto (UFSC)

O modelo da notícia radiofônica do Brasil tem sofrido transformações ao longo de toda a história do veículo em nosso país, desde seu advento, no início do século passado, até os dias atuais, quando esse antigo meio, acompanhando a evolução brasileira da comunicação, prepara-se para adotar um padrão digital de transmissão. Para recuperar essa já longa mas ainda inacabada trajetória da notícia nas ondas das estações nacionais, o presente artigo sintetiza nossa pesquisa de mestrado, *A notícia no radiojornalismo brasileiro: transformações históricas e técnicas* (1998), ampliando-a até a atualidade. Apresenta e analisa raízes e principais mudanças ou continuidades que vêm ocorrendo nesse modelo, com foco em seu texto, formato, linguagem e técnicas de produção. Adota como marco determinante de nossa notícia de rádio a chegada do *Repórter Esso* às emissoras do país, em 1941. Isso por detectar que é com o *Esso* que efetivamente se inicia o modelo nacional que se tornou o principal padrão na radiofonia do Brasil.

Para conceituar notícia de rádio, tomamos como referência inicial a definição de Emílio Prado de que é “a unidade estrutural mínima da informação radiofônica, concisa, simples e formalmente neutra” (1989, p. 48). Assim, neste artigo, entende-se que

é a que veicula informação de forma breve, sucinta, objetiva, com simplicidade na elaboração do texto. Seguimos ainda a discussão acerca de rádio informativo proposta por Eduardo Meditsch em sua tese de doutoramento. Conforme esse autor, nas fases iniciais do rádio, houve “a simples transposição da prática jornalística dos meios impressos” para o novo veículo. Mas, no rádio informativo dos últimos tempos, essa prática “sofreu modificações qualitativas com a sua adequação ao novo meio, num processo que vem se dando ao longo da história” (1996, p. 8).

A notícia aqui analisada é principalmente a primária – a que simplesmente relata o fato – e que, de acordo com Nilson Lage (1998), tem sido o “forte no rádio”. Ela se evidencia por meio de três tipos, que, em Prado (1989, p. 49), são classificados como notícia estrita, notícia de citações “com voz” e notícia com entrevista. Realizamos esta investigação por fases históricas. Partimos de periodização que construímos em nossa dissertação (1998, pp. 22-5) para, neste artigo, destacar marcos, estágios e fatos da trajetória específica da notícia compondo a história geral de nossa radiodifusão.

A notícia é exceção no rádio pioneiro

Embora em sua primeira fase histórica, nas décadas de 1920 e 30, o rádio brasileiro já se mostrasse um meio capaz de divulgar mais rapidamente os acontecimentos, ainda não tinha a notícia como uma de suas principais atrações. O noticiário constituía-se de cópia pura e simples das informações dos jornais impressos. Ou era opinativo e interpretativo, mas também com base nas informações retiradas dos periódicos.

A Rádio Sociedade, do Rio de Janeiro, emissora fundada por Roquette-Pinto e apontada como a primeira do país, foi precursora também da introdução do jornalismo na radiofonia brasileira. Inaugurou nosso radiojornalismo com o *Jornal da Ma-*

nhã, produzido e apresentado pelo próprio Roquette-Pinto da forma mais improvisada e amadora possível, a partir das notícias de jornais. Porém, em termos de conteúdo e até de volume de informações de cada notícia ou assunto em pauta, adotou uma “forma de fazer” muito diferenciada do que o radiojornalismo brasileiro produziu posteriormente. Saint-Clair Lopes, conforme Ortriwano, relata que “o *Jornal da Manhã* não era um simples noticioso, nem um modesto relato dos acontecimentos”, como os pioneiros jornais-falados e até mesmo outros noticiários radiofônicos que marcaram a história do veículo:

Era o fato comentado, esmiuçado e interpretado [...]. Por meio dele, o comentarista apreciava os acontecimentos nos noticiários dos jornais, lendo-lhes as manchetes e oferecendo um panorama inigualável de concisão, de realidade e de objetividade [...]. Nele, o Mestre distribuía fartamente informações, como devem ser consideradas em seu sentido. Não era um relato puro e simples dos acontecimentos; era a notícia comentada, esmiuçada, interpretada no seu conteúdo e nos seus reflexos no sistema social do Brasil e do mundo (1990, pp. 62-3).

Maria Beatriz Roquette-Pinto Bojunga confirma esse modo de fazer radiojornalismo em depoimento registrado nos CDs que acompanham *Histórias que o rádio não contou*, de Reynaldo C. Tavares:

Ele fazia o *Jornal da Manhã* de uma maneira muito original. [...] sempre andava com um lápis vermelho na mão. [...] e riscava todas as notícias que achava interessantes para o rádio. Depois que estava com os jornais todos riscados, tinha um telefone direto para a Rádio Sociedade. Então, mandava o João Nabi Júnior, que era o técnico; ele dizia para pôr a estação no ar. E então ele mesmo falava sobre cada assunto (1997, CD 1, faixa 8).

Essa forma de noticiar “inventada” por Roquette-Pinto é uma das raízes também das crônicas e dos comentários radiofônicos que se consolidariam posteriormente. Bonavita Federico (1982, p. 38) relata que já em 1925, além do *Jornal da Manhã*, a Sociedade transmitia mais três jornais falados: *Jornal do Meio-Dia*, *Jornal da Tarde* e *Jornal da Noite*. Mas a notícia, por um bom tempo, continuaria sendo transposta diretamente dos jornais impressos para os jornais falados das ondas do rádio, sem técnicas de produção que usassem a especificidade do meio, principalmente características como o imediatismo e a mobilidade.

Repórter Esso: a notícia de rádio começa aqui

A partir dos anos 1940, ao se iniciar a Época de Ouro do rádio brasileiro, nosso modelo de notícia realmente começou a ser formatado. Com a radiodifusão comercial já implantada, em plena efervescência do rádio-espetáculo, o veículo passou a implementar um radiojornalismo mais efetivo, mais estruturado, especialmente por meio de noticiosos que, para Ortriwano, “marcaram definitivamente o gênero” (1985, p. 20). A autora destaca:

O Repórter Esso e o Grande Jornal Falado Tupi foram marcos importantes para que o radiojornalismo brasileiro fosse encontrando sua definição, os caminhos de uma linguagem própria para o meio, deixando de ser apenas a ‘leitura no microfone’ das notícias dos jornais impressos (p. 21).

O *Repórter Esso* entrou no ar em 28 de agosto de 1941 pelas ondas da então emissora padrão do país – a Rádio Nacional do Rio de Janeiro. Mas não foi uma criação brasileira. O *Esso* chegou ao Brasil pela agência de publicidade McCann-Erickson, dos Estados Unidos, que se instalou aqui dentro da política de aproximação norte-americana desenvolvida pelo Birô Interamerica-

no. Patrocinado pela empresa petrolífera Standard Oil, também norte-americana e depois denominada Esso Brasileira de Petróleo Ltda., no período da Segunda Guerra Mundial, foi produzido integralmente pela United Press (UP), agência de notícias igualmente dos Estados Unidos que, mais tarde, em 1958, passou a se chamar United Press International (UPI). Por 27 anos, teve veiculação ininterrupta. E foi transmitido, simultaneamente, por diversas emissoras brasileiras: além da Nacional, irradiaram o *Esso* a Record, de São Paulo (SP), a Farroupilha, de Porto Alegre (RS), a Rádio Clube, de Recife (PE), e a Rádio Inconfidência, de Belo Horizonte (MG).

Com cinco emissoras transmitindo o noticiário, distribuídas em pontos estratégicos do país, acredita-se que foi a primeira tentativa de se montar uma rede nacional de divulgação de notícias, visando conquistar não só clientes, mas a opinião pública brasileira. Porém, com a transmissão em ondas médias e curtas, o espectro da Nacional penetrava na maioria dos estados brasileiros (Klöckner, 1998, p. 116).

O rádio vivia sua fase áurea. Entretanto, o radiojornalismo se desenvolvia mais nas grandes emissoras das capitais e cidades maiores. No interior do país e nas pequenas rádios, os jornais impressos continuavam sendo lidos no ar, e o avanço era copiar as grandes estações. O radialista gaúcho Lauro Haggemann, um dos locutores do *Esso* no Rio Grande do Sul, lembra que, quando iniciou no rádio, ainda no interior do estado, na cidade de Santa Cruz do Sul, além de recortar as notícias dos jornais, retirava informações dos noticiosos transmitidos pelas emissoras localizadas em Porto Alegre, São Paulo e Rio de Janeiro. Mais ainda: como o *Esso* chegava até suas retransmissoras por via telegráfica, contando com a ajuda do telegrafista da cidade, os locutores e redatores da rádio de Santa Cruz interceptavam os telegramas do *Repórter* e faziam a leitura em seus noticiários, sem qualquer mudança. Era um plágio total. E, segundo Haggemann, não foram poucas as

vezes em que aquela rádio veiculou as notícias do *Esso* antes do próprio *Esso*.

Do outro lado do país, fazia-se radiojornalismo recorrendo a práticas semelhantes, conforme lembra Narcélio Limaverde, radialista cearense e filho de um dos primeiros homens de rádio do Ceará, José Limaverde. Além da escuta de noticiários de capitais como São Paulo e Rio, entre os quais o *Grande Jornal Falado Tupi* e o *Esso*, os radialistas de Fortaleza, segundo ele, lançavam mão da ajuda do telegrafista e mantinham a cola e a tesoura para retirar notícias dos veículos impressos. Assim, as notícias que lá chegavam com mais rapidez eram as nacionais e internacionais. Os acontecimentos locais só apareciam nos noticiários com atraso de muitos dias, semanas até, pois, no caso do Ceará, os “repórteres” captadores de informações eram os funcionários do IBGE situados no interior do estado, que enviavam as notícias por meio de cartas.

Dessa forma, além de uma notícia ao estilo norte-americano, o radiojornalismo brasileiro ganhou impulso ao dar prevalência aos assuntos internacionais. Eram estes que chegavam às emissoras em maior volume, em telegramas das agências noticiosas.

O *Repórter Esso* foi um marco na história do radiojornalismo nacional que, de acordo com Sonia Virgínia Moreira (1991, p. 26), “alterou completamente o padrão dos jornais falados vigente, até então, no rádio brasileiro”. Com o *Esso*, inaugurou-se no país um modelo de noticiário de rádio usualmente denominado de síntese noticiosa. Caracteriza-se por curta duração (cinco minutos era o tempo do *Esso*) e notícias com textos estruturados por frases curtas em ordem direta, informações objetivas.

O texto de cada edição era elaborado pelos redatores do escritório da UP no Brasil, seguindo rigorosamente as regras inflexíveis do manual de produção do *Esso*. As notícias internacionais chegavam prontas dos Estados Unidos. Pronto, o *Repórter*

era enviado, via telégrafo, para cada uma das rádios que o irradiavam, contendo um espaço para notícias locais. Essa forma de organização e estruturação do noticiário se consolidou mesmo após o fim da Segunda Guerra.

Com o *Repórter*, começaram a surgir regras de redação, apresentação e coleta de informações para as notícias radiofônicas. O locutor Heron Domingues, exclusivo do *Esso* na Rádio Nacional, explica o que é uma notícia de rádio em texto redigido em 1949 e citado por Moreira:

A imprensa é a análise, o rádio é a síntese. A imprensa dirige-se aos que sabem ler; o rádio fala, também, aos que são analfabetos. As frases radiofônicas são curtas, contêm apenas o sujeito, o verbo e o objeto direto ou indireto. Em casos especialíssimos, recorremos ao luxo dos adjetivos ou ao desperdício dos pleonismos de efeito. A vibração da palavra no tímpano de cada ouvido é fugaz; e o entendimento deve ser instantâneo, para que o cérebro possa acompanhar o curso da notícia (1991, p. 29).

Mas não se pode creditar apenas a Heron Domingues a criação das normas do famoso noticiário. Suas definições, na verdade, decorrem de regras que vieram junto com o *Esso* para o Brasil. Desde seu começo na Rádio Nacional, o *Esso* apenas transferiu ao radiojornalismo brasileiro formato, linguagem e técnica de produção característicos dos Estados Unidos. O correspondente, segundo Perosa (1995, p. 62), “seguiu as normas rígidas e funcionais dos noticiários radiofônicos norte-americanos”. E estes, por sua vez, traziam embutidos o estilo e a forma de fazer do jornalismo impresso dos Estados Unidos.

Concordando com Marcos Reis, radialista que integrou a JB e estudioso do rádio brasileiro, foi com o *Repórter Esso* que não apenas o radiojornalismo nacional como o nosso próprio jornalismo impresso se transformaram, por exemplo, adotando o

conceito de *lead* dos norte-americanos. O *Esso*, com seu modelo de síntese noticiosa e técnica de produção e redação, acabou incorporando o *lead* antes mesmo dos jornais impressos brasileiros. E, como foi copiado em todo o país, pode-se dizer que o *lead* chegou ao Brasil pelas ondas do rádio.

O modelo de jornal falado do *Repórter Esso* é pioneiro em comunicação, mesmo em relação ao jornal impresso – fonte natural do radiojornalismo. Ele antecipa de uma década, com seu manual de produção, os manuais de redação dos grandes jornais. [...] A notícia – como leciona o manual de produção – deve ser objetiva e clara, em períodos curtos, sem orações intercaladas (Bahia, 1990, p. 173).

Na época, o termo *lead* e seu conceito ainda não estavam disseminados. Mas o formato e o conteúdo das notícias do *Esso* antecipavam o caminho definitivo de nossos noticiários radiofônicos. O modelo era ditado no manual de produção do noticiário, conforme trecho transcrito por Juarez Bahia:

‘Afastar do relato tudo o que seja comentário ou que soe como adjetivações’; ‘o *Repórter Esso* veiculará tão-somente fatos, sem opiniões’; ‘todas as notícias e informações isoladas serão apresentadas em pelo menos duas sentenças’. E cita um exemplo: ‘São Paulo – o Palmeiras derrotou hoje o Santos no Pacaembu. A contagem foi cinco a zero’. É o *lead* na ordem direta que depois faria época na imprensa (1990, p. 173).

Ao determinar a síntese, a clareza e a objetividade na forma e estrutura do relato da informação como as principais características do *Repórter*, o manual de produção do noticioso antecipou não apenas o que viria a ser o *lead*, mas também e principalmente o formato de nossa notícia. A condensação era regra indiscutível,

determinada já pelo tempo de duração de cada edição – cinco minutos exatos, durante os quais o manual exigia a veiculação do maior número possível de informações. A orientação quanto à extensão do noticiário não deixava dúvidas sobre a exigência de síntese:

[...] cada informação é condensada (sem prejuízo de sua clareza) em itens de 30 a 40 palavras, o que corresponde a três ou quatro linhas datilografadas. Desta forma, em cada edição do *Repórter Esso* podem ser transmitidas cerca de 600 palavras, inclusive 13 a 15 notícias.

A objetividade e a clareza eram sustentadas como as principais formas de estruturar e redigir, conforme também atesta seu manual: “As notícias e as informações do *Repórter Esso* são apresentadas de maneira simples e objetiva. Essas características são asseguradas pelas frases curtas (cerca de dez palavras) construídas em forma de oração direta”.

Pode ser que os manuais de redação de emissoras brasileiras, surgidos organizadamente e em profusão anos depois, não sigam integralmente os ensinamentos e as rígidas normas do *Esso*. Porém, em todos é possível vislumbrar muito do tom proposto pelo *Repórter*. Por exemplo, as normas da Rádio Jornal do Brasil, em 1981, na época em que a emissora também fazia escola no radiojornalismo brasileiro, indicavam, entre outras, as seguintes orientações:

No rádio, as frases de ordem direta (sujeito, verbo, complemento) são geralmente as melhores, por serem as mais claras e, também, as mais usadas na linguagem falada [...]. [...] O cérebro humano não consegue registrar uma informação recebida pelo ouvido, pular para outra e retornar à inicial, sem parar de receber informações. Usar sempre uma frase e um ponto para

cada ideia. Além de usar frases simples e curtas, é preciso evitar palavras longas e complicadas. [...] Traduzir sempre, para o português coloquial, as informações em ‘polítiquês’, ‘economês’ ou qualquer outra terminologia técnica [...].

Em São Paulo, também na década de 1980, outra emissora se destacava e ditava “moda” radiofônica no Brasil. Era a Jovem Pan, que, pelas mãos da radialista Maria Elisa Porchat, produziu um manual de radiojornalismo que ensina o seguinte:

A Jovem Pan adotou, para facilitar a absorção destas informações nos jornais falados, a forma ‘manchetada’ de noticiário, que, com o tempo, passou a ser o aspecto formal mais característico da rádio.

O MOSQUITO ‘TIGRE ASIÁTICO’ JÁ INFESTOU 37 CIDADES. O MINISTÉRIO DA SAÚDE DEU O SINAL DE ALERTA. MOBILIZADAS 21 CIDADES DO ESPÍRITO SANTO, 12 DE MINAS E QUATRO DO RIO. O ‘TIGRE ASIÁTICO’ TRANSMITE DENGUE, FEBRE AMARELA E ENCEFALITE.

Manchetar é redigir as notícias em frases curtas, sintéticas [...]. Vá direto ao fato principal [...]. Contar apenas com a audição significa que o som deverá suprir a falta da imagem. Isto demanda uma linguagem mais do que clara, uma linguagem nítida, para que o ouvinte ‘veja’ através das palavras. Evite palavras técnicas e os termos científicos [...].

A ordem direta – sujeito + verbos + complementos – é mais simples e fácil de ser entendida (1989, pp. 62-104).

Essas semelhanças e ecos dos já longínquos tempos do *Esso* não são meras coincidências. Seu modelo foi a principal raiz de nossa notícia radiofônica. Uma base importada, numa prática comum na história de todo o jornalismo brasileiro.

A narrativa jornalística praticada no Brasil, em meios impressos ou eletrônicos, na grande estrutura das mídias, como nas pequenas estruturas regionais e locais, e também na imprensa alternativa dos anos 70, revela a mesma importação de modelos, sempre com uma defasagem histórica e vazia de dinâmica criativa e amadurecimento. Importamos a técnica do *lead*, como importamos a pirâmide invertida [...] (Medina, 1988, p. 141).

A notícia mudou na contemporaneidade?

Na década de 1990 e na atualidade, com as comunicações vivendo mais uma época de grandes avanços tecnológicos, que permitem informar com volume e rapidez a cada dia maiores, a notícia mudou, sim. No final do século passado, a consolidação do radiojornalismo *all-news* e *talk and news* nas principais emissoras e redes radiofônicas do país fez com que o noticiário desenvolvesse novos meios e incorporasse os diversos formatos de transmitir informação construídos até então. A era do “vozeirão” de locutores e da notícia previamente redigida conforme padrões rígidos saiu definitivamente do ar. Uma diversidade de vozes – do repórter ao apresentador que improvisa, dos ouvintes às fontes entrevistadas ao vivo – transmite as notícias com os mais variados modos de falar.

Entretanto, nesta nova notícia que ouvimos hoje, ainda encontramos resquícios de redação, de locução, de ordenamento das informações que o manual de produção do *Esso* determinou ao rádio brasileiro. Porque, afinal, a nova notícia é resultado de transformações dessas antigas técnicas e modos de fazer. Um exemplo: nos anos 1990, na Rádio Gaúcha AM, de Porto Alegre, que até então adotava o sistema *talk and news*, as “orientações básicas sobre texto, reportagem e produção”, entre outras determinações, incluíam várias em que se podiam identificar raízes do *Esso* e de outros noticiosos que o sucederam. Ainda pediam

notícias redigidas com frases em ordem direta, com sujeito, verbo e complemento, e ensinavam:

A matéria jornalística, produzida na rádio, deve conter todas as informações fundamentais [...] e ser exata [...], clara [...], concisa [...] e elegante. [...] Reduza todo o palavreado supérfluo. Corte os adjetivos e as partículas que pouco ou nada acrescentam à notícia [...]. Prefira as frases curtas. [...] Uma série de frases curtas e incisivas dá à notícia um sentido de ação e urgência (Klöckner, 1997, pp. 28-33).

Nos dias de hoje, com as facilidades tecnológicas de transmissão de som, do telefone celular aos programas de comunicação via internet, as notícias radiofônicas são cada vez mais veiculadas em tempo real, de improviso e de qualquer lugar onde estiver ocorrendo o fato jornalístico. E também aumenta o leque de informações consideradas noticiáveis pelo radiojornalismo. É que este hoje já consolida tendência apontada por Meditsch (1999, pp. 20-2) de ampliação da concepção do que constitui a informação radiofônica. Além do fato jornalístico, noticioso, incluem-se também outras irradiações informativas, como as informações da hora certa, da operação dos aeroportos, das condições das rodovias, a previsão do tempo. Assim, da prestação de serviços, da utilidade pública à agenda artística e cultural, uma imensa gama de informações pode ser jornalística, considerada notícia e transmitida como tal. E muito mais agora, com a transmissão da programação das rádios também pela internet e, principalmente, depois do advento das web-rádios.

Hoje o rádio e, conseqüentemente, sua notícia têm condições de explorar, cada dia sempre mais, suas características e recursos, em especial de imediatismo e instantaneidade, graças exatamente aos múltiplos instrumentos de captação e apuração da informação: telefone celular, internet, acesso às agências no-

ticiosas e demais veículos jornalísticos via computador, correio eletrônico, entre outros, garantem a localização das fontes e o acompanhamento dos fatos a qualquer momento, em qualquer lugar e em tempo real. Além disso, essa multiplicidade permite uma variedade maior de fontes. Realidade da notícia contemporânea que já na década de 1990 foi prevista por Nilson Lage: “[...] as notícias de jornal são cada vez menos notícias no sentido clássico e cada vez mais reportagens. Também nos telejornais e boletins de rádio produzem-se reportagens” (1998, p. 64).

A notícia radiofônica realmente está mudada. Principalmente por ser produzida com volume maior de fontes e formas de captação, irradiada por mais vozes, com textos e linguagens mais coloquiais e compostos por mais elementos de produção radiofônica, dos efeitos sonoros até a música. Também por permitir duração mais longa e não ser tão objetiva em termos de relato seco e direto. Diminuiu a prática da notícia primária estrita, a que faz um rápido relato, e aumentou a das mais próximas à reportagem, a que recupera a versão dos fatos. Mas ainda ouvimos sínteses noticiosas que, se não têm o estilo *Esso* de locução, preservam o formato e a escrita sonora do noticioso. E a linguagem radiojornalística de nossas emissoras, hoje já considerada própria e adequada à especificidade do meio, iniciou seu efetivo desenvolvimento com o *Repórter Esso* e suas regras então inovadoras. Mesmo transformada, mantém singularidades e especificidades evidenciadas pelo *Esso*. Na contemporaneidade, entre muitos, um exemplo dessa construção da notícia de rádio: até uma meteorologista, em seu quadro diário de previsão do tempo, precisa noticiar as condições climáticas com base em técnicas de produção e com texto e linguagem próprios do radiojornalismo. A “moça do tempo” recebe preparação para isso. Caso contrário, é entrevistada pelo apresentador ou substituída por repórter tanto na captação e produção quanto na apresentação das notícias.

O que, até hoje, nenhum programa radiojornalístico conseguiu manter ou resgatar – menos ainda os de previsão do tempo – é o grau de credibilidade que o *Esso* alcançou para suas notícias na Era de Ouro. Durante a guerra, o programa atingiu seu clímax; só se dava credibilidade às notícias que transmitia. Volta e meia, a mesa telefônica da Nacional entrava em pane, tamanho o número de telefonemas recebidos. Quando chegava uma notícia de impacto, começavam a tocar os telefones. As pessoas não queriam saber as informações passadas pelas telefonistas: “Queremos ouvir isso dito pelo *Repórter Esso*, a senhora não sabe nada!” (Velloso, 1997, p. 138).

Referências

- BAHIA, Juarez. *Jornal, história e técnica – as técnicas do jornalismo*. São Paulo: Ática, 1990.
- BONAVITA FEDERICO, Maria Elvira. *História da comunicação – rádio e TV no Brasil*. Petrópolis: Vozes, 1982.
- CALMON ALVES, Rosental. “Radiojornalismo e linguagem coloquial”. *Cadernos de Jornalismo e Comunicação*, Rio de Janeiro (Ed. Jornal do Brasil), 1974, n. 45, s. p.
- CÖHEN, Guilherme. “No ar, o *Grande Jornal Fluminense*”. *Revista de Comunicação*, Rio de Janeiro (Agora Comunicação Integrada Ltda.), nov. 1992, ano 8, n. 30, s. p.
- FELICE, Mauro de. *Jornalismo de rádio*. Brasília: Thesaurus Editora, 1981.
- KLÖCKNER, Luciano. *A notícia na Rádio Gaúcha*. Porto Alegre: Sulina, 1997.
- . *O Repórter Esso na história brasileira (1941-1945 e 1950-1954)* (dissertação). Programa de Pós-Graduação em Comunicação (PUC-RS). Porto Alegre, 1998.
- LAGE, Nilson. “O *lead* clássico como base para automação do discurso informativo”. *Vozes e Diálogo* (revista do Núcleo de Pesquisa e Extensão da FACOART), Itajaí (Univali), 1998, ano 2, n. 1, s. p.
- MEDINA, Cremilda. *Notícia, um produto à venda: jornalismo na sociedade urbana e industrial*. São Paulo: Summus, 1988.
- MEDITSCH, Eduardo. *A especificidade do rádio informativo* (tese). Lisboa: Universidade Nova, 1996.

- . *A rádio na era da informação – teoria e técnica do novo radiojornalismo*. Coimbra: Minerva, 1999.
- MOREIRA, Sonia Virgínia. *O rádio no Brasil*. Rio de Janeiro: Rio Fundo Editora, 1991.
- NOLETO ALVES, Laurenice. “A Era do Rádio – o tempo em que o Brasil só acreditava no que ouvia no *Repórter Esso*”. *A imprensa no Brasil – de D. João a FHC, 190 anos de história*. Revista Comemorativa ao XXIII Congresso Mundial dos Jornalistas (Fenaj), mai. 1998, s. p.
- ORTRIWANO, Gisela Swetlana. *A informação no rádio – os grupos de poder e a determinação dos conteúdos*. São Paulo: Summus, 1985.
- . *Os (des)caminhos do rádio* (tese). Escola de Comunicações e Artes. USP, 1990.
- PEROSA, Lilian Maria F. de Lima. *A hora do clique. Análise do programa de rádio Voz do Brasil da Velha à Nova República*. São Paulo: Annablume/ECA-USP, 1995.
- PORCHAT, Maria Elisa. *Manual de radiojornalismo Jovem Pan*. São Paulo: Ática, 1989.
- PRADO, Emílio. *Estrutura da informação radiofônica*. São Paulo: Summus, 1989.
- RÁDIO Jornal do Brasil. *Sugestões ao radiojornalismo*, 1981.
- REPÓRTER Esso. *Manual de produção*, ago. 1963.
- REPÓRTER Esso, 10 anos. Edição especial (áudio). Rádio Nacional, Rio de Janeiro, 28 ago. 1951.
- SISTEMA Globo de Rádio. *Manual de redação e produção*, 1985.
- SOARES, Edileuza. *A bola no ar – o rádio esportivo em São Paulo*. São Paulo: Summus, 1994.
- TAVARES, Reynaldo C. *Histórias que o rádio não contou*. São Paulo: Negócio Editora Ltda., 1997.
- VELLOSO, Mônica. *Mário Lago: boemia e política*. Rio de Janeiro: Ed. FGV, 1997.
- ZUCULOTO, Valci. *A notícia no radiojornalismo brasileiro: transformações históricas e técnicas* (dissertação). Programa de Pós-Graduação em Comunicação (PUC-RS). Porto Alegre, 1998.

Entrevistas

Lauro Haggemann – jornalista e radialista, locutor exclusivo do *Repórter Esso* na Rádio Farroupilha, em Porto Alegre. Trabalhou em emissoras gaúchas

como a Rádio Santa Cruz do Sul e a Guaíba, na capital. Entrevista à autora em agosto de 1997, em Porto Alegre.

Marcos Reis – jornalista, professor de jornalismo, editor do *Repórter Esso* na televisão de 1952 a 1970. Entrevista à autora em janeiro de 1998, no Rio de Janeiro.

Narcélio Limaverde – radialista, filho de um dos primeiros profissionais de rádio do Ceará (José Limaverde), trabalhou na Rádio Clube e em diversas outras emissoras de Fortaleza. Entrevista à autora por telefone, em novembro de 1997.

Surgimento e desenvolvimento da reportagem na Emissora Continental do Rio de Janeiro (1948-1964)*

Flávia Lúcia Bazan Bepalhok (UFPR)

Depois de surgir oficialmente nas comemorações do Centenário da Independência, o rádio no Brasil começou a se materializar nas primeiras emissoras, que traziam um conteúdo educativo, cultural e elitista. No segmento do jornalismo, as décadas de 1920 e 1930 foram caracterizadas por um processo conhecido como “tesoura e cola”, ou seja, as notícias eram recortadas diretamente dos jornais e seguiam para a leitura ao microfone. Não havia uma redação específica para os noticiários. Isso passou a ocorrer somente na década de 1940, com o *Repórter Esso*, mas este ainda estava centrado na figura dos *speakers*, que liam as notícias do estúdio. Era um radiojornalismo produzido dentro das emissoras. A participação de repórteres no local dos fatos de grande importância ainda não era rotina no radiojornalismo brasileiro.

Essa história começou a mudar com a peculiar trajetória da Emissora Continental do Rio de Janeiro (PRD-8). Criada em 1948, quando o veículo vivia sua fase áurea operando em sistema de *broadcast*, ou seja, o de emissoras que transmitiam para

* Resultado de dissertação defendida em 2006, no Mestrado em Comunicação, na Universidade Estadual Paulista (Unesp), em Bauru (SP).

todo o país uma programação calcada no entretenimento e em grandes espetáculos, a emissora apostou numa nova vertente de programação: ênfase no esporte e na informação. A ideia dessa nova configuração veio do locutor esportivo Gagliano Neto, que dez anos antes havia realizado a proeza de transmitir, em cadeia nacional e direto da Europa, a Copa do Mundo de 1938.

A bibliografia sobre a Continental e sua experiência com a reportagem é escassa. Entretanto, é pródiga ao ressaltar a importância que a emissora teve para definir os caminhos do radiojornalismo no Brasil. Felice aponta a Continental como a emissora que “marcou época com as transmissões externas, no final da década de 1950” (1981, p. 68). Já Ortriwano fala de profundas transformações nos “jornais falados quando a Rádio Continental do Rio de Janeiro torn[ou]-se a primeira emissora brasileira especializada em reportagens externas, uma criação de Carlos Palut” (2003, p. 79).

Para Moreira, a experiência de reportagem desenvolvida por Palut e pela Continental foi uma das bases para o estabelecimento do tipo de radiojornalismo que temos na atualidade: “A reportagem volante de Carlos Palut foi mais um passo na consolidação do radiojornalismo nacional” (2000, p. 36).

Neste artigo, apresentamos alguns aspectos dessa história de implantação da reportagem na emissora. Para tanto, entrevistamos nove profissionais¹ que trabalharam na Continental: Saulo Gomes, Ary Vizeu, Carlos Alberto Vizeu, Paulo César Ferreira, Paulo Caringi, Teixeira Heizer, Jorge Sampaio, Afonso Soares e Celso Garcia. Além dos depoimentos, procuramos cruzar as informações com periódicos da época, como *Revista do Rádio*, *Radiolândia* e *Correio da Manhã*, com produções sobre o rádio

¹ A ordem de apresentação dos entrevistados segue a cronologia das entrevistas realizadas.

em áudio e vídeo e com documentos da emissora cedidos pelos entrevistados.

O surgimento da Emissora Continental

Antiga Rádio Clube Fluminense, a Continental foi comprada por Rubens Berardo em 1948. A sede era em Niterói (RJ), onde ficava um dos estúdios. O outro estava situado na cidade do Rio de Janeiro, inicialmente na Avenida Rio Branco,² de onde era transmitida a programação jornalística e esportiva.

Rubens Berardo confiou a Gagliano Neto a estruturação da emissora. Uma notícia publicada no *Correio da Manhã* aponta que a inauguração “da emissora 100% esportiva” ocorreu no dia 31 de julho de 1948, com a presença de jornalistas, diretores de publicidade e figuras de destaque do esporte nacional.

Em 31 de dezembro de 1952, Gagliano Neto fez, ao microfone da Continental,³ um balanço de quatro anos à frente da emissora. O radialista, que também completava 19 anos de carreira, citaria o apoio incondicional dado por Berardo à programação diferenciada que fora estabelecida na emissora: “Cabem e se impõem, pois, estas palavras de reconhecimento ao homem arrojado (sic) e de visão, que me deu o que, antes, todos me negaram: a oportunidade de concretizar um plano, exequível e necessário, mas discutido e proibido até então”.

É importante atentar para o fato de Gagliano ter dividido as atividades da emissora em dois períodos distintos. O primeiro foi “de maio de 1948 a igual mês de 1951”, em que a Continental irradiou diversos eventos esportivos nacionais e internacionais. Nesse primeiro período, não há menção à transmissão de reportagens.

² Depois a emissora se transferiu para a Rua Riachuelo, n. 48.

³ Esse depoimento foi depois transcrito na edição de 10 de fevereiro de 1953 da *Revista do Rádio*, sob o título “A serviço do povo por toda parte”.

Depois de exaltar a entrada do locutor Oduvaldo Cozzi no elenco da Continental em maio de 1951, Gagliano partiu para o relato do período compreendido entre junho de 1951 e dezembro de 1952. Mais uma vez, o superintendente das Organizações Rubens Berardo destacou inicialmente as muitas transmissões de variados esportes e eventos (automobilismo, remo, natação, futebol, atletismo, Olimpíadas) dos mais inusitados locais: “Sundswall, a 300 quilômetros do Polo Norte, e de Valdívia, sobre o paralelo 38-sul, a poucas centenas de quilômetros do Polo Meridional”.

Gagliano enfatizaria que, desde 1948, das seis da manhã às duas da madrugada, uma equipe da emissora vinha cumprindo “a primeira parte do slogan: 100% esportiva”. Só depois seriam apresentadas a segunda parte dele, os “100% informativa”, e a justificativa para seu surgimento:

O rádio moderno deixou de ser um divertimento, para tornar-se o grande veículo de difusão de notícias. É um imperativo, pois, da era atômica bem aproveitar a maior força que o homem inventou para suas comunicações: o rádio. E a Emissora Continental é, sem dúvida, a precursora do jornal falado na completa acepção do termo.

O pronunciamento apontava ainda a equipe responsável pela parte informativa da emissora. A chefia da Divisão de Imprensa Falada ficava a cargo de Hermano Requião, que tinha sob sua coordenação a Seção de Noticiário, comandada por Dalwan Lima, a Seção de Comandos e Reportagens, chefiada por Carlos Palut, a Seção de Divulgação, sob responsabilidade de Gilliat Schettini, e o Departamento de Opinião, onde atuavam Manoel Jorge e Mario Carvalho da Silva. Gagliano sublinharia que o campo de ação da Divisão era “a via pública, os recintos dos Tribunais, das Igrejas, dos Hospitais, dos Colégios, dos Palácios Governamentais e ministeriais, das repartições,

das fábricas, dos portos e aeroportos – enfim, anda a serviço do povo por toda parte”.

Com essas informações, Gagliano já indicava aquela que se transformaria numa das características mais marcantes da equipe de reportagens da Continental, ou seja, transmitir os fatos no momento e do local em que eles ocorressem, durante o tempo que fosse necessário:

Não se pode marcar hora para o suceder dos acontecimentos. O que acontece aqui no Rio, nos estados, no exterior, é imediatamente noticiado. E, se o acontecimento tem grande importância, a Emissora Continental comparece com seus *Comandos* ou com seus repórteres.

A transmissão dos informativos e dos eventos esportivos era intensa, mas não era a única programação da Continental. Gagliano Neto não abriu mão da música. Pensou, portanto, num formato de programação até então novo, o de música-esporte-notícia.

Mesmo tendo esse espaço garantido na grade de programação, os relatos dos antigos repórteres dão conta de que a música não era prioridade na emissora e poderia ser interrompida a qualquer instante para a entrada da informação. Jorge Sampaio (2004) diz que a emissora era “muito falada”, tendo a informação e os esportes como matéria-prima. “A programação musical era interrompida em plena música para que você fizesse um flash de qualquer lugar dizendo uma coisa importante” (Garcia, 2005). A música relegada ao segundo plano também é o que afirma Carlos Alberto Vizeu (2004): “Só tocava na verdade para, vamos assim dizer, tapar o buraco. A Continental tinha a preocupação da reportagem, não é da notícia, é da reportagem”.

Na experiência da Continental, não existem evidências de como foi tomada a decisão da produção de reportagens, direito do palco da ação, e quando isso foi feito. Felice, que é a base para

muitas das obras que contam a experiência da emissora, afirma que a reportagem externa surgiu no final da década de 1950, depois de uma reunião de

Carlos Palut e Ary Vizeu com a alta direção da Emissora Continental. Foi então elaborado um plano com o sentido de dar força às reportagens externas. Esse plano consistia na criação dos *Comandos Continental*, quando a emissora passava a transmitir diretamente dos locais dos acontecimentos (1981, p. 68).

Um dos citados participantes desse encontro, Ary Vizeu (2004), disse não se recordar de tal reunião e negou que dela tivesse participado. A negativa faz sentido, uma vez que ele somente entrou na Continental na década de 1960. Carlos Alberto Vizeu (2004) foi bastante enfático e também não acredita que essa reunião tenha existido: “Eu desconheço essa reunião”.

Se tal reunião não é conhecida nem citada por qualquer dos entrevistados, pelo menos uma questão permeou muitos depoimentos: a cobertura ao vivo do carnaval. Para Carlos Alberto Vizeu (2004), esse foi o embrião das transmissões externas que se fariam na Continental: “A cobertura de carnaval na verdade foi o começo, foi o primeiro passo para o que ele [Carlos Palut] queria fazer, que era fazer a cobertura dos grandes acontecimentos, que depois foi feito”.

Jorge Sampaio (2004), que participou da primeira cobertura do carnaval, também atribui a ideia a Palut. Contou que Palut precisou convencer o então diretor geral da emissora, Gagliano Neto, a permitir a transmissão; disse ainda que a cobertura foi um sucesso e alavancou a audiência da rádio: “Em 1951, nós fizemos a primeira transmissão de carnaval do Rio de Janeiro. 1951. Ele [Carlos Palut] era um sujeito extraordinário, criativo, cheio de invenção, ele criava, ele realmente criava”.

Quem também participou dessa transmissão foi Afonso Soares (2005); segundo ele, a ideia de Palut era cobrir o carnaval à margem do carnaval, ou seja, “dar uma cobertura principalmente para quem estava em casa. Isso ninguém acreditava que pudesse ser sucesso”. Mas foi. De acordo com Carlos Alberto Vizeu (2004), durante o carnaval, “o noticiário ficava relegado ao quinto plano”. Palut, então, o colocou em evidência, ou seja, em vez de falar apenas das escolas e dos desfiles, centrou-se nos fatos que ocorriam nos entornos do evento. “Depois, todas as rádios começaram a imitar a Continental, o estilo de cobertura.”

Essa primeira cobertura do carnaval idealizada por Palut é chamada por Jorge Sampaio (2004) de “empírica”, principalmente pela falta de equipamento e experiência em transmissões desse tipo. Apenas um posto de transmissão foi montado na Avenida Rio Branco, e, por meio de uma linha telefônica instalada a pedido da emissora pela Companhia Telefônica Brasileira, a transmissão foi feita.

A cobertura do carnaval de 1952 foi ampliada (de um para dez postos de transmissão) e mereceu uma nota na revista *Radiolândia* que circulou em 11 de março de 1952: “Foi uma ‘cobertura’ eficiente, que colocou o rádio na sua condição plena de informativo”.

Em 1953, a emissora trabalhou com 12 postos e, em 1954, com vinte. A “Bolsa de valores do rádio”, uma seção fixa da *Revista do Rádio* em que os programas eram avaliados e recebiam notas de zero a dez, classificou com cotação nove a cobertura do carnaval de 1955 feita pela Continental: “Excelente reportagem. Viva, dinâmica, bem entrosada e até mesmo inteligente, em certos momentos. [...] Em certos instantes, ultrapassou mesmo o próprio carnaval carioca, pobre e triste carnaval de 55”.

O que se observa em todas as informações das coberturas dos carnavais é que, além de transmitir os desfiles, a Continental passou a fazer um trabalho de prestação de serviço, informando

sobre pessoas desaparecidas e acidentes, como fica claro numa nota publicada pela coluna “Olho por...” da revista *Radiolândia*, em 12 de março de 1955:

Gente boa essa da Rádio Continental. Trabalharam os três dias de carnaval, ajudaram todo mundo. Acharam crianças, prenderam uma guarnição inteirinha da Rádio-Patrolha, localizaram carro roubado, moça fugida, marido transviado, comeram em pé, choraram e riram de emoção. Todo mundo trabalhou. Dava uma sensação de segurança saber que eles lá estavam, em todos os pontos da cidade, sempre informando. De vez em quando havia uma alteração. O nome de Palut corria para lá e para cá. [...] Gente muito boa essa da Continental. Enquanto a maioria dos radialistas deu um jeitinho de fugir do trabalho, eles mergulharam pra cabeça...

Na avaliação de Jorge Sampaio (2004), com a cobertura do carnaval, a Continental ganhou em audiência e amplitude de ação. Ele compara o feito da emissora a “um gol de letra” e afirma que, a partir de então, aumentou o prestígio da rádio porque ela “ia até o fato; onde ele acontecesse estava um repórter presente”.

A busca pela reportagem e pelo imediatismo

“A que está em todas.” Esse era um dos slogans da Continental para o sistema de radiojornalismo implantado na década de 1950. Carlos Alberto Vizeu (2004) informa que, “quando tinha um grande acontecimento, a Continental caía em cima”. Daí a justificativa para o slogan. O dia a dia das transmissões passou a ser feito pelos *Comandos Continental*.

Para dar agilidade aos *Comandos* nas transmissões externas, a emissora possuía dois microfones sem fio chamados de BTP. Nada parecido com os microfones sem fio que conhecemos

hoje, portáteis e discretos, o BTP tinha cerca de 40 centímetros de altura. Apesar de grandes e desconfortáveis, os microfones eram, segundo Paulo César Ferreira (2004), “moderníssimos” para a época.

Além dos BTPs, a Continental tinha dois carros volantes, o Rádio Continental 1 (RC-1) e o Rádio Continental 2 (RC-2). Eram da marca Dodge e foram adquiridos por meio de permuta, ou seja, pagos com o anúncio da marca na emissora. Aí o motivo de mais um slogan: “Os *Comandos Continental* usam carro Dodge porque não podem parar nem falhar”. O RC-1 era um carro menor – uma camionete – e o RC-2, um furgão. De cor azul e letras amarelas, os carros da Continental chamavam a atenção por onde passavam e, segundo Baumworcel (2004), foram os primeiros do país totalmente equipados para transmitir reportagens externas.

O RC-1 e o RC-2 circulavam diariamente pela cidade. Um ficava encarregado de cobrir as pautas previamente agendadas, enquanto o outro percorria a cidade em busca do inusitado e do inesperado. A ordem de Palut era a de que os repórteres procurassem por assuntos de interesse da cidade e prestassem um serviço ao cidadão falando de incêndios, assaltos, desabamentos ou enchentes.

Pelos relatos dos entrevistados, depreende-se que a Continental cobria de tudo, desde acidentes até feira livre. Teixeira Heizer (2004) fornece um exemplo de serviço que a Continental prestava e que a colocava ao lado do ouvinte:

Ele [Palut] tinha coisas assim: feira livre, ele ia e dizia: ‘olha o tomate, tá muito caro’, ‘esse pimentão tá estragado’. Isso no ar, assim. Isso foi o maior sucesso, porque a dona de casa se sentia vingada. [...] Então eles vingavam as donas de casa. E se tornaram bastante populares no Rio de Janeiro. E impuseram esse esquema de externas.

Nessa prática de externas, segundo Afonso Soares (2005), “não havia um fato que acontecesse no Rio de Janeiro que a Continental não estivesse presente”. Essa, aliás, foi uma fala recorrente entre os entrevistados. Pelos depoimentos, o slogan “a que está em todas” realmente se verificava no dia a dia. A cobertura que se fazia, nas palavras de Carlos Alberto Vizeu, era “pegar um acontecimento, ter começo, meio e fim, e ele [Palut] não fazia a coisa pela metade, a Continental, ela parava”. Ficar no ar transmitindo um acontecimento do início ao fim era, portanto, comum na Continental. A programação normal era interrompida e toda a emissora trabalhava em função do fato. Como exemplo dessa forma de trabalho, Saulo Gomes (2004) relata a cobertura de um acidente entre dois trens, na estação de Mangueira, em que a equipe ficou quatro dias transmitindo:

Fomos todos para o local e lá permanecemos durante quatro dias, cobrindo o acontecimento, acompanhando as equipes médicas. Muitas pessoas ficaram presas nas ferragens, às vezes eles amputavam braços e pernas no local para salvar as pessoas. [...] E assim era em todos os assuntos.

Nesse caso específico, além de repórteres na estação da Mangueira, a equipe se espalhou pelos hospitais e pronto-socorros que recebiam os feridos, Instituto Médico Legal, casa de familiares, prefeitura e secretarias municipais. Para que a cobertura fosse viabilizada em situações como essa, segundo Saulo Gomes (2004), o jornalismo precisava negociar com o Departamento Comercial:

A gente prosseguia o mais rápido possível com a notícia. O Palut, que ficava na retaguarda, acertava com o comercial. O comercial avisava aos anunciantes que eles iam dar uma compensação depois. Havia momentos em que se evitava dar o co-

mercial pra gente não perder o embalo, porque éramos muitos de nós no ar naquela hora.

O primeiro a chegar ao local do acidente foi Jorge Sampaio. Ele estava passando pelo viaduto de Mangueira quando ouviu o barulho do choque: “Eu tava no ônibus e saltei do ônibus e fui ver. Foi uma carnificina [...] Na frente, era o morro da Mangueira, um lugar chamado Buraco Quente. Eu sabia que só tinha um telefone, então fui lá no telefone, apanhei e botei no ar a reportagem”.

Falando das grandes coberturas feitas pela Continental, Paulo Caringi (2004) e Saulo Gomes (2004) citam ainda a explosão dos paióis do Exército em Deodoro, incêndios em circos e em muitos prédios (como o do Edifício Astória, na Cinelândia) e as constantes enchentes da cidade do Rio de Janeiro. Segundo Felice, na enchente de janeiro de 1966,

todo o trabalho de comunicação entre o povo e as autoridades passou a ser feito pela Emissora Continental. O governo da Guanabara determinou que todas as informações fossem transmitidas à Continental, que se transformou numa espécie de quartel-general de toda a operação de socorro e atendimento das vítimas do temporal (1981, p. 69).

Quando pensamos nesse tipo de jornalismo praticado pela Continental, é importante não esquecermos que estávamos na década de 1950, sem as facilidades tecnológicas da atualidade. No Rio de Janeiro da época, até uma linha de telefone fixo era difícil de ser conseguida. Mesmo assim, os *Comandos Continental* estavam sempre atentos ao que se passava na cidade e buscavam o imediatismo e a velocidade proporcionados pelo rádio, atitude que até então não era usual, já que o jornalismo, como vimos, ainda estava muito preso ao estúdio. Para transpor as dificulda-

des técnicas – quando não estava a bordo do RC-1 ou do RC-2 –, a equipe usava o prestígio que já tinha conquistado junto à população para pedir os telefones emprestados. Os repórteres procuravam a residência mais próxima do local do fato, se identificavam e, depois de reconhecidos como integrantes dos *Comandos*, utilizavam o telefone pelo tempo que fosse necessário:

Aí você diz, mas aí a dona de casa tá roubada, porque uma hora e meia, duas horas... Não, as pessoas tinham prazer, porque a Emissora Continental era um estado d'alma no Rio de Janeiro. O Rio se orgulhava da Emissora Continental (Heizer, 2004).

Os *Comandos* também realizavam reportagens gravadas, mas esse artifício era reservado principalmente para as entrevistas e reportagens previamente agendadas. O empecilho para as gravações esbarrava, mais uma vez, na questão tecnológica; eram necessárias quatro pessoas para carregar o equipamento: “A máquina de gravar era um trambolho, coisa enorme, pesada [...] Era um trambolho, pesava o quê? Mais de vinte quilos...” (Sampaio, 2004).

O momento de entrada de uma reportagem era determinado por sua importância. Se não fosse urgente, esperaria até o próximo noticiário. Se a urgência falasse mais alto, interrompia-se o que estivesse sendo transmitido com o prefixo dos *Comandos* – “A serviço do povo, por toda parte, os *Comandos Continental* em ação” (Carlos Alberto Vizeu, 2004).

Na busca pelo imediatismo e a velocidade proporcionados pelo rádio, a equipe precisava ter acesso rápido às informações. Uma das formas de tomar conhecimento dos acontecimentos eram os ouvintes. Para Afonso Soares (2005), a parceria estabelecida entre os ouvintes e a Continental foi uma das mais profícuas no rádio brasileiro: “Passamos a ter a seguinte situação: os ouvintes se encarregavam de comunicar à rádio o fato, [...] as pessoas

ouviam a Emissora Continental e, quando acontecesse um fato, elas telefonavam pra comunicar”.

Outra forma de saber o que estava acontecendo na cidade era por meio da rádio-escuta, que se dava principalmente com o *Repórter Esso*, citado por quase todos os entrevistados. Nas décadas de 1940 e 1950, o *Esso*, veiculado pela Rádio Nacional, era um dos principais informativos do rádio brasileiro. Depois da Segunda Guerra Mundial, em que suas notícias eram exclusivamente internacionais, passou a noticiar também os fatos locais; os *Comandos Continental* ficavam sintonizados principalmente nas edições extraordinárias, que podiam trazer fatos ainda desconhecidos.

Os dois noticiários buscavam o furo, a primazia do fato, mas com uma diferença: o *Repórter Esso* se centrava na notícia, num curto informativo, sem ir ao local da ação, e a Continental ia além, saía às ruas e procurava a ampliação dessa notícia. Saulo Gomes (2004) conta que, minutos depois de veiculada uma informação pelo *Esso*, “um de nós ou todos nós da equipe do Palut já estávamos na rua cobrindo o acontecimento. Então aquela notícia virava uma reportagem de duas, três horas ou de dois ou três dias”.

Essa relação dos *Comandos* com o *Esso* marcou as lembranças dos entrevistados. Tivemos depoimentos de Saulo Gomes, Carlos Alberto Vizeu, Jorge Sampaio e Paulo Caringi nos quais se sobressai a afirmação de que o *Esso* noticiava e o ouvinte mudava de emissora – da Nacional para a Continental – para conferir a veracidade dos fatos. O diferencial entre as duas era que a Continental fazia uma cobertura “do começo ao fim” (Carlos Alberto Vizeu, 2004). A fala de Paulo Caringi (2004) sintetiza esse pensamento:

Quando o *Repórter Esso*, que era a indicação da informação, dava a notícia, os detalhes eram na Continental. O sujeito ou-

via a coisa e passava para Continental para ver como é que era. O detalhe da informação era a Continental. [...] O aprofundamento da reportagem era exatamente a Continental, esmiuçava o assunto. Dava um esclarecimento mais amplo, mais largo. [...] O *Repórter Esso* era apenas a informação em primeira mão e nós éramos a complementação da informação.

Esses relatos reafirmam que a característica da Continental era mesmo a reportagem. Quando os entrevistados falam em “aprofundamento”, “esmiuçar o assunto”, “detalhe da informação”, “esclarecimento mais amplo” ou “cobertura do começo ao fim”, estão indicando algumas das características da reportagem que marcou a Continental e o rádio brasileiro.

Outro aspecto a ser ressaltado é que, ao contrário do que Felice (1981) e Ortriwano (2003) afirmam, a reportagem começou na Continental no início dos anos 1950, e não no final dessa década. E, como diz Thompson, “a voz consegue, como nenhum outro meio, trazer o passado até o presente” (1998, p. 334). Do depoimento desses nove profissionais que participaram da trajetória da Continental, depreende-se que, da ideia de uma cobertura diferenciada do carnaval, em 1951, vislumbrou-se um novo modo de fazer jornalismo, que influencia o rádio até os dias de hoje.

Referências

- A SERVIÇO do povo por toda parte. *Revista do Rádio*, Rio de Janeiro, 10 fev. 1953.
- BAUMWORCEL, Ana (org.). *Vargas, agosto de 54: a história contada pelas ondas do rádio*. Rio de Janeiro: Garamond, 2004.
- BOLSA de valores do rádio. *Revista do Rádio*, Rio de Janeiro, 5 mar. 1955.
- CARINGI, Paulo. Entrevista concedida à autora. Rio de Janeiro, 13 out. 2004.
- FELICE, Mauro de. *Jornalismo de rádio*. Brasília: Thesaurus, 1981.

- FERREIRA, Paulo César. Entrevista concedida à autora. Rio de Janeiro, 13 out. 2004.
- GARCIA, Celso. Entrevista concedida à autora. Rio de Janeiro, 20 jul. 2005.
- GOMES, Saulo. Entrevista concedida à autora. Ribeirão Preto, 14 jul. 2004.
- HEIZER, Teixeira. Entrevista concedida à autora. Niterói, 13 out. 2004.
- MOREIRA, Sonia Virgínia. *O rádio no Brasil*. Rio de Janeiro: Mil Palavras, 2000.
- OLHO por... *Radiolândia*, Rio de Janeiro, 12 mar. 1955.
- ORTRIWANO, Gisela Swetlana. "Radiojornalismo no Brasil: fragmentos de história". *Revista USP*, São Paulo (USP), 2003, n. 56, pp. 66-85.
- RÁDIO. *Correio da Manhã*, Rio de Janeiro, 31 jul. 1948.
- RADIOLÂNDIA. *Revista do Rádio*, Rio de Janeiro, 11 mar. 1952.
- SAMPAIO, Jorge. Entrevista concedida à autora. Rio de Janeiro, 14 out. 2004.
- SOARES, Afonso. Entrevista concedida à autora. Rio de Janeiro, 19 jul. 2005.
- THOMPSON, Paul. *A voz do passado: história oral*. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1998.
- VIZEU, Ary. Entrevista concedida à autora. Rio de Janeiro, 12 set. 2004.
- VIZEU, Carlos Alberto. Entrevista concedida à autora. Rio de Janeiro, 12 set. 2004.

O discurso de resistência à censura da Rádio Jornal do Brasil AM

Ana Baumworcel (UFF)

No fim da década de 1960, época de cerceamento da liberdade de expressão no país, de vigência do Ato Institucional n. 5 (o AI-5), a Rádio Jornal do Brasil AM¹ se destacou, paradoxalmente, pelo investimento no jornalismo e pela imagem de credibilidade perante os ouvintes.² Autodenominando-se como uma “emisora de prestígio”,³ buscou seu lugar no mercado construindo uma audiência de elite.⁴ Nessa época, ocupava o primeiro lugar nas classes A e B, atingindo também universitários, profissionais liberais e intelectuais, segundo pesquisa do Ibope.⁵ E foi para não

¹ Criada em 1935 e extinta em 1993, quando foi vendida.

² “Para estar sempre informado, ouça a Rádio JB, a verdade sem limite, como você quer saber”, era seu slogan.

³ “*Primeira classe*”, um programa que seleciona para você as obras musicais dos grandes mestres”, dizia a vinheta de um dos programas.

⁴ O rádio informativo em oposição ao “rádio dos pobres” persegue o “gosto da elite” e o “alto nível” num discurso burguês “sério”, criando um tipo de discurso e de produção ideológica que se especifica como o “rádio dos ricos”, da elite econômica, cultural e política. Não deixa de ser um bem de consumo, mas de um consumo distintivo e individualizado, de quem valoriza o próprio poder de decisão e necessita estar informado para mantê-lo (Meditsch, 1996). Ao se anunciar como “uma rádio de prestígio”, a JB AM buscava diferenciar-se das emissoras concorrentes, colocando-se em superioridade, e se aproximar dos ouvintes “prestigiados”.

⁵ A JB AM não tinha a liderança da audiência radiofônica no Rio de Janeiro, como a Globo conseguiu a partir de 1965, mas seu público era de alto poder aquisitivo.

perder essa audiência que precisou criar mecanismos para falar nas “entrelinhas” do discurso oficial do regime militar.

A emissora reproduzia um pouco a posição enunciativa do *Jornal do Brasil*⁶ por pertencer ao mesmo grupo empresarial. No entanto, mantinha certa autonomia e era mais censurada do que o periódico naquela época. Para a imprensa escrita, a “censura começou a acabar”, segundo o editor-chefe do *JB*, Walter Fontoura (Couto, 1999, p. 169), durante o governo do presidente Ernesto Geisel (1974-1979).

Mas, na década de 1970, o governo descobriu que poderia exercer o controle econômico da mídia retirando a publicidade oficial ou pressionando anunciantes particulares a não investirem nas empresas de comunicação incômodas. Essa técnica foi largamente utilizada, como conta Marconi (1980). Foi o que aconteceu com o *JB*, que denunciou em 1974 o favorecimento oficial da Dow Chemical para importação de material químico, empresa em que o ministro da Casa Civil, Golbery do Couto e Silva, havia sido presidente. Como represália, o jornal sofreu cortes de financiamento. Ana Maria Machado,⁷ chefe do Departamento de Jornalismo da *JB AM* de 1973 a 1980, avaliou que a ditadura “matou” o *JB* não dando a concessão prometida de uma emissora de televisão, por ele ter sido um jornal questionador.

Sobre a rádio, Ana Maria fez um documento e o encaminhou à Associação Brasileira de Imprensa (ABI) em 1977; nele, argumentava que

o processo de proibições não escritas, sem deixar vestígios, sujeita os jornalistas de rádio a viver em uma situação de puro arbítrio, em que a censura age de fato, mas não se escora em qualquer amparo legal, dando a impressão de não existir. O silêncio

⁶ O *Jornal do Brasil* manteve uma postura ideológica liberal e contra a censura durante o regime militar.

⁷ Em entrevista à autora em 1998.

que pesa sobre a censura à imprensa acaba dando a impressão de sua inexistência, mas no rádio a situação não mudou.

As proibições chegavam às emissoras de rádio pelo telefone e o agente policial não se identificava.

Em outros momentos, os agentes do Dentel apreendiam, sem deixar recibo, as fitas rolo com as gravações do noticiário, que ficaram conhecidas como fitas “dedo-duro”. Não era preciso lei, ou papel; bastavam as ordens ditadas pelo telefone. Ordens que explicitavam a monofonia característica do discurso do autoritarismo. Ana Maria decidiu traçar uma estratégia de resistência e instituiu um processo de registrar todas as proibições. Cada jornalista que atendesse ao telefonema do censor deveria datilografar a mensagem recebida e pedir a identificação do agente policial para confirmar a proibição, além de colocar data e horário. Dessa forma, começou a arquivar as notas da censura. “Depois de certo tempo, já conhecíamos as vozes da censura”, afirmou.

Através dessa sistematização, a equipe percebeu que não era o assunto todo que estava proibido; havia uma gradação, e os redatores, então, tentavam transmitir algo por meio das brechas deixadas. Por exemplo, em 31 de outubro de 1975, o proibido era falar sobre o culto ecumênico em memória do jornalista Vladimir Herzog, mas não sobre o assunto em geral. No arquivo de notas organizado pela diretora de jornalismo da emissora, foram encontradas proibições feitas em 1975 relativas ao movimento estudantil, ao suicídio de um fuzileiro em Brasília, às notícias sobre um desastre ferroviário (com permissão apenas para a nota oficial da Rede),⁸ às prisões realizadas em São Paulo, ao artigo dos bispos de São Paulo intitulado “Não temas, somos irmãos”, publicado no jornal *O Estado de São Paulo*,

⁸ Houve tumulto na Central do Brasil, com quebra-quebra. Devido ao atraso, a população jogou pedras em vagões e dois trens bateram.

entre outras. As notas guardadas por Ana Maria são a materialização da censura ao veículo.

O jornalista César Mota, que trabalhou na JB AM entre 1972 e 1980, afirmou⁹ que em alguns casos a equipe acabava se informando pela própria censura: “Soube da guerrilha do Araguaia porque ligaram proibindo a divulgação do assunto. O mesmo ocorreu quando militantes desapareceram, como Marco Antônio Coelho e outros”. Mota lembrou, também, que a equipe costumava retirar os telefones do gancho para que os agentes policiais não conseguissem passar as proibições antes dos principais noticiários. Ou seja, assim como o governo tinha poder para lacrar os microfones da rádio, a JB AM também se valia de seu poder de lacrar os telefones às autoridades.

Análise da mensagem

A partir da audição de dois documentários de retrospectiva do ano veiculados no dia 31 de dezembro, como *A história de 1968* e *A história de 1975*, buscou-se construir o sentido do discurso da JB AM num período que calou muitas vozes no Brasil, demonstrando qual foi o protagonismo da emissora em dois momentos históricos.

A música incidental, o som das manifestações estudantis e do trem do enterro do senador norte-americano Robert Kennedy, entre outros efeitos, trouxeram dramaticidade e verossimilhança para o programa de 1968, produzindo uma textura sonora diferente da adotada na maioria dos informativos jornalísticos. Esses recursos contribuíram para o envolvimento do ouvinte e para a construção da imagem sonora.

A JB AM ocupou duas posições enunciativas antagônicas: uma que reproduziu a imposição do regime brasileiro, silen-

⁹ Em entrevista à autora em 1998.

ciando falas, ocultando fatos etc.; outra que dizia – no âmbito da materialidade sonora – o que precisava calar. E assim soube dar materialidade ao discurso social (enquanto sentido imposto), reforçando seu papel como mediadora entre o regime militar e o ouvinte, através do discurso da *conciliação*, no velho estilo “tancredista” de conciliar para sobreviver. Foi assim que a emissora construiu sua voz de autoridade (enquanto autora) e sua imagem de credibilidade. Para conseguir legitimidade, a JB AM falou através da voz do outro.¹⁰ Um outro que entrava em cena por meio das sonoras e, nesse programa, em alguns casos não foi identificado.

O documentário mostrou, em sua abertura, por exemplo, a manifestação estudantil, ao reproduzir um trecho da fala do então presidente da União Nacional dos Estudantes (UNE), Vladimir Palmeira, pronunciada no dia 29 de março de 1968, nas escadarias do prédio da Assembleia Legislativa, no centro do Rio.

Sonora: A gente precisa ficar sabendo de uma vez por todas que eles sempre vão apelar para a violência. E, aí de nós, se nós não nos prepararmos para essa violência. Vamos de novo...

A voz de Vladimir Palmeira não foi nomeada para o ouvinte pelo locutor, ao contrário do que recomendam os manuais de radiojornalismo. O que levou a crer que esse silêncio na identificação do estudante significou a explicitação de que o programa estava censurado. E a JB AM, ao não identificar a fala de Vladimir Palmeira, estaria *silenciando a identidade* do líder estudantil pelo

¹⁰ “A função mediadora que o jornalismo assume – entre os diversos discursos produzidos na sociedade e o seu público – impele que processe e absorva em seu conteúdo os atos de fala de diferentes atores sociais. O gênero jornalístico é fortemente marcado pela intertextualidade e seus enunciados caracterizados por um sentido polifônico: raramente quem fala é apenas o jornalista; é usual a mescla de sua fala com discursos de outrem que reproduz” (Fairclough apud Meditsch, 1999, p. 117).

que ele representava em 1968 no Brasil. Portanto, a rádio, por um lado, ao silenciar o nome de Palmeira, pode ter tentado “apagar” o lugar de líder estudantil que ele ocupava na sociedade da época; por outro, ao reproduzir o som de sua fala, mesmo sem identificá-la, preservou a “posição” de sujeito de Vladimir nesse discurso. Um sujeito “oculto”, que, ao dizer o que disse, representou os silenciados naquele momento histórico. E o que de mais importante se destacou nesse processo foi que a JB AM não falou por ele: deu voz a ele, apesar de não nomeá-lo.

O líder estudantil também não nomeou quem seriam “eles” em sua fala, mas não havia dúvida de quem se tratava. Orlandi (1995a, p.83) explica que, quando somos impedidos de falar “x”, produzimos um “y” que significa por outros processos, dando lugar à “retórica da resistência”. Ducrot apud Orlandi defende haver “modos de expressão implícita que permitem deixar entender sem incorrer na responsabilidade de ter dito, ou seja, é um dizer de tal modo que se possa recusar a sua responsabilidade” (p. 67). A JB, então, falou através do outro.¹¹

A emissora criou uma sonoridade para falar do lugar da denúncia, da resistência ao árbitro, fosse no Brasil, em Paris ou nos Estados Unidos de 1968, e reproduziu os momentos de ten-

¹¹ A censura atuava na rádio sobre o material escrito que seria veiculado. É provável que as sonoras tenham escapado ao controle, no sentido em que não eram ouvidas previamente. Em entrevista à autora, o diretor de jornalismo na época, Clóvis Paiva, disse que esse programa foi enviado para o Ministério da Guerra, que o liberou para transmissão. É possível também que um jovem, ao ouvir hoje esse documentário, não identifique a voz de Vladimir Palmeira. Mas para os ouvintes daquela época é certo que a voz do líder estudantil fosse reconhecida, mesmo sem identificação. A voz dele fazia parte do contexto sonoro de um momento histórico em que o movimento estudantil se destacou como “porta-voz” da sociedade brasileira, representando o anseio de liberdade. E, como define Orlandi (1995a, p. 144), o objetivo da censura é justamente proibir ao sujeito ocupar certos lugares, certas “posições de sujeito”. E a JB AM, ao apresentar as falas dos atores sociais proibidos, resistia à censura, dando voz a eles. Eram vozes que vazavam nas “entrelinhas” do discurso oficial, reproduzido pelos locutores do documentário. Essa foi uma das formas de driblar os limites do dizer em 1968.

são e distensão. O tom distanciado e frio das vozes dos locutores se chocava com os gritos emocionados dos manifestantes. Esses dois planos acústicos denotavam os lugares pelos quais a JB AM falava naquela época. E foi a partir do movimento de corte e colagem das sonoras, das músicas e das locuções que se deu à textura do documentário uma costura de contraposições (e não de acessórios) que se complementavam. É como se houvesse um choque entre várias vozes: a da rua, enquanto espaço simbólico de contestação, e a do estúdio, como poder, fosse o da emissora como mediadora, fosse o do sistema, quando esta reproduzia o discurso monofônico da ditadura.

Uma melodia estridente, cortante, se contrapunha à abertura pomposa, fundindo-se com o som ambiente e os berros dos manifestantes. Após os gritos de “assassinos, covardes”, o locutor anunciava que um estudante fora morto em frente ao restaurante Calabouço. Ao usar a voz passiva “foi morto”, a emissora omitiu o sujeito e silenciou sobre quem morreu, em que condições e por quê. No entanto, o som dos tiros denunciava a autoria do crime, assim como a sonora do padre na missa de sétimo dia destacava “sacrifícios que oferecemos pela alma de Edson”, numa alusão ao estudante paraense de 18 anos Edson Luís de Lima Souto, assassinado em 68 ao ser atingido por um tiro no coração.

Assim, mais uma vez, a JB AM “contrabandeava” a informação através da fala do outro, no caso a voz do padre, e da sonoridade dos tiros. Os tiros evidenciavam a violência policial, mesmo sem que esta tivesse sido explicitada pelo locutor. No som ambiente das manifestações, reproduzido pela emissora, gritos e tiros foram significativos para revelar as armas de cada um na “batalha entre estudantes e policiais”. E foi assim que os recursos não verbais deram outro sentido ao programa, ressignificando-o.

Nesse exemplo, ainda podemos pensar na diferença entre assassinado e morto. O *assassinado* pressupõe uma premeditação, ou seja, alguém matou propositadamente. Há um sujeito nessa ação. Já *morto* tem um significado de fatalidade, de morte natural. Contudo, “foi morto” implica um sujeito oculto. E, ao dizer “foi morto”, a JB AM trazia o sentido de assassinato, mesmo que oculto. O som dos manifestantes gritando “assassino” reforçava esse significado.

A emissora falou através do verbal (texto lido pelos locutores), como discurso parafrásico (o já dito, o mesmo), e da sonoridade (o não verbal e o verbal não identificado das sonoras), como discurso polissêmico (o diferente, o implícito). Segundo Orlandi, “a linguagem se funda no movimento permanente entre processos parafrásicos (o mesmo) e polissêmicos (o diferente): dizemos o mesmo para significar outra coisa e dizemos coisas diferentes para ficar no mesmo sentido” (1995b, p. 97). Foi esse movimento que interessou na base da relação censura-resistência.

Foi por meio da sonoridade que os ouvintes puderam “ver” e “sentir” o que acontecia naquele ano. Os ouvintes também “viram” a imagem do país ao sentirem o “eco” de suas vozes, de seus gritos reproduzidos nas sonoras. Do mesmo modo, a própria JB AM se “localizou”, naquele tempo, de acordo com o “eco”, a repercussão de seu dizer, na sociedade. Ao trazer a sonoridade – das falas de diferentes atores sociais, mesmo “silenciadas”; das manifestações proibidas; das músicas com um significado de protesto –, a emissora construiu um discurso de contraponto à voz única, representando, dessa forma, a pluralidade de vozes da sociedade. A sonoridade, em determinada circunstância, pode significar mais que a palavra. Ou, ainda, trazer outros sentidos. E foi assim, deslocando sentidos, que a JB AM conseguiu significar em meio à censura em 1968.

O silêncio como resistência

Em 1975, foi o rádio¹² que rompeu o silêncio, informando sobre a morte do jornalista Vladimir Herzog.¹³ No entanto, no documentário *A história de 1975*, a JB AM só falou sobre o assunto na segunda parte. A primeira fora dedicada aos fatos internacionais. Valorizar o noticiário externo foi uma das táticas da emissora no período autoritário no Brasil. Procópio Mineiro,¹⁴ roteirista desse documentário, esclareceu que “uma das armas usadas pelos jornalistas da equipe era fazer insinuações através de comparações com ditaduras militares em outros países. Era uma comunicação indireta”. Considerando que a audiência projetada pela JB AM era de ouvintes cultos, que decifravam meias-palavras, acreditava-se que a mensagem era entendida.

¹² “A incomunicabilidade começava a se romper. Um radinho de pilha era autorizado a funcionar, transmitindo o jogo [...]. O aparelho acabou ficando. O contato com as coisas do mundo começava a se restabelecer. E foi por este rádio que tomamos conhecimento da notícia...”. Carta de presos políticos do presídio do Cambuci, São Paulo, enviada à redação do jornal alternativo *Ex*, em 1975 (apud Almeida Filho, 1978, p. 81).

¹³ Com 38 anos, Vladimir Herzog era casado com Clarice e tinha dois filhos. Vivera dois anos na Inglaterra, onde fez curso de televisão e trabalhou no serviço brasileiro da BBC. “Era um tipo reflexivo, mais preocupado com a cultura do que com a política. O negócio dele era cinema, música e teatro” (Gaspari, 2004, p. 174). Trabalhou na TV Cultura de São Paulo e, antes, na revista *Visão*. Foi professor da Fundação Armando Alves Penteadó (FAAP) e da Escola de Comunicação e Artes da Universidade de São Paulo (ECA-USP). Apareceu morto no dia 25 de outubro de 1975, amarrado por um cinto na grade da cela do DOI-CODI paulista. Mas a fotografia oficial mostrava que a barra da grade era muito próxima do chão, tornando a versão de suicídio, difundida pelo II Exército, inviável. O presidente Geisel admitiu que “aquilo [fora] um verdadeiro assassinato” (apud Couto, 1999, p. 182). Jordão (1984, p. 54) acredita que Herzog sofreu uma parada cardíaca devido a uma descarga forte de choque elétrico. Em 27 de outubro de 1978, foi divulgada a sentença que responsabilizava a União pela prisão ilegal, tortura e morte do jornalista (pp. 15 e 222).

¹⁴ Em entrevista à autora em 31 de janeiro de 2005.

A palavra “golpe” foi mencionada várias vezes na parte internacional desse documentário. Através da repetição, a emissora chamou a atenção do ouvinte para o fato de que vivíamos, em 1975, ainda sob as restrições implantadas em 1964. Na segunda parte, a emissora informou que o presidente Geisel fizera um retrospecto de seu governo e “reexplic[ara] a tão discutida distensão”:

Sonora: Muito se tem publicado e discutido sobre a distensão, atribuindo ao governo e, notadamente, ao presidente da República intenções, objetivos, avanços, recuos, pressões etc. Uns e outros, absolutamente, não correspondem à realidade.

Locutor: E Geisel acrescentava que é preciso um desenvolvimento harmonioso para o país nos planos político, econômico e social.//// Só este equilíbrio permitiria o fim das tensões.////

Ao qualificar de “discutida” a distensão, a emissora trouxe questionamentos implícitos: seria a distensão uma figura de retórica? Existiria realmente alguma abertura? A “distensão política atribuída ao governo” colaborou para a indagação: seria a distensão uma dádiva do presidente ou uma imposição de um contexto de correlação de forças em que o governo se via desgastado? Esse trecho do documentário refletiu a polêmica do período sobre a “distensão lenta, gradual e segura”.

Na época, a repressão política criara um poder militar paralelo que ameaçava a ordem dentro das próprias Forças Armadas. Era preciso enquadrar o aparelho repressivo do Estado na hierarquia e na disciplina militar. Segundo o governador do Rio, almirante Faria Lima, o presidente Geisel teria lhe dito que “a corrupção nas Forças Armadas est[ava] tão grande que a única solução para o Brasil [era] fazer a abertura” (apud Couto, 1999, p. 151). Já Gaspari relata, em *A ditadura encurralada*,

como foi necessário amenizar a censura a alguns jornais para que não ela prejudicasse a fiscalização da imprensa e facilitasse a corrupção.¹⁵ As emissoras de rádio e televisão, no entanto, continuavam vigiadas.

Em *A história de 1975*, a JB AM omitiu, por exemplo, o discurso do presidente do MDB, Ulysses Guimarães, que disse ser “óbvio que a oposição não iria importar o modelo adotado por Idi Amin Dada, pois nada mais ultrapassado que o governo baseado na força”. A insinuação ao sargento assassino de Uganda, caricatura dos ditadores militares, foi entendida como insulto pelo governo (Gaspari, 2004, p. 102), e o fato de a emissora ter silenciado sobre isso desmascara um mecanismo discursivo que trazia em si a própria materialização da censura.

Ao privilegiar apenas o pronunciamento do presidente Geisel, a JB AM reproduziu um discurso monofônico. Era uma só voz. A voz permitida. Essa voz permitida era, portanto, monofônica, ou seja, aquela que não trazia em si a estrutura dialógica com seu interlocutor; ela falava sozinha. No entanto, a percepção de que essa monofonia era só aparente se concretizou quando se deu atenção não para o que a emissora deixou de dizer em palavras, mas para o que ela revelou pela sonoridade, trazendo o que era proibido dizer, subvertendo em determinados momentos o sentido aparente:

Locutor: Na última semana de outubro, desenhou-se uma crise política a partir de São Paulo.///// Por suspeita de ligações com

¹⁵ A censura ao jornal *O Estado de São Paulo*, por exemplo, acabou em janeiro de 1975, e Golbery teria dito: “Sairá o jornal conservador que ele é. Mais conservador que eu” (apud Gaspari, 2004, p. 22). No entanto, Perosa (2001, p. 96) afirma que o *Estadão* colidia sem meios-termos com a linha-dura, criticando os órgãos de segurança; no caso Herzog, não “pintou as cores de suicida, tampouco de comunista”, cobrando o respeito ao Estado de direito, como no editorial “Os limites da tolerância”, publicado em 28 de outubro de 1975.

o Partido Comunista (MÚSICA EM BG), muitas pessoas foram presas, entre elas, vários jornalistas./// Um deles, Vladimir Herzog, chefe do telejornalismo da TV Cultura, morreu a 25 de outubro, horas após apresentar-se para depoimento no DOICODI.//// (MÚSICA EM BG).

Locutor: O corpo foi achado numa cela (PEQUENA PAUSA) enforcado e as autoridades de segurança explicaram (MÚSICA EM BG) que (PEQUENA PAUSA) Herzog se (PEQUENA PAUSA) suicidou após um bilhete que acabou rasgando.//// (MÚSICA EM BG) Houve um culto ecumênico na catedral de São Paulo, presidido pelo cardeal Paulo Evaristo Arns em ambiente de grande comoção.////// Um inquérito foi realizado, concluindo que (PEQUENA PAUSA) Vladimir Herzog se (PEQUENA PAUSA) suicidou mesmo.////

Locutor: Como em outras situações de emergência, o presidente deslocou-se para o local dos acontecimentos.////// A extrema tensão política desses dias diminuiu aos poucos e vários pronunciamentos confirmavam o reforço da autoridade presidencial.//////

Identificou-se nesse trecho uma polifonia que transbordou pelos fonemas. A entonação do locutor Eliakim Araújo acabou dando outro sentido à mensagem. Arnheim (apud Balsebre, 1994, p. 40) defendeu que o sentido da palavra no rádio se dá pela entonação do locutor e que a riqueza expressiva do meio está nas cores do som, reveladas basicamente através de quatro fatores: intensidade, volume, intervalo e ritmo. O tratamento musical da voz, sem prejuízo para a significação semântica (inteligibilidade do texto num contexto comunicativo), também deve estar presente. No rádio, o componente estético da mensagem transcende o significado puramente linguístico da palavra.

No documentário da JB AM, por exemplo, a pequena pausa antes da palavra “enforcado” chamou a atenção do ouvinte

te, funcionando como se fosse o negrito na escrita. A pausa deu destaque, valorizou a palavra e trouxe, como uma mensagem de “entrelinhas”, a ideia central a ser fixada. Ele “foi achado enforcado” – o que não significava que o jornalista tinha se enforcado. Pelo contrário, a frase tinha um sujeito oculto, ou seja, alguém encontrou o corpo enforcado. Nesse trecho, a JB AM deixou transparecer que não sabia quem cometera, nem como ocorrera o ato de enforcamento.

Foram as pequenas pausas¹⁶ que deram espaço para a percepção das contradições na estrutura da sentença. Tais interrupções expuseram a tensão, como no trecho “as autoridades de segurança explicaram que (PEQUENA PAUSA) Herzog se (PEQUENA PAUSA) suicidou após um bilhete que acabou rasgando”. Mais uma vez, então, a JB AM deixou no ar a suspeita sobre a versão do regime ao enfatizar que o suicídio era “uma explicação das autoridades de segurança”. Foi uma forma de dizer sem se comprometer com o dito. A emissora não afirmou que Vladimir se suicidara, foram as autoridades de segurança que disseram.

Ao mesmo tempo, as pequenas pausas acarretaram uma sensação de que o texto estava sendo dito com dificuldade. Era uma sonoridade levemente interrompida, entrecortada. Marcas implícitas da censura. A censura agia sobre o que era suposto que o sujeito soubesse. E, para analisar a censura, precisou-se entendê-la “como fato de linguagem que produz efeitos enquanto política pública de fala e silêncio. O silêncio da censura não significa ausência de informação, mas interdição”. Todavia, se “a censura joga com o poder-dizer impondo certo silêncio, o silêncio significa em si. E, assim, à ‘retórica da opressão’ – que se exerce pelo silenciamento de certos sentidos – responde a ‘retórica da resistência’,

¹⁶ Ferreri, citado por Balsebre (1994, p. 39), escreveu sobre a força sugestiva da voz humana e a arte de colorir uma notícia através do sentido dado pela pausa.

fazendo esse silêncio significar de outros modos” (Orlandi, 1995, p. 87). E foi o que a JB AM fez.

A emissora também soube construir uma narrativa a partir da seleção de determinadas palavras que insinuavam mais do que afirmavam. E esse foi outro recurso de resistência ao discurso imposto pelo governo militar. Optou-se por “suspeita de ligações com o Partido Comunista”, em vez de “integrante do PC”. Outro exemplo estava em “morreu a 25 de outubro, horas após apresentar-se para depoimento no DOI-CODI”. Essa sentença instigava a dúvida, trazendo um questionamento implícito, ou seja, poderia uma pessoa se matar tão rapidamente, horas depois de apresentar-se para depoimento?¹⁷

Mas a JB AM não falou só do lugar de denúncia em *A história de 1975*. No trecho sobre a conclusão do inquérito, por exemplo, a palavra “mesmo” reafirmou a posição enunciativa da ditadura e reforçou que “houve um suicídio mesmo”. Esse trecho revelou, portanto, uma ambiguidade no discurso da emissora, que, em alguns momentos, questionou a versão oficial e, em outros, a reproduziu. A “extrema tensão política” acabou sendo quase uma justificativa para a ambiguidade da JB AM, e “o reforço da autoridade presidencial” deixou transparecer o conflito interno das Forças Armadas.

O jornalista Procópio Mineiro acredita que o próprio governo permitiu a divulgação do “pretense suicídio” porque tinha interesse nisso. O jornalista lembrou que as notícias sobre Herzog eram enviadas para a imprensa pelo próprio governo e, “dentro da margem da censura”, os redatores da JB AM davam um tratamento específico ao texto, sempre com o pensamento de que o que não estava explicitamente proibido era possível de ser dito. A

¹⁷ O Serviço Nacional de Informação (SNI) registrou em documento secreto que a “opinião pública, na sua maioria, não acreditou na palavra oficial” (Gaspari, 2004, p. 199, nota 45).

emissora, no entanto, não falou explicitamente sobre a tortura, “palavra maldita”.¹⁸

A morte de Herzog (em 25 de outubro de 1975) e a do operário Manuel Fiel Filho (em 17 de janeiro de 1976), além da exoneração do general Ednardo D’Avila Mello (em janeiro de 1976), acabaram contribuindo para a redução da tortura no Brasil e o fim da impunidade do aparelho de segurança. O presidente Geisel e o ministro da Casa Civil “queriam tirar os cadáveres do armário, enunciando compromisso com a averiguação para bloquear o porão” (Gaspari, 2004, p. 37). Desde o início do governo, o general Golbery criara uma rede de informantes que lhe davam notícias e levavam denúncias do que sucedia no porão. Recebia as queixas do deputado Célio Borja, do cardeal D. Paulo Evaristo Arns e do governador de São Paulo, Paulo Egydio.¹⁹

Nesta pesquisa, percebeu-se como a JB AM não seguiu as regras radiofônicas que recomendam, entre outras coisas, o uso de sentenças em ordem direta iniciadas pelo sujeito da oração, a não utilização da voz passiva e de adjetivos, além da identificação de todas as vozes veiculadas. Nos documentários analisados, a emissora subverteu as regras para se fazer entender. Teve de usar a voz passiva para “acobertar”, “descaracterizar”, “indeterminar” os sujeitos da história. E, dessa forma, denunciar. Enfim, dizer.

¹⁸ A palavra *tortura* era maldita para a censura, mas o jornal *O Estado de São Paulo* publicou a carta de Tereza, esposa de Marco Antônio Coelho, sobre as torturas que ele sofria (Gaspari, 2004, pp. 43 e 44). No rádio e na televisão, a palavra ainda era proibida.

¹⁹ Golbery chegou a pedir a Célio Borja que fizesse vazar para a imprensa a informação de que se preparava uma onda de prisões contra o PCB (Gaspari, 2004, p. 41).

Referências

- ALMEIDA FILHO, Hamilton. *A sangue quente: a morte do jornalista Vladimir Herzog*. São Paulo: Alfa-Ômega, 1978.
- BALSEBRE, Armand. *El lenguaje radiofónico*. Madri: Cátedra, 1994.
- BAUMWORCEL, Ana. “Os espaços de silêncio em *A guerra dos mundos*”. In MEDITSCH, Eduardo (org.). *Rádio e pânico*. Florianópolis: Insular, 1998, pp. 45-53.
- . *Sonoridade e resistência: a JB AM na década de 60* (dissertação). Mestrado em Comunicação, Imagem e Informação. UFF, 1999.
- . “Retórica da resistência: sonoridade e sentido”. Texto apresentado no Núcleo de Pesquisa de Mídia Sonora do XXVI Congresso da Intercom. Belo Horizonte, 2003.
- . “Vladimir Herzog e a Rádio Jornal do Brasil AM”. *Estudos em Jornalismo e Mídia*, Santa Catarina (Insular), 2005 v. 2, n. 1, s. p.
- BERGER, Christa. “Memória enquadrada: 30 anos se passaram e Vlado segue morrendo”. Disponível em http://sbpjour.kamotini.kinghost.net/sbpjour/admjour/arquivos/coord1_christa_berger.pdf. Acessado em 2010.
- COLEÇÃO NOSSO SÉCULO. São Paulo: Abril Cultural, 1982, v. 10.
- COUTO, Ronaldo Costa. *História indiscreta da ditadura e da abertura*. Rio de Janeiro: Record, 1999.
- GASPARI, Elio. *A ditadura encurralada*. São Paulo: Companhia das Letras, 2004.
- JORDÃO, Fernando. *Dossiê Herzog: prisão, tortura e morte no Brasil*. São Paulo: Global Editora, 1984.
- MARCONI, Paolo. *A censura política na imprensa brasileira: 1968-1978*. São Paulo: Global Editora, 1980.
- MARKUN, Paulo. *Meu querido Vlado. A história de Vladimir Herzog e do sonho de uma geração*. Rio de Janeiro: Objetiva, 2005.
- MEDITSCH, Eduardo. *A especificidade do rádio informativo* (tese). Lisboa: Universidade Nova, 1996.
- . “A nova era do rádio”. In DEL BIANCO, Nélia Rodrigues e MOREIRA, Sonia Virgínia (orgs.). *Rádio no Brasil: tendências e perspectivas*. Rio de Janeiro: EdUERJ; Brasília: Ed. UnB, 1999, pp. 109-29.
- . *O rádio na era da informação: teoria e técnica do novo radiojornalismo*. Florianópolis: Insular/ Ed. da UFSC, 2001, 304 p.
- ORLANDI, Eni P. *As formas do silêncio*. Campinas: Unicamp, 1995a.

- . “Efeitos do verbal sobre o não verbal”. *Rua*, Campinas (Nudecri), 1995b, n. 1.
- . *Análise de discurso: princípios e procedimentos*. Campinas: Pontes, 1999.
- PEROSA, Lílian Maria Farias de Lima. *Cidadania proibida: o caso Herzog através da imprensa*. São Paulo: Imprensa Oficial do Estado/ Sindicato dos Jornalistas Profissionais no Estado de São Paulo, 2001.

O *Repórter Esso*: referências em depoimentos e publicações impressas sobre o noticiário

Pedro Sérico Vaz Filho (Facasper)

***Esso* expresso: e o vento levou...**

Em determinado dia do ano de 1952, quem passava por avenidas importantes da cidade de São Paulo, como Brigadeiro Luiz Antônio, Paulista e Doutor Arnaldo, pôde deparar com várias folhas de papel voando de um caminhão de mudança. Algumas ficaram presas em árvores, outras caíram na calçada, no asfalto, em para-brisas de veículos e entre os transeuntes. Um verdadeiro caos. O condutor do caminhão não se dera conta, pelo retrovisor, do destino de parte da carga que transportava.

Pouco tempo depois, num táxi que seguia o mesmo percurso, um passageiro curioso e inquieto expressava para o motorista, assim como outras pessoas, indignação diante daquela sujeira.

Os comentários vinham de um então jovem de 22 anos que estava realizando uma mudança de residência. Quando o automóvel parou em frente à nova moradia, este teve a triste surpresa e a infeliz coincidência. As folhas espalhadas pela cidade faziam parte do arquivo que ele, locutor e redator, chamado Dalmácio

Jordão, cuidadosamente guardava das laudas que produzira para o mais famoso noticiário radiofônico do país, o *Repórter Esso*.

“A cada dois meses, desde que passei a trabalhar no *Repórter Esso*, em 1950, eu fazia um arquivo em formato de brochuras com as páginas impressas do noticiário. As folhas que voaram também seriam assim organizadas, mas depois desse fato fiquei desgostoso, porém ainda tenho algumas laudas guardadas”, revela o homem atualmente aposentado, ex-radialista e ex-publicitário, que atuou no referido noticioso, pelas rádios Tupi e Globo, em São Paulo.

Na residência em que vive, no bairro paulistano de Moema, Jordão exibe orgulhoso a catalogação com notícias sobre o final da Guerra da Coreia e a morte do papa Pio XII, entre outras. Essas notícias, aliás, foram ao ar em edições extraordinárias, ou seja, fora dos horários oficiais em que ele apresentava o *Repórter Esso*, às 8h, 12h55, 18h30, 20h e 22h.

“Quando a Esso já tinha adquirido confiança no meu trabalho, houve a instalação na minha casa de um aparelhamento, do qual eu podia transmitir em qualquer horário, nas edições extras. Cheguei a entrar no ar inclusive de madrugada”, recorda Jordão.

Nascido em São José do Rio Preto, no estado de São Paulo, em 1930, ele conta que, depois de atuar em rádio na cidade de Marília, passou numa seleção com pelo menos 300 candidatos, para ingresso como locutor e redator do *Repórter Esso*. A estreia dele no famoso radiojornal foi no dia 15 de setembro de 1950. Chegou a pedir demissão em 1964, por questões salariais, mas depois acabou permanecendo até 1968, com o final das transmissões do noticiário.

Das inúmeras lembranças, Jordão recorda a época da ditadura no país:

Nesse período, principalmente na edição das vinte horas, que era a mais ouvida, cheguei a apresentar o *Repórter Esso* durante uma

semana com dois policiais do Exército portando fuzis e um censor ao meu lado. Em seguida, o *Esso* se enquadrou neste sistema e não precisei mais apresentar com a polícia atrás de mim.

“Alguém já falou que o manual de produção do *Repórter Esso* manipulava a informação. Eu não compactuo com essa ideia. O manual era simples, objetivo e visava manter a credibilidade. Lembro muitas vezes de ter de driblar a censura, porém jamais mentir”, explica Jordão.

Os companheiros de trabalho também são lembrados por Jordão. Com uma lista nas mãos, e a voz sempre bem colocada, em elegante postura, ele lê o nome de cada um deles, dizendo também o que estes representaram como colegas de profissão: “O Emil Farah é considerado o pai do *Repórter Esso*. Foi o primeiro redator de comerciais para o noticioso. Foi ele quem criou os slogans ‘o primeiro a dar as últimas’ e ‘testemunha ocular da história’”.

Nessa lista, constam também os nomes de profissionais como o jornalista Edmundo Ferreira Maciel; os redatores Carlos Lemos, Belmiro Madeira e Vladimir Ferreira da Silva; o maestro, instrumentista e professor Alfredo Rocha Viana Filho, o famoso Pixinguinha, criador da característica musical do *Repórter Esso*; e ainda o maestro Carioca, que gravou os acordes da trilha do informativo.

Outros locutores também foram comentados por Jordão, como Celso Guimarães, Heron Domingues, Roberto Figueiredo, Aloísio Campos, Edson de Almeida e Casemiro Pinto Neves, o Bauru.

O nome de Gontijo Theodoro, que vivia no Rio de Janeiro, é mencionado em outra ocasião. Esse colega de Jordão, embora tenha atuado no rádio, desenvolveu a carreira na versão televisiva do *Repórter Esso*. Seu depoimento foi concedido em 2002, época da comemoração dos oitenta anos do rádio no Brasil. Ele nascera

na cidade mineira de Araxá, no dia 20 de março de 1924, e morreu em 5 de setembro de 2003, na capital fluminense.

Quando concedeu essa entrevista, Theodoro estava com 77 anos de idade e falou da residência, no bairro carioca de Copacabana. A recepção foi simpática, e o senhor de estatura mediana e peso proporcional não tinha mais os vastos cabelos dos tempos de apresentador do telejornal *Repórter Esso*, exibido pela TV Tupi, do Rio de Janeiro.

Ao relembrar a trajetória profissional, gesticulava e demonstrava entusiasmo sobre o assunto rádio e televisão. “Minha grande escola de noticiário foi o rádio, assim também de todos os profissionais da minha geração, que como eu foram para a tevê”. Da escola radiofônica do *Esso*, Theodoro fala como se estivesse noticiando a informação mais importante do dia: “O *Esso* nunca voltou ao ar para corrigir uma notícia porque só informava o que era confirmado. Quando o *Esso* noticiava, era verdade”.

Gontijo Theodoro era fã incondicional do rádio, mas respirou televisão. Chegou a publicar dois livros sobre telejornalismo, o primeiro intitulado *Você entende de notícias*, e o segundo, *Jornalismo na TV*. Orgulhoso, fala do prestígio de ter sido âncora do *Esso*: “Depois que o noticioso acabou, foi difícil ingressar em outro jornal, pois minha voz estava muito caracterizada, por causa das apresentações do *Esso*”.

***Esso* impresso: e o papel registrou...**

Muitos outros depoimentos desses veteranos são possíveis acerca do tema, que é inesgotável. Do campo das declarações, podemos passar para a área das documentações. Uma possibilidade de resgate histórico está no setor editorial, por intermédio de meios impressos.

Na feira de antiguidades do bairro do Bexiga, na cidade de São Paulo, por exemplo, edições da revista *Seleções*, dos anos 1940,

abrigam entre as páginas anúncios da empresa Esso Brasileira de Petróleo. Nessas publicidades, há referências ao noticioso *Repórter Esso*, que em 1941 iniciou suas transmissões com o objetivo divulgar, para o Brasil, informações sobre a Segunda Guerra Mundial.

Essas inserções são curiosas e revelam o contexto social daquele período. A edição número oito de *Seleções*, de setembro de 1942, registra a campanha da Esso ilustrada com o desenho de um trator percorrendo uma lavoura. O texto da propaganda é finalizado com a seguinte frase: “Tudo das ricas terras das Américas, seus cereais, suas frutas e seu gado, depende, cada vez mais, para crescer, nutrir-se e produzir, do sangue da própria terra: o petróleo”. Na parte central da página, em campo centralizado, ao lado do logotipo da empresa Esso, os nomes das emissoras de rádio transmissoras do noticioso (com gramática da época): “Ouça o *REPORTER ESSO* todos os dias, exceto domingo, às 8 horas, 12 e 55, 19 e 55 e 22 e 55, através a Rádio Nacional (980 kcs.) e Rádio Record (1.000 kcs.)”. Também em 1942, o número dez da mencionada revista insere a campanha da Esso ilustrada com fotos de meios de transportes como avião, tanque de guerra e navio com as palavras “petróleo” e “munição”, numa alusão ao conflito vivido na época, a Segunda Guerra Mundial. No texto da propaganda, observamos teores dos ideais americanos sobre o Brasil:

Ninguém no Brasil, em sã consciência, contestará a necessidade do racionamento da gasolina, se pensar quão afortunado é este país, comparado a muitos outros. Mesmo nos Estados Unidos, terra de petróleo, o racionamento veio não só muito antes como mais severo. Esteja certo, porém, que a Organização Esso está fazendo tudo a seu alcance... para lançar novos navios-tanque, instalar novos oleodutos, prosseguir suas pesquisas científicas, ao mesmo tempo que constrói e lubrifica as armas contra submarinos... tudo isso para dar um remédio à situação.

Nessa inserção, ao lado do nome Esso, como no anúncio anteriormente citado, surgem as indicações das transmissoras do noticioso: “Ouça o *Repórter Esso*, diariamente, pelas rádios: Nacional, do Rio de Janeiro; Record, de São Paulo; Inconfidência, de Minas Gerais; Farroupilha, de Porto Alegre; e Rádio Clube de Pernambuco”.



O FAZENDEIRO antigo, com seu arado a bois, pode ter sido uma figura mais romântica que o fazendeiro atual. Mas este em nada o inveja.

Pois o lavrador moderno tem um sócio silencioso, desconhecido há duas gerações, mas cujo variado talento lhe proporciona hoje mais descanso e lucro, embora de forma menos romântica. Este sócio é o *petróleo*.

O petróleo supre os tratores de combustível e lubrificantes. Como querosene ou gasolina para o gerador de eletricidade, ilumina lâmpadas, contribui para a proteção dos alimentos e permite o funcionamento do rádio. Como asfalto pavimenta as estradas e como inseticida livra o gado e as criações de insetos e parasitas. E, mesmo como graxa comum, serve até para corrigir desordens orgânicas dos porcos!

O petróleo é tão importante para uma fazenda como o arado. Pois ajuda a produzir mais barato e rapidamente.

Tudo das ricas terras das Américas—seus cereais, suas frutas e seu gado—depende, cada vez mais, para crescer, nutrir-se e produzir, do sangue da própria terra: o *petróleo*.

STANDARD OIL COMPANY (N. J.)
E COMPANHIAS FILIADAS

Refinadores e distribuidores de Essolube, Essolene e outros produtos Esso que encontrará sempre sob o oval ESSO.

Ouça o REPORTER ESSO todos os dias, exceto domingo, às 8 horas, 12 e 55, 19 e 55 e 22 e 55, através a Rádio Nacional (980 kcs.) e Rádio Record (1000 kcs.).

O
PETRÓLEO
acelera a
lavoura



Reprodução de publicidade inserida na revista *Seleções*, edição de número oito, de novembro de 1942, referente ao noticiário *Repórter Esso*.

**PETRÓLEO
E' MUNIÇÃO**

**USE-O COM
PARCIMÔNIA!**

Esso

**STANDARD OIL COMPANY OF BRAZIL
E A ORGANIZAÇÃO ESSO**

Distribuidores dos afamados produtos Esso que encontrará sempre sob o oval Esso.

● Ninguém no Brasil, em sã consciência, contestará a necessidade do racionamento da gasolina, se pensat quão afortunado é este país, comparado a muitos outros. Mesmo nos Estados Unidos, terra do petróleo, o racionamento veiu não só muito antes como mais severo. Esteja certo, porém, que a Organização Esso está fazendo tudo a seu alcance . . . para lançar novos navios-tanques, instalar novos oleodutos, prosseguir suas pesquisas científicas, ao mesmo tempo que constrói e lubrifica as armas contra submarinos . . . tudo isso para dar um remédio à situação.

Ouça o Reporter Esso, diariamente, pelas rádios: Nacional, do Rio; Record, de S. Paulo; Inconfidência de M. Gerais; Farronpilha de P. Alegre; e Rádio Clube de Pernambuco.

Reprodução de publicidade inserida na revista *Seleções*, edição de número dez, de novembro de 1942, referente ao noticiário *Repórter Esso*.

Ainda no âmbito da reconstituição dos primeiros anos do *Repórter Esso* pelo registro de meios impressos, a leitura da produção jornalística do período aqui abordado revela também propagandas referenciando soldados em ação, no campo de batalha, destacando em texto notícias do conflito que chegariam

com melhor qualidade sonora aos ouvintes. Essa análise pode caracterizar também o crescimento urbano do Brasil, que abrigava uma sociedade em busca de aquisições eletroeletrônicas. Aqui surge a contradição sobre os anos de luta, com a oferta do moderno.

Registrava-se uma reação do consumo diante do conflito mundial, num paradoxo. De um lado, uma população em crescimento e em fase de urbanização; de outro, a mídia em busca de evolução. Nesse contexto, a economia estava abalada pelo estado político e pelos reflexos da situação mundial. Ao mesmo tempo, os meios de comunicação disputavam a audiência dos leitores e ouvintes.

A propaganda não deixava de se manifestar em crise de paz; ao contrário, revelava possibilidades, mostrando-se adaptada às questões e condições de vida diante daquela condição de temor e insegurança. Produtos e serviços eram vendidos com linguagem positiva, diante de um fato negativo, a guerra.

A sequência de anúncios aqui apresentada desnuda esse momento histórico relacionado à vida radiofônica brasileira.

A campanha do aparelho de rádio da marca Admiral, publicada na revista *O Cruzeiro*, de 25 de março de 1944, insere o tema em desenho sobre o texto da propaganda. Na ilustração, um campo de batalha, com destaque para os passos de um soldado com um conjunto de botas militar. Na primeira frase da oferta do produto, o texto concilia guerra e rádio, numa abordagem convidativa: “A guerra faz com que os homens marchem velozmente de descoberta em descoberta na ciência, na indústria – e em tudo que concerne ao progresso do rádio”.

Outra marca de rádio, a Zenith, utiliza o mesmo recurso no anúncio publicado na *O Cruzeiro*, de 15 de abril de 1944. Paraquedistas e soldados armados compõem o desenho da publicidade, que tem o seguinte texto de abertura:

Os paraquedistas aterrissaram na retaguarda das linhas inimigas, causando grande confusão e desastre aos seus cuidadosamente elaborados planos de ataque. O rádio imediatamente transmite ao general-comandante as boas notícias do sucesso da descida e do ataque inesperado — que significa vitória triunfante!

**AS "BOTAS DE SETE LÉGUAS"
DA GUERRA**



A guerra faz com que os homens marchem velozmente de descoberta em descoberta na ciência, na indústria — e em tudo que concerne ao progresso do rádio. Depois da Vitória, portanto, a Admiral lhe proporcionará os benefícios do progresso que realizou com a guerra. O seu novo Rádio Admiral lhe dará a satisfação do seu grande alcance, da sua assombrosa clareza e da luxuosa beleza de seu estilo. Confie no Admiral — como sempre — para obter o que há de melhor em rádio, porque a Admiral conhece as suas exigências, e sabe como satisfazê-las.

RÁDIO
Admiral
o rádio que todos admiram

ADMIRAL CORPORATION
Escritório de Exportação: 89 Broad St., New York 4, N. Y., E. U. A.



IA-C6

Anúncio do aparelho de rádio da marca Admiral publicado na revista *O Cruzeiro*, na edição de 25 de março de 1944.

Marcas, produtos, notícias, noticiários e um acontecimento que abalava o mundo e gerava mortes, a guerra. Tudo no contexto do surgimento do noticioso *Repórter Esso*, envolvido em campanhas e propagandas com atrativos anúncios interessados numa sociedade brasileira que se moldava em hábitos e costumes crescendo em volta do rádio. Entender essa história requer paciência de quem monta um gigante quebra-cabeças. As peças seriam antigas publicações, raros arquivos sonoros e a memória de quem viveu aquele tempo. São fragmentos espalhados como as laudas do *Repórter Esso*, que foram para o ar pelas ondas do rádio e se dispersaram com a força do vento.

Parte II
A notícia, a reportagem, o
repórter de rádio

As transformações técnicas na produção do radiojornalismo e os valores-notícia*

Nélia Rodrigues Del Bianco (UnB)

Oferecer notícias em primeira mão e narrar os fatos diretamente do local do acontecimento são características indissociáveis do radiojornalismo ao longo de sua história. Marcado pelo tempo real, o rádio transformou-se numa espécie de “sistema nervoso de informação” (McLuhan, 2000, p. 335), de tal forma tão poderoso que provocou uma aceleração da informação que se estendeu a outros meios.

A dimensão temporal sempre guiou boa parte do processo de produção da notícia no rádio, seja nos valores-notícia¹ que orientam a recolha e seleção dos acontecimentos, tais como atualidade, novidade, importância e interesse, seja nos critérios de

* O texto é parte da tese de doutoramento *Radiojornalismo em mutação – a influência cultural e tecnológica da internet na transformação da noticiabilidade no rádio*. USP, 2004, 352 p.

¹ Os valores-notícia representam a forma como os jornalistas veem o mundo e traduzem os critérios de noticiabilidade que orientam o processo de seleção de notícias (Traquina, 2002, p. 121). Nada mais são do que suposições com referência àquilo que os jornalistas julgam interessar ao público. São normas, princípios ou padrões aceitos, reconhecidos e mantidos na cultura profissional. Em geral, estão introjetados no cotidiano da redação sem que os profissionais discutam seu valor. No entanto, estão sujeitos a interpretações individuais no contexto da organização e da cultura organizacional.

competência profissional do jornalista, medidos pela capacidade de controlar os condicionantes organizacionais e, simultaneamente, superar o tempo e o espaço na produção de conteúdo mediante sua habilidade prática e técnica.

Embora a notícia resulte de um processo moldado pelas ideias e valores da cultura profissional dos jornalistas, pela organização do trabalho e das rotinas produtivas, pelos constrangimentos historicamente institucionalizados (Tuchmann, 1983), não se pode desconhecer a importância da dimensão do meio físico e da técnica na construção da noção de temporalidade. A tecnologia não só incide sobre os modos de produção e transmissão da notícia, na capacidade do veículo de atualizar, renovar e preservar a informação, como também tem efeitos sobre o desenvolvimento de competências e habilidades do jornalista na ação de apurar os acontecimentos (Franciscato, 2005, pp. 38-9). Os efeitos da tecnologia são mais profundos, como observou McLuhan (2000, p. 33), na década de 1960, porque alteram os índices de sensibilidade ou modos de percepção.

Como ensina Fidalgo (2002), a tecnologia molda crescentemente as experiências nas múltiplas formas de ser e estar do homem no mundo. Contribui para alterar a percepção dos horizontes do mundo e os paradigmas de sua experiência. Para os jornalistas, a mediação técnica representou, ao longo do tempo, maior aceleração da produção da notícia, a considerar a crescente redução do intervalo entre a ocorrência do fato e sua recepção pelo público, potencializando a sensação coletiva de vivenciar os acontecimentos em seu tempo presente.

Ao longo de sua história, o radiojornalismo brasileiro passou por um processo de remodelagem de linguagem, formato e processo produtivo influenciado pelas mutações das técnicas de produção e dos valores que incidem sobre a construção da noticiabilidade. A análise aqui apresentada sobre esse processo lança luzes nos padrões e valores constituídos na convivência, coexistência

e adaptação do rádio aos inúmeros dispositivos tecnológicos. Para tanto, fez-se uma periodização a partir do conceito de história de Le Goff (1984), segundo o qual as mudanças significativas devem ser analisadas e problematizadas para além da cronologia, podendo abarcar o singular, o particular, os sistemas de pensamento, a concepção circular do tempo e não somente a linearidade dos acontecimentos.³

A produção da notícia no rádio brasileiro

Na década de 1920, prevaleceu a prática de copiar os jornais tanto na forma como no conteúdo. A falta de uma produção jornalística estruturada refletia, de certo modo, a organização do trabalho na emissora de rádio. Até o início da década de 1930 predominou no país o sistema de rádio sociedade ou clube. Eram emissoras sem fins lucrativos, mantidas com a contribuição dos ouvintes, que não possuíam *cast* profissional na programação artística e menos ainda um departamento de radiojornalismo. Predominava a produção amadora e diletante. Nesse ambiente, o uso do jornal como fonte tinha senso de oportunidade, porque facilitava o trabalho sem gastos adicionais.

Esse quadro mudou paulatinamente com a legalização da veiculação de comerciais. Na década de 1930, o rádio passou a ser estruturado em moldes empresariais, atuando com uma programação diversificada e de apelo popular, voltada exclusivamente para o entretenimento. Era necessário criar uma infraestrutura para o rádio com o objetivo de atrair capitais e talentos, além de se afastar

³ Essa abordagem inclui a análise das condições técnicas e tecnológicas de produção da época; o sistema de produção jornalístico: fontes de informação, caracterização de programas, a relação com periodicidade, velocidade, tempo de produção e configuração da redação; aspectos da conjuntura histórica, econômica e social do período; o estágio do desenvolvimento do rádio em termos de organização da empresa; e os valores dominantes no processo de produção da notícia em diferentes fases históricas.

das características *educativo* e *cultural* predominantes na época de sua implantação. O modelo empresarial posto em prática no Brasil acabou sendo uma cópia da radiodifusão norte-americana, não somente na forma de distribuição de concessões a grupos privados, como também na estrutura de emissora comercial, competitiva, organizada em critérios minimamente profissionais.

A estruturação profissional do rádio, no entanto, não resultou num investimento em produção jornalística até o final dos anos 1930. O momento político não era favorável a uma produção autônoma de notícias. O país vivia sob a ditadura Vargas, cuja característica essencial era sustentação política por meio de propaganda política e censura prévia do rádio, dos jornais e de qualquer tipo de publicação cultural. O controle da programação radiofônica, sob a tutela do Departamento de Imprensa e Propaganda (DIP), visava garantir que o rádio pudesse concretizar o projeto de disseminação dos valores morais, intelectuais e políticos de Getúlio Vargas (Moreira, 1998, p. 31).

Sob censura e controle do DIP, predominava a programação de entretenimento – música, novela, programas de auditório, humorísticos, shows de calouros, em flagrante desinteresse pelos programas jornalísticos com produção adaptada às características do rádio. Esse vínculo com a programação popular atendia a necessidades psicossociais do público e aos interesses econômicos e políticos. A criação do noticiário oficial *Hora do Brasil*, em 1935, marcou o uso do rádio no país como instrumento de afirmação do regime ditatorial de Getúlio Vargas. Além de informar detalhadamente sobre os atos do presidente da República e as realizações do Estado, o programa incluía uma programação cultural que pretendia incentivar o gosto pela boa música por meio da audição de autores considerados célebres. Com a criação de horário exclusivo para notícias oficiais e pronunciamentos do governo, instalava-se um vínculo entre notícia e poder, confundindo notícia e propaganda ideológica.

Com a adoção do teletipo nas redações na década de 1940, o modo de produção baseado na leitura dos jornais impressos ao microfone foi substituído por um modelo calcado nos padrões estéticos das agências internacionais de notícia. O noticiário *Repórter Esso*⁴ marcou essa mudança. Com duração de cinco minutos, era apresentado pela Nacional, do Rio de Janeiro, em cinco edições diárias, além das extraordinárias, quando surgia um fato de importância e urgência. Em termos de valores-notícia, o *Esso* introduziu no Brasil os conceitos de imediatismo, atualidade e relevância do fato. Consolidou-os ao apresentar cinco edições todos os dias, o que indicava a necessidade de várias atualizações diárias e rapidez na divulgação dos acontecimentos.

As edições extraordinárias, que faziam o Brasil parar para ouvir o noticioso, indicavam o grau de relevância que alguns acontecimentos adquiriam, merecendo, portanto, sua divulgação imediata. A partir de seu surgimento, várias rádios procuraram, além de retransmiti-lo, imitá-lo. O padrão austero e preciso do *Repórter Esso* ficou no ar até 1968. Foram 27 anos de um radiojornalismo que procurava mostrar, diariamente, os principais fatos do Brasil e do mundo cumprindo seu ideal de ser “testemunha ocular da história”.

O noticiário da Esso sempre foi exaltado por introduzir no Brasil os princípios de objetividade, imparcialidade, credibilidade e síntese na redação da notícia. No entanto, ao analisar a primeira fase do noticioso no período da Segunda Guerra, Luciano Klöckner (2001) observou que os textos eram curtos, mas nem sempre objetivos, e muitas vezes não respondiam aos quesitos do lide (o que, quem, como, quando, onde, por quê). Algumas notícias despre-

⁴ O *Esso* era produzido pela agência de notícias United Press (UP), redigido na agência publicitária McCann Erickson, e ainda contava com o patrocínio da Esso Standard Oil. Além de trazer notícias selecionadas de uma das grandes agências de notícia da época, o informativo era o único que tinha redação própria para o rádio.

zavam o contexto, a linguagem era parcial, enaltecendo a posição dos Estados Unidos e de seus aliados. A objetividade preconizada escondia, inúmeras vezes, um conteúdo superficial, sem contexto e história. Com o fim da Segunda Guerra Mundial, o *Esso* passou a noticiar os acontecimentos nacionais. As notícias internacionais, no entanto, continuavam, mas em menor quantidade na área espaço-tempo. Contudo, o noticiário mantinha a ótica dos Estados Unidos, especialmente nos episódios que envolviam a Guerra Fria.

Ainda na década de 1940, o rádio remodelou o formato de noticiário ao criar o jornal falado. O noticiário era semelhante ao modelo de organização da informação no impresso. Na abertura, as manchetes, o número da edição e a data da emissão. Na sequência, as notícias eram organizadas em seções (nacional, internacional e local). Na produção desses noticiosos, ainda era comum a prática do *gilete press* associada à compilação de notícias de agências internacionais que chegavam pelo teletipo. O *Grande Jornal Falado Tupi*, da Rádio Tupi, de São Paulo, criado em 1942, foi um marco nesse formato. Com uma hora de duração e veiculação diária, influenciou muitas outras emissoras a lançarem programas semelhantes.

Com o advento da televisão, na década de 1950, o rádio perdeu prestígio junto aos patrocinadores. Sem dinheiro, não havia como investir na renovação técnica de equipamentos e menos ainda manter um *cast* profissional formado por cantores, músicos, comediantes e animadores. A saída foi remodelar a programação, adotando a veiculação de música gravada, notícia, esportes e prestação de serviços – informação sobre condições do trânsito, polícia, tempo etc.

A emergência dos departamentos de jornalismo

As limitações iniciais da produção de notícia no rádio foram sendo superadas a partir da década de 1950, com a implantação de departamentos de radiojornalismo nas emissoras das maiores

capitais. Foi um passo decisivo na consolidação da produção da notícia no rádio dentro de padrões técnicos e de conteúdo que passariam a ser dominantes ao longo da história.

Quatro emissoras exemplificaram bem esse momento de investimento no jornalismo nas décadas de 1960 e 70: Jovem Pan e Bandeirantes, ambas de São Paulo, Jornal do Brasil, do Rio de Janeiro, e Guaíba, de Porto Alegre. Essas emissoras lançaram as bases para um sistema intensivo de noticiário caracterizado por: a) informação ou notas de serviço e utilidade pública ao longo da programação; b) noticiários menores nas horas cheias e quebradas; c) cobertura esportiva ao vivo; d) transmissão da informação do local do acontecimento; e) reportagem ilustrada com entrevista gravada; e f) entrevista ao vivo no estúdio ou por telefone. Mesmo com essa diversificação de formatos, as emissoras mantiveram seus tradicionais “jornais” como os de maior prestígio em sua programação.

Essas emissoras buscavam apresentar conteúdo próprio, diminuindo a dependência de outros veículos para levar a notícia ao ar. Não era mais razoável depender dos jornais impressos e das agências de notícia como fontes de informação. Construir uma autonomia de fontes era fundamental para expressar voz própria no relato dos acontecimentos. E, nesse caso, a reportagem ilustrada com sonora atendia a essa demanda, além de ter importância estratégica na constituição dos noticiários. Referindo-se à estrutura de jornalismo da Jovem Pan no período, Gisela Ortriwano (1985, p. 24) comenta que a intensificação da reportagem de rua permitiu que a informação não estivesse mais presa a horários fixos, mas ligada, sim, ao momento em que o fato havia acontecido, a qualquer hora do dia ou da noite.

O sentido da imediatez dramática se instaurou no rádio impulsionado por um dispositivo técnico: o gravador portátil que substituíra o gravador de rolo usado em gravação de externas. O jornalista João Batista de Abreu (2001, pp. 133-4) lembra que, na década de 1950, os gravadores de fita-rolo eram grandes,

pesados e movidos à bateria. Para manuseá-los, era necessária a presença de um técnico. As limitações técnicas do aparelho dificultavam a mobilidade e a agilidade do repórter no campo do acontecimento. O gravador cassete portátil alterou esse quadro. O repórter podia colher o depoimento da fonte não apenas para repassar a informação em outras palavras, mas também para gravar a entrevista e retransmiti-la aos ouvintes com mais agilidade. A introdução de reportagem ilustrada com sonora no radiojornalismo foi tão importante para o rádio quanto à fotografia para o jornal, porque, segundo Ana Baumworcel (2001, p. 111), exemplificava um fato mencionado pelo locutor, trazia a força documental inquestionável e a verossimilhança para a situação descrita – as sonoras colocavam os sujeitos e as testemunhas dentro do fato.

A inovação técnica modificou o conteúdo da informação radiofônica e trouxe para a cena de significação a valorização do testemunho sonoro, a entrevista. As declarações, em alguns casos, passaram a ter status de fato. Na década de 1970, esse modo de produção foi bastante favorável à situação política. Era a época da censura, período em que o “jornalismo de verificação” ficara reduzido a divulgar a “versão oficial” dos acontecimentos. O ponto de vista de uma autoridade militar passou a valer como se fosse o fato em si, sobre o qual não havia espaço para investigação. Predominava, portanto, o jornalismo de “afirmação” em detrimento ao de “verificação”.⁵

⁵ Os termos jornalismo de “afirmação” e jornalismo de “verificação” são usados aqui no sentido proposto pelos jornalistas Bill Kovach e Tom Rosenstiel (2003, pp. 11-112). Eles entendem que o jornalismo de “verificação” se baseia em “métodos objetivos” para registrar direito o que aconteceu, contra um jornalismo meramente declaratório, sustentado em entrevistas que supostamente contêm em si o relato dos acontecimentos. Para eles, o que se espera do jornalismo é a “disciplina da verificação” – o trabalho de checagem e recheagem das declarações e informações –, a correspondência entre declarações e fatos, como o caminho mais adequado para se chegar à verdade. Isso constitui a essência do jornalismo em qualquer tempo. Quando essa prática é enfraquecida, ganha destaque o jornalismo de “afirmação”, que se resume às declarações das fontes sem checagem sobre

Outra inovação tecnológica contribuiu para tornar o rádio-jornalismo cada vez mais próximo da audiência: o transistor. Embora a invenção americana seja dos anos 1940, a popularização dos aparelhos portáteis transistorizados no Brasil aconteceu somente nas décadas de 1960 e 70. Com o transistor, o rádio ganhou portabilidade, permitindo a individualização da audiência. A disseminação do invento assegurava o caráter de proximidade do rádio, a identidade afetiva com o ouvinte.

O radiojornalismo dessa fase foi permeado pelos valores inerentes aos recursos tecnológicos incorporados ao processo produtivo da notícia. Entre eles, estavam o de atualidade (noticiar o que acontece no presente e não no dia anterior), imediatismo (os fatos podem ser transmitidos no momento em que ocorrem) e instantaneidade (a notícia precisa ser recebida no instante em que foi emitida). Diante desses valores, a ideia de um jornalismo baseado em notícias do dia anterior publicadas pelo jornal perdeu o sentido, além de não atender mais às exigências da audiência, em especial nas grandes cidades, de divulgação imediata dos acontecimentos que influenciavam o cotidiano.

A era da especialização

Nos anos 1980, o radiojornalismo no Brasil se revitalizou a partir da adoção de quatro recursos técnicos que contribuíram para melhorar a qualidade sonora do rádio: o transmissor-receptor, sistema de áudio em duas vias que permitia ao repórter entrar no ar ao vivo ou conversar com âncoras e entrevistados; a extensão da baixa frequência para telefone (acoplada ao telefone, aumentava a potência de transmissão e permitia que o sinal chegasse mais

os fatos narrados pelo entrevistado. Embora na base desses conceitos estejam princípios discutíveis na teoria do jornalismo, como o de objetividade, exatidão e veracidade, são considerados válidos como metáfora descritiva ampla que ajuda a tipificar uma práxis no jornalismo.

forte ao estúdio); os satélites, usados cada vez mais para transmissão em redes; e o CD, que substituiu as fitas magnéticas e os discos de vinil, contribuindo para a melhoria da qualidade do som da música (Moreira, 2002, p. 97).

Os dispositivos técnicos, especialmente os que facilitavam a transmissão ao vivo, levaram o repórter a participar intensivamente da programação, diretamente da cena do acontecimento, o que contribuiu para aprofundar e explorar o imediatismo, inerente à natureza tecnológica do rádio. O tempo entre o acontecimento e a veiculação da notícia fora encurtado. A cobertura ao vivo criou uma sensação de participação do ouvinte no cenário dos principais acontecimentos políticos da época. A população estava ávida por notícias a respeito das mudanças políticas com o fim de vinte anos de ditadura militar: eleição direta para governador, retorno dos exilados ao Brasil e eleição indireta do primeiro presidente da República civil.

A apresentação das notícias passou a contar intensamente com a voz dos próprios repórteres, que colhiam a informação no local do acontecimento. Sendo fator de credibilidade, a reportagem em tempo real de grandes eventos políticos e sociais da época, a exemplo da campanha das Diretas Já, facilitou a identificação do meio com a audiência. O vivo trouxe para o campo da produção jornalística do rádio o “momento” como valor-notícia, segundo Eduardo Meditsch (1999, p. 125). A mudança influenciou a construção do estilo da narrativa da notícia. Saía o tom manchettato, entrava em cena a apresentação coloquial, mais conversada. Era a vez de âncoras e apresentadores no lugar do tradicional locutor de voz impostada e distante.

Nesse período, configurava-se também o conceito de repetição de notícias com o objetivo de atender à rotatividade da audiência móvel diante do aparelho de rádio transistorizado, disponível em qualquer lugar, especialmente nos automóveis. O conceito influenciou as rotinas produtivas, levando emissoras

como a Jovem Pan a espelhar, a cada período de uma hora, o que houve de interessante no programa que havia terminado e a acrescentar assuntos a serem espelhados no programa seguinte. Para acompanhar o cidadão em movimento, foi necessário reorganizar as rotinas produtivas, constituindo-as de equipes específicas para checagem e apuração rotineira da informação de serviço, com boletins sobre trânsito, tempo, estradas, indicadores econômicos, documentos perdidos, pessoas desaparecidas, pedidos de sangue ou remédio. Emissoras especializadas como a Jovem Pan e a Bandeirantes foram além nessa estratégia e abriram espaço para as coberturas dedicadas a serviços para finais de semana, feriados, férias no litoral, carnaval, vestibular, eleições, entre outros eventos que movimentam grande parte da população. Fora de situações de rotina, o departamento de jornalismo de emissoras especializadas se estruturou para realizar coberturas intensivas em casos inesperados, como enchentes, incêndios e outros acontecimentos que provocam transtornos na vida da cidade.

Com a diversidade de interesses, assuntos e demandas da audiência, tornou-se inevitável organizar as estruturas produtivas de forma a garantir a eficácia do trabalho. Nesse período, aumentou o volume de informação que chegava à redação para ser selecionada e processada, exigindo do departamento de jornalismo cada vez mais a apuração dos critérios de seleção de notícias. Além das agências de notícia nacionais e internacionais, as emissoras recebiam *releases* e informativos enviados pelas assessorias de imprensa de órgãos públicos, empresas privadas, sindicatos, entidades de classe. O fenômeno coincidiu com um período de estruturação e profissionalização das assessorias de imprensa e comunicação de governos, que atuavam no sentido de dar transparência à divulgação de notícias de interesse público.

A redação tinha de compatibilizar o material recebido com as informações próprias colhidas por setoristas, repórteres, correspondentes, chefia de reportagem e serviço de escuta. Além disso,

precisava considerar as informações enviadas por ouvintes, que chegavam por telefonema, carta ou em visitas à emissora.

A proximidade com a audiência conquistada nesse período, no entanto, passou a conviver com a transmissão por satélite, uma das estratégias das emissoras especializadas para ampliar a área de cobertura territorial e conquistar maior parcela do público e o interesse de grandes patrocinadores. Diferentemente da televisão, que na década de 1960 soube aproveitar o potencial do satélite para retransmitir sua programação, o rádio se beneficiou tardiamente desse sistema. Acostumadas à seleção de notícia numa dimensão local, as emissoras tiveram de redimensionar seu processo de produção para compor um noticiário realmente de interesse nacional. Nesse caso, a estratégia foi intensificar a cobertura do governo federal em Brasília com equipes próprias de reportagem, além de investir em comentaristas de peso que pudessem dar sentido e significado aos acontecimentos.

Radiojornalismo na era da informação

No início da década de 1990, o radiojornalismo passou por novas mudanças, provocadas pela substituição dos meios técnicos analógicos pelos digitais. Uma das mais importantes foi o uso do celular pelos jornalistas para transmissão de notícias a partir do local do acontecimento. Com o celular, o repórter ganhou agilidade para realizar entrevistas ou fazer participação ao vivo de qualquer lugar. Conquistou, portanto, mobilidade muito superior ao telefone sem fio utilizado nas unidades móveis de frequência modulada.

Essa tecnologia contribuiu para alterar o conceito de velocidade e instantaneidade na divulgação da informação. Tornou o jornalismo de rádio diário “mais quente” em relação aos demais. A cultura do “ao vivo”, presente na era analógica, foi reforçada. Trouxe o caráter de antecipação da informação, riva-

lizando com a cobertura do jornal e da televisão. Além disso, fortaleceu o formato de radiojornalismo calcado nos gêneros notícia, reportagem e entrevista.

O processo de digitalização dos equipamentos de áudio também afetou a velocidade no processo de produção do radiojornalismo. Um dos principais avanços foi a invenção do mini-disc (MD), aparelho que mudou a performance do armazenamento e edição do registro sonoro. O MD flexibilizou o processo de edição ao permitir mover, excluir, editar e combinar diferentes trechos de gravação num mesmo suporte tangível. Para o jornalismo, representou a aposentadoria dos inflexíveis aparelhos de reprodução de cartuchos de fita magnética (cartucheiras). O segundo avanço rumo à digitalização foram os *softwares* de operação de áudio para programação ao vivo, que permitiram a automatização na reprodução de músicas, comerciais, chamadas e locução gravada (Moreira, 2002, p. 133). O terceiro passo importante foi a adoção dos *softwares* de edição de som para PC e das estações de áudio informatizadas que funcionavam como sistema de edição não linear.

Nesse sentido, a informatização com uso de computador na redação influenciou novos modos de produção. Na primeira metade dos anos 1990, os computadores eram utilizados na redação como processador de texto e terminal de recepção das agências de notícias. Mais tarde, numa segunda geração, os computadores passaram a fazer parte de uma rede local, servindo de unidades de edição não linear (Meditich, 1999, p. 110). Na segunda metade da década, a redação de emissoras especializadas em jornalismo passou por uma terceira fase da informatização, com a constituição de rede de computadores local, integrando a redação e a edição de noticiários à central técnica e com conexão à internet. No âmbito local, a rede garantia o livre tráfego de informação, tanto em texto como em áudio. Graças a um *software* de gerenciamento de produção, os jornalistas passaram a ter acesso ao espelho de programas e às matérias levadas ao ar em

todos os noticiários por meio do terminal de seu computador. Isso permitiu aos editores e redatores copiar notícias disponíveis, reescrevê-las agregando novas informações, ou mesmo editar, cortar, emendar sonoras de matérias de repórteres ou entrevistas ao vivo com ajuda de programas de edição de som, sendo o mais popular deles o *Sound Forge*.

A integração da rede local à internet trouxe uma nova mudança na forma de processar a informação (Bianco, 2004). Os jornalistas de rádio passaram a ter acesso gratuito às principais agências de notícia e aos jornais on-line nacionais e internacionais. À primeira vista, essa facilidade ampliou o olhar sobre os acontecimentos diante da multiplicidade de assuntos disponíveis para seleção. Situação bem diferente das condições de produção da era analógica. O acesso às agências de notícia somente era possível mediante assinatura do serviço. Emissoras especializadas como a Jovem Pan e a Bandeirantes assinavam, no máximo, uma agência internacional e duas nacionais. Antes, os jornalistas tinham acesso às fontes por meio de diferentes suportes físicos, como material impresso, carta, áudio, telefone, teletipo, fax. Outro modo era buscar pessoalmente a informação no local do acontecimento.

A ampliação das fontes de informação por meio da internet, no entanto, deve ser vista com cautela. Na verdade, tem-se acesso ao conteúdo parcial de jornais on-line, portais e agências de notícia; portanto, nem sempre se trata do material jornalístico integral, disponível somente para os assinantes. Trata-se, sim, de material de segunda ou terceira mão, submetido a critérios prévios de seleção; logo, filtrado pelos valores inerentes àquela publicação. Mesmo quando os jornalistas vão diretamente ao site das agências internacionais para complementar a informação, ainda assim acessam resumos, e não as matérias integrais, disponíveis somente para assinantes.

A internet também contribuiu para moldar um novo comportamento dos jornalistas em relação à busca de notícias. Nas dé-

cadastros de 1960 e 1970, época marcada pela valorização da reportagem no local do acontecimento, os jornalistas saíam à procura de notícias. Paralelamente a essa posição, o profissional na redação ficava à espera de despachos enviados pelo teletipo para alimentar o fluxo contínuo de redação de boletins e noticiários de hora em hora. Vinte anos depois, as notícias “procuravam” os jornalistas. Com a profissionalização das assessorias de comunicação de empresas, órgãos públicos, sindicatos, entidades de classe e organismos não governamentais, cresceu a oferta de material informativo, pronto para ser utilizado, à disposição da redação, sem contar as sugestões de entrevistas ao vivo, coletivas de imprensa, entre outros.

Com a internet, os jornalistas abandonaram a posição passiva de ficarem à espera de despachos e informes de agências de notícia e *releases* para assumirem a postura “ativa” na recolha de assuntos, porém dentro do ambiente on-line. Atualmente, fazem uma “busca orientada” por informação na rede guiados pelos valores e critérios definidos pela política editorial da emissora. O intuito é recolher notícias novas e de interesse. O trabalho do jornalista não é apenas ler o material para se informar e constituir seu próprio relato dos acontecimentos. A leitura é confundida com a busca de notícia pronta. Obter o material de divulgação acabou por se converter num fim em si mesmo.

O acesso a fontes de informação livre de limitações temporais beneficiou a manutenção do fluxo contínuo informativo no rádio. Primeiro, porque oferece uma orientação sobre o que é atual, ajudando a redação a se posicionar no ciclo produtivo da notícia; quem chega à tarde para trabalhar, por exemplo, consegue saber exatamente quais notícias foram destaque pela manhã numa rápida consulta aos sites de jornais e agências de notícia on-line. Segundo, porque é um modo de conseguir, receber e trocar informação de forma rápida e ágil. Terceiro, porque a internet é uma forma de acesso às fontes de notícia de alta produtividade e renovação constante. E quarto, porque há a vantagem de se ter a

memória acumulada e armazenada dos acontecimentos, recuperável a qualquer tempo, tanto nas publicações digitais on-line como nos sistemas de busca em qualquer site.

Valores-notícia em tempos de internet

No cotidiano atual das redações de radiojornalismo, a internet passou a ser referência para avaliar os acontecimentos quanto à atualidade, à novidade, ao interesse e à importância. O valor de atualidade corresponde ao tempo real, ou seja, o processamento da informação se dá num ambiente em que não há mais diferenciação do tempo. O reflexo disso é o aumento do índice de atualidade na redação. Em consequência, as fronteiras dos *deadlines* tornaram-se mais elásticas. Houve um encurtamento do ciclo da informação no radiojornalismo que, na era analógica, já era considerado elevado e agora ganhou maior aceleração. O ritmo da informação com o tempo real mudou a lógica do tempo informativo no rádio e entrou-se numa era de quase “imediatez absoluta” (Nogueira, 2003), uma vez que os ciclos estão cada vez mais curtos. As decisões sobre o que entra ou não no noticiário da emissora são tomadas cada vez mais em tempo real.

A importância passou a ser medida pela ação do jornalista de observação e comparação. Se determinada informação aparece em dois ou três jornais on-line ou agências de notícia, é sinal de que o assunto é importante e, por tal condição, não pode deixar de ser incluído no programa de rádio.

A noção de novidade foi alargada diante da abundância de informação. Por ser o principal sistema de acesso a fontes disponível na redação, a internet molda a percepção dos jornalistas sobre o que é novo. Muitas vezes, é considerado novidade o fato que a internet divulga e que a redação ainda desconhece ou não pôde identificar a partir de seus mecanismos tradicionais de apuração e levantamento da informação. O problema desse alargamento dos

mecanismos de percepção do novo é o risco de perder o foco daquilo que é importante selecionar. Mesmo que os jornalistas de rádio se pautem pela política editorial da emissora no momento da seleção dos acontecimentos, ainda assim precisam lidar com o excesso de novidade dentro desse campo de interesse. É nessa batalha diária contra o excesso de novidade que, não raro, se perde a clareza do que é importante e interessante noticiar. O resultado prático da aplicação desse valor seletivo é a homogeneização dos acontecimentos que ganham o status de notícia.

Nesse processo de mutação, houve uma apropriação de valores típicos da internet na produção do radiojornalismo. Entre eles, cooperação entre usuários, uma comunicação horizontal, sem hierarquias, entre os integrantes da rede local; interatividade e informalidade nas relações entre membros da rede (chefes, editores, redatores e repórteres); livre fluxo de informação produzida dentro da redação; participação e intervenção dos integrantes da rede no conteúdo; acessibilidade a conteúdo próprio e de outros em tempo real; personalização do acesso ao conteúdo; e interatividade não só entre membros da redação, como também entre eles e a audiência, via e-mail ou site da emissora.

A internet é naturalmente híbrida – material e lógica – e fisicamente compatível com todos os mecanismos de representação, tratamento e difusão de informação. A pluralidade inerente a esse campo confronta-se com os oligopólios que fornecem informação jornalística e atuam no sentido de acentuar o caráter de homogeneização. As agências de notícia que abastecem as redações há quase um século, como Associated Press (EUA), Reuters (Grã-Bretanha) e France Presse (França), ainda são as mais acessadas pelos jornalistas. A concentração da informação nas mãos de poucos persiste num campo de informação e comunicação por natureza livre e plural.

Por outro lado, um dos referentes do interesse como valor-notícia está relacionado à proximidade com o público, que pode se dar pelo pertencimento ao mesmo território. Essa noção de

territorialidade é redefinida pela descentralização espaciotemporal das redes. Na rede, a noção de território se distancia de sua acepção vinculada à noção de espaço geográfico, para assumir também um valor de mercado construído em movimento permanente pelas corporações de comunicação. O sentido de pertencimento tem a ver com a formação de grupos de consumo da informação que guardam em si características comuns de gosto, práticas sociais e culturais, independentemente do local em que vivem. Nessa reorganização geopolítica, o jornalista vê-se diante da discussão sobre a representação social que possui de seu público. Mesmo que busque na internet informação para compor noticiário para um meio de abrangência limitada ao alcance geográfico, ele é afetado por esse novo referencial de um território sem fronteiras, no qual a definição de audiência se dá pelo consumo que define identidades.

Pela natureza global de seu alcance, tudo na rede está próximo de alguém. De certo modo, esse fato reflete um alargamento da noção de espaço como algo que deva guardar uma relação de proximidade física do ouvinte com o fato divulgado. A massa de informação disponível na internet para ser selecionada pelo jornalista traz em si a ruptura com o limite do local, componente fortemente vinculado à raiz histórica do rádio. O complicador é que, nesse ambiente sem fronteiras, podem ganhar relevância notícias que acentuam valores como exotismo, raridade e insólito de qualquer parte do mundo. Não que notícias desse gênero não tivessem espaço em programas de rádio, mas em doses menores. Ocorre que, na internet, esse tipo de conteúdo está disponível em maior volume, o que não deixa de representar aumento de pressão para sua inclusão nos informativos das emissoras de rádio.

Diante das mutações em curso, é legítimo afirmar que os aspectos centrais do paradigma jornalístico estão conquistando uma nova referencialidade, baseada nos valores culturais

da sociedade da informação. Essa referencialidade tem como parâmetros: 1) o fato de a informação ser hoje a matéria-prima e a força motriz do sistema produtivo, e as redes informatizadas, instrumentos de comunicação e ferramentas organizativas, cujos efeitos atravessam e moldam todas as esferas da atividade humana; e 2) a construção de novas dimensões de tempo e espaço proporcionadas pela estrutura de comunicação integrada em rede mundial, digital e interativa, que produz maneiras diferentes de perceber os acontecimentos num mundo cada vez mais complexo.

O fundamento histórico do jornalismo está no conhecimento da realidade, na apuração dos fatos e na apresentação de uma narrativa correta, crível, isenta de opinião e de parcialidades. Cabe aos jornalistas a verificação dos fatos por meio de levantamento de dados junto às fontes. No entanto, cada vez mais adquirem importância no cotidiano da redação dispositivos técnicos de acesso à informação em estado bruto e aos dados de segunda ou terceira mão. Diante desse fenômeno, a visão de mundo natural se confronta com a intencionalidade. As notícias não aparecem de forma natural, mas se fazem como consequência da vontade humana, da história, das circunstâncias sociais das instituições e das convenções da profissão, e agora também sob influência das tecnologias da informação. A internet, com seus valores e lógica comunicativa, se notabiliza por ser uma das formas de conhecimento da realidade para o jornalismo.

Desse ponto de vista, ela (a internet) molda crescentemente as experiências nas múltiplas formas de ser e estar do homem no mundo. O homem que vê, ouve e sente o mundo, sem a mediação de meios instrumentais, é o mesmo que sente através de meios técnicos digitais. O que mudou foram os horizontes desse mundo e os paradigmas de sua experiência (Fidalgo, 2002).

Referências

- ABREU, João Batista de. “Faca de dois gumes”. In MOREIRA, Sonia Virgínia e DEL BIANCO, Nélia Rodrigues (orgs.). *Desafios do rádio no século XXI*. São Paulo: Intercom; Rio de Janeiro: UERJ, 2001.
- BAUMWORCEL, Ana. “Radiojornalismo e sentido no novo milênio”. In MOREIRA, Sonia Virgínia e DEL BIANCO, Nélia Rodrigues (orgs.). *Desafios do rádio no século XXI*. São Paulo: Intercom; Rio de Janeiro: UERJ, 2001.
- DEL BIANCO, Nélia Rodrigues. *Radiojornalismo em mutação – a influência cultural e tecnológica da internet na transformação da noticiabilidade no rádio* (tese). USP, 2004, 352 p.
- FRANCISCATO, Carlos Eduardo. *A fabricação do presente – como o jornalismo reformulou a experiência do tempo nas sociedades ocidentais*. Aracaju: Ed. UFS, 2005.
- FIDALGO, António. “Percepção e experiência na internet”. *BOCC – Biblioteca Online de Ciências da Comunicação*. Universidade da Beira Interior, Covilhã. Portugal, 2002. Disponível em <http://www.bocc.ubi.pt/index2.html> 2002.
- FIDLER, Roger. *Mediamorphosis – understanding new media*. Califórnia: Pine Forge Press, 1997.
- KLÖCKNER, Luciano. “O *Repórter Esso* e a globalização: a produção de sentido no primeiro noticiário radiofônico mundial”. *Anais do XXVI Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação*. Campo Grande (MS), 2001.
- KOVACH, Bill e ROSENSTIEL, Tom. *Os elementos do jornalismo – o que os jornalistas devem saber e o público exigir*. São Paulo: Geração Editorial, 2003.
- LE GOFF, Jacques. *História, Enciclopédia Einaudi*. Imprensa Nacional, 1984, v. 1.
- McLUHAN, Marshall. *Os meios de comunicação como extensões do homem*. São Paulo: Cultrix, 2000.
- MEDITSCH, Eduardo. *A rádio na era da informação – teoria e técnica do novo radiojornalismo*. Coimbra: Minerva, 1999.
- MOREIRA, Sonia Virgínia. *Rádio em transição – tecnologias e leis nos Estados Unidos e no Brasil*. Rio de Janeiro: Mil Palavras, 2002.
- . *Rádio Palanque, fazendo política no ar*. Rio de Janeiro: Mil Palavras, 1998.

- NOGUEIRA, Luís. “Jornalismo na rede: arquivo, acesso, tempo, estatística e memória”, 5 mar. 2003. *Webjornalismo.com*. Disponível em <http://www.webjornalismo.com./sections.php?op=viewarticle&artid=10>.
- ORTRIWANO, Gisela Svetlana. *A informação no rádio – os grupos de poder e a determinação dos conteúdos*. São Paulo: Summus, 1985.
- . *Os (des)caminhos do radiojornalismo* (tese). USP, 1990.
- TRAQUINA, Nelson. *O estudo do jornalismo no século XX*. São Leopoldo: Unisinos, 2002.
- TUCHMANN, Gaye. *La producción de la noticia – estudios sobre la construcción de la realidad*. México: Gustavo Gili, 1983.

O *Repórter Esso* e as sínteses radiofônicas contemporâneas

Debora Cristina Lopez (UFSM)

É inegável que as sínteses noticiosas do rádio contemporâneo inspirem-se no *Repórter Esso*. Isso decorre do fato de ele ter sido o primeiro nesse formato no Brasil. Para verificar as influências do *Esso* nas sínteses contemporâneas, acompanhamos durante uma semana o conteúdo de três delas: o *Repórter CBN* (da Central Brasileira de Notícias), o *Correspondente Guaíba Aspecir* (da Rádio Guaíba) e o *Correspondente Ipiranga* (da Rádio Gaúcha). As variáveis a serem analisadas foram obtidas a partir de um cruzamento de três manuais de redação: o *Manual Radionoticioso de la United Press en America Latina*, o *Manual sonoro do Repórter Esso* e as *Normas de redação: Rádio Guaíba*.¹

A informação e a factualidade no rádio

O debate acadêmico sobre gêneros no rádio origina-se nos estudos de impresso, por meio da sistematização proposta por Beltrão e posteriormente relida por Marques de Melo. Para o rádio, ela foi adaptada por autores como Ferraretto (2001) e Barbosa Filho (2003) e apresentada como elemento complementar e/ou

¹ Esse manual foi selecionado como diretriz de análise por ter sido inspirado no manual do *Repórter Esso*.

metodológico em inúmeros outros estudos. Ferraretto defende a manutenção da proposição derivada do impresso – informativo, interpretativo e opinativo –, sempre observada a partir das características do meio de comunicação. Essa é a perspectiva com que trabalhamos neste estudo.

Uma das principais produções do jornalismo radiofônico é a informação factual, inserida no primeiro dos níveis citados.² Isso decorre, em grande medida, do próprio meio. Como ressalta McLeish, o rádio é imediato e instantâneo. “Os fatos podem ser transmitidos no instante em que ocorrem. [...] O rádio permite ‘trazer’ o mundo ao ouvinte enquanto os acontecimentos estão se desenrolando” (Ortrivano, 1985, p. 80). Assim, a atualização constante e a fugacidade que compõem esse meio de comunicação afetam, como veremos adiante, a forma como a narrativa é composta e como são organizadas as informações. Nas sínteses noticiosas, essa relação é mais próxima. Como o objetivo é, segundo Ferraretto, apresentar um resumo dos acontecimentos transcorridos desde a última edição, a organização dos dados, a coesão e a coerência textuais e a hierarquização e clareza do texto são fundamentais.

Existe un ejercicio de reconocimiento mutuo de las características de cada programa que permite la eficacia de la comunicación narrativa. En la oferta narrativa de las radios, los oyentes reconocen, aceptan o rechazan la especial diferencia de quienes les cuentan los hechos [...] (Martínez-Costa e Díez Unzueta, 2005, p. 35).

Para isso, a síntese lança mão da notícia como principal formato.

² Embora o jornalismo informativo contemple diversos formatos, como nosso objeto são as sínteses noticiosas, discutiremos somente a notícia como formato.

Retomando as discussões propostas por Ortriwano (1985), considera-se a notícia 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.

Dessa maneira, compreendem-se, para o jornalismo brasileiro, os gêneros em rádio a partir dos gêneros em impresso. Busca-se, aqui, apresentar uma abordagem complementar, trazida por Maria Del Pilar Martínez-Costa e José Ramón Díez Unzueta (2005). Eles acreditam que as definições de gênero são fundamentais para a relação entre o emissor e o receptor: “Para el primero, porque posee un modelo de enunciación para hacerse inteligible. Para el segundo, porque tienen un parámetro con el cual orientar sus expectativas de interpretación” (p. 92). Lembram que também na Espanha os estudos de gênero em rádio tiveram origem numa adaptação dos gêneros impressos, ainda na década de 1970. Entretanto, pesquisas contemporâneas apontam, para os gêneros desenvolvidos especificamente a partir das características do veículo, suas potencialidades narrativas e o avanço das tecnologias aplicadas a ele.

O rádio é um meio de comunicação fundamentalmente dialógico e oral. Em sua programação, os gêneros dialogam entre si e as produções não se mantêm eminentemente no campo da informação ou da opinião. As especificidades do rádio, geradas pela narrativa e pelas tecnologias, fizeram com que os pesquisadores espanhóis do jornalismo radiofônico deixassem de tentar adaptar os gêneros do

impresso e passassem a pensar os conceitos especificamente para ele, o que os levou à dualidade diálogo \times monólogo: “La consideración de diálogo-monólogo como uno de los criterios para distinguir los géneros radiofónicos fue introducida a comienzos de los noventa simultáneamente por Merayo y Cebrián Herreros” (p. 94). A partir desse momento, e da compreensão de que é permitido o estabelecimento de um pacto de produção e leitura entre o jornalista e o ouvinte, foram desenvolvidos os conceitos de gêneros no rádio espanhol, numa perspectiva que os considera mutantes, dinâmicos e flexíveis.

A classificação principal apresentada pelos autores traz como perspectivas o discurso e a estrutura. A partir deles, Martínez-Costa e Díez Unzueta (2005) reiteram as proposições de gêneros dialogais, monológicos e mistos. No monológico, não haveria multiplicidade de vozes interagindo. Isso não quer dizer que não haja diversidade de fontes, mas, sim, que não há concorrência entre as vozes, ou disputa pela alternância de turnos de fala, como acontece no dialogal. Os gêneros dialogais buscam, por meio do uso dos potenciais da narrativa radiofônica, construir um discurso emocional (próximo do ouvinte), que procura a eficácia informativa em paralelo à manutenção da atenção do público. São, então, gêneros jornalísticos elaborados a partir das características e dos potenciais do rádio, com multiplicidade de fontes e definidos por meio de sua estrutura e narrativa.

O Repórter Esso

Segundo Ferraretto (2001), a partir da década de 1930, o rádio assumiu suas características como meio de comunicação massivo, potencializadas pelo aumento do número de receptores e emissoras no país. O rádio era, pelo contexto do período, a principal fonte de informação jornalística da população. A não exigência de alfabetização para ter acesso ao conteúdo o colocava muito à frente dos meios impressos, embora ainda nesse período houvesse certa restrição ao acesso ao rádio, devido ao custo do aparelho.

Nos anos 1940, a Nacional era a emissora com maior audiência e investimento e detinha a exclusividade de alguns dos principais nomes do rádio, brasileiro (Saroldi e Moreira, 2005). Chegou a marcar mais de 50% de audiência com suas radionovelas e com o programa jornalístico *Repórter Esso*, uma síntese noticiosa que começou a ir ao ar em 1941 e trouxe, até 1945, informações sobre a Segunda Guerra Mundial. Quando chegou ao Brasil, o programa, desenvolvido nos Estados Unidos, já era divulgado em outros 15 países, totalizando sessenta emissoras.

Ao completar um ano, o *Esso* já havia ultrapassado as três mil edições, indo ao ar em edições regulares, de segunda a sábado, e em edições especiais, se necessário, aos domingos. Isso fazia com que, em muitos casos, o *Esso* “furasse” as demais emissoras, transmitindo em primeira mão os acontecimentos dos finais de semana. Em julho de 1942, a transmissão passou a ser diária e ininterrupta³ (Klößner, 2006). Entre as inovações apresentadas pela produção, estava um formato inovador, que lançava mão de estratégias de fidelização do ouvinte e credibilização de conteúdo, como a rigidez de tempo e horário, a suposta isenção na transmissão das informações e a utilização de fontes oficiais (Ortrivano, 1985). A síntese noticiosa, considerada um marco no rádio-jornalismo brasileiro, ficou no ar por pouco mais de 27 anos, entre 1941 e 1968.

Influência nas sínteses contemporâneas

Um manual de redação apresenta dupla função: a) apresentar detalhes sobre os procedimentos diários dos comunicadores, como normas de redação, tempo de programas etc.; e b) esclarecer as diretrizes editoriais que apresentam os programas e/ou emissoras, das quais decorrem os procedimentos citados anteriormente. Ainda

³ Embora haja discussões sobre a perspectiva e a influência política do programa, atemo-nos aqui às questões editoriais e jornalísticas.

assim, deve propiciar ao jornalista espaço para criar e pensar a produção diária numa emissora de rádio. Segundo o manual da Rádio Guaíba, “um manual de normas de redação para uma emissora de rádio não pode ser encarado como cerceador da criatividade do redator. Ao contrário, deve ser encarado como a codificação de uma série de erros nos quais não se deve incorrer” (Normas... s. d., p. 2).

O manual da Rádio Guaíba foi escrito com base nas normas do *Esso* (Mércio, 2002), a síntese noticiosa tida como um dos principais programas jornalísticos do rádio brasileiro. O *Esso* foi responsável por inaugurar o formato no Brasil: transmissão do conteúdo em horários fixos, com uma estrutura de texto pensada especificamente para esse meio de comunicação, e apresentação de informações numa estrutura simples e clara, que considerava o perfil de consumo do ouvinte.

Como era característico do *Esso*, a publicidade – do patrocinador do programa – era apresentada pelo locutor da síntese no meio desta, sem qualquer tipo de separação do conteúdo jornalístico. Isso vinculava ambos de maneira mais intensa. Segundo Heron Domingues, o locutor deve se preocupar em estabelecer uma distinção em sua fala quando trabalha a publicidade, buscando escapar do tom comercial tradicionalmente aplicado a ela.

No *Manual sonoro do Repórter Esso*, o comunicador indica uma suavização que, no entanto, não gera perda interpretativa do conteúdo. O uso da publicidade no decorrer da produção se dá nas duas sínteses analisadas, que contam com o nome dos patrocinadores em sua identificação. No caso do *Correspondente Ipiranga*, de maneira mais presente, com a publicidade do patrocinador dividindo a produção em três “blocos”. Essa divisão fica explícita pelo uso das chamadas para as notícias que vêm a seguir. Já o diferencial do *Correspondente Guaíba Aspecir* é introduzir uma voz distinta, feminina, na locução da publicidade inserida na síntese apresentada por uma voz masculina. Dessa forma, ainda que esteja integrada ao conteúdo e à estrutura da síntese, a publicidade

do patrocinador tem diferenças bem marcadas em relação ao conteúdo jornalístico.

Uma das características centrais do *Esso* era a pontualidade. A síntese não atrasava e sempre mantinha, em suas edições regulares, exatos cinco minutos de transmissão. Heron Domingues indicava aos responsáveis pelo programa: “Seja rigoroso na marcação do tempo para a leitura do *Repórter Esso*. O programa deverá atingir apenas cinco minutos” (2008, p. 291). Atualmente, as sínteses não seguem esse padrão, embora os desvios de duração e entrada no ar sejam leves, com variações médias de um minuto a mais ou a menos que o tempo de transmissão padrão. É importante ressaltar que a estrutura das três sínteses analisadas é distinta: enquanto os correspondentes *Ipiranga* e *Guaíba Aspecir* são transmitidos poucas vezes ao dia, o *Repórter CBN* vai ao ar a cada trinta minutos durante as 24 horas de programação da emissora. Isso se reflete em dois aspectos: a duração da síntese e o tamanho de suas notícias.

O *Repórter CBN* tem a duração média de dois a três minutos, com uma média de três a quatro notícias, enquanto o *Correspondente Guaíba Aspecir* apresenta cerca de cinco a seis minutos, com aproximadamente dez notícias, e o *Correspondente Ipiranga* varia entre dez e onze minutos e traz em média treze notícias. De acordo com o manual de redação da Rádio Guaíba, é importante que predominem as notícias mais curtas, acompanhadas de duas ou três médias. Do contrário, a síntese pode perder sua característica. Devido a essas diferenças, o perfil editorial das produções também se altera. Em relação às notícias, as emissoras gaúchas costumam seguir as indicações do *Manual radionoticioso de la United Press en America Latina* e trabalhar com notícias curtas, que tragam as informações centrais e deixem de lado os detalhes que não afetam a compreensão básica da mensagem. Assim como no manual da Guaíba, nele há uma indicação de preocupação com a adaptação do texto, fazendo

com que os detalhes desimportantes sejam deixados de lado.⁴ Já o *Correspondente Ipiranga* segue as indicações mais à risca, intercalando notícias curtas e médias para evitar a monotonia na produção. Essa fuga da monotonia se observa também quando a produção adota notícias com declarações, em detrimento e complementação às notícias escritas (Soengas, 1996, pp. 23-8). Nas sínteses analisadas, as informações poderiam tranquilamente ser apresentadas por meio do texto da notícia, mas foram trazidas na voz da fonte. Essa estratégia, além de ser observada como forma de aproximar o ouvinte do acontecimento, atribui mais ritmo à síntese, que tem, como dito, cerca de dez minutos de duração.

No *Repórter CBN*, a quantidade de notícias é menor e o tamanho delas, maior. Não se observa preocupação em reduzir o texto, realizando-se o que Heron Domingues chama de “refunção da notícia”. Ainda assim, não se chega ao texto descritivo defendido em ambos os manuais do *Esso* – motivo pelo qual a principal voz da síntese noticiosa histórica reitera a importância do som e da estética vocal desenhada pelo locutor.

A postura vocal do locutor é um dos elementos de destaque dos manuais analisados. O *Manual sonoro do Repórter Esso* traz indicações de como o locutor deve portar-se ao apresentar o programa. A partir dessas diretrizes, é possível apontar para definições editoriais da síntese. Heron Domingues lembra que a voz deve ser pontual, firme e sempre preocupada com a interpretação dos fatos. O locutor dessa síntese, para ele, não é um mero repertidor. Tem a função de transmitir uma informação da maneira mais clara e eficaz possível e, por isso, deve sempre considerar o que as variações que realiza representam para a notícia. Ele lembra também que, por meio dos tons de voz, a síntese constrói qua-

⁴ Vale ressaltar, entretanto, que, ao contrário do que indica o manual da Guaíba, o *Manual radionoticioso de la United Press en America Latina* reitera a importância de apresentar claramente e sempre os nomes de fontes aos ouvintes.

dros sonoros para o ouvinte. Isso reitera o perfil apresentado no *Manual radionoticioso de la United Press en America Latina*, que defende a descrição dos acontecimentos.

Essa descrição, no entanto, não é encontrada nas sínteses noticiosas contemporâneas. Em nenhuma das três sínteses analisadas, identificou-se a preocupação em aproximar-se do público por intermédio da adoção do texto descritivo. O cenário em que se ambientam os acontecimentos não é apresentado, assim como não aparecem as “cores” do texto, como afirma Heron Domingues. Um exemplo é o trecho da última edição do *Correspondente Guaíba Aspecir*, transmitido às 21 horas do dia 30 de abril de 2010:

A direção da empresa British Petroleum informou que vai compensar todas as pessoas que foram afetadas pelo vazamento de petróleo após a explosão de uma plataforma no Golfo do México que pegou fogo e afundou na semana passada. O derramamento pode afetar a vida silvestre e áreas de pesca localizadas na área de Luisiana.

Embora se trate de um tema que permite descrições e ambientações, como preveem os manuais do *Esso*, o *Correspondente Guaíba Aspecir* restringe-se a trazer os dados principais e abre mão da descrição. O texto utilizado nas sínteses contemporâneas é, como se observa nesse exemplo, mais direto, formal, atendendo às questões do *lead* jornalístico (quem? quê? quando? onde? por quê? como?) de forma pontual.

Essa característica aponta para uma questão proposta como crucial nos três manuais: a inserção ou não da opinião nas notícias. De acordo com o *Manual sonoro do Repórter Esso*, “jamais o locutor deve se apaixonar a tal ponto por um assunto que o ouvinte perceba que ele está inclinado a aplaudir um determinado ponto de vista, ou ideia ou personagem” (apud Klöckner, 2008,

p. 292).⁵ O mesmo ocorre no manual de redação da Rádio Guaíba: a emissão de opinião é explicitamente negada, e a função de construí-la é transferida, como um direito, ao ouvinte e às fontes:

Jamais opine no texto. A opinião é a das fontes reproduzidas no noticiário. Nem mesmo nos radiojornais, onde as notícias aparecem de forma encadeada, emita opinião ou induza a ter uma determinada posição. O ouvinte tem o direito de formar seu próprio conceito sobre os acontecimentos (Normas..., s. d., p. 12).

Trata-se de um desafio, principalmente se o comunicador tenta seguir as indicações do *Manual radionoticioso de la United Press en America Latina*: “El escritor para radio es menos formalista que el destinado al diario. Su tono deve ser el de una conversación y debe escribirse pensando en que se está relatando un hecho en la conversación que se sostiene con un amigo” (Copeland, 1944, p. 11). No decorrer do manual – seja nas abordagens mais gerais, seja nas específicas sobre o *Esso* –, existe um destaque para o caráter conversacional, descritivo e próximo do texto radiojornalístico. Este deve seguir algumas regras que facilitem a compreensão, mas deve, antes de tudo, ser próximo para que possa ser compreendido rapidamente:

Incluso los redactores experimentados de radio consideran provechoso el leer primero el relato, dejarlo luego de lado, y escribir su artículo de memoria, describiendo el acontecimiento en la misma forma en que se lo relataría a un amigo. Resulta sorprendente la naturalidad. Sin embargo, consultará siempre el relato original para comprobar la corrección de todos los echos, cifras y nombres (p. 17).

⁵ Não realizaremos aqui uma discussão sobre a imparcialidade do *Repórter Esso* em suas produções. Neste momento, interessam-nos as diretrizes dos manuais e, por isso, não serão analisadas questões políticas e/ou ideológicas.

Nas sínteses contemporâneas, entretanto, observa-se uma preocupação maior em informar do que em transportar o ouvinte até o palco dos acontecimentos. O texto é mais rígido e, com isso, atende também a muitas das demandas apresentadas nos dois manuais impressos analisados. São frases curtas, com palavras simples e ordenadas de modo a facilitar a compreensão do locutor e do ouvinte sobre determinada notícia. São textos que respondem às proposições do *lead*, que trazem informações exatas. A construção da imagem sonora e a exploração plena da linguagem radiofônica e do caráter expressivo do rádio (Balsebre, 1994) são postas de lado. No radiojornalismo contemporâneo, a responsabilidade principal no uso informacional dos potenciais da linguagem é atribuída às reportagens e produções especiais. Dessa maneira, reitera-se a estrutura do *lead*, em que são escritas, do *Esso* aos dias de hoje, notícias curtas, diretas e que apresentam os dados básicos do *lead*: “Tampoco el oyente medio desea oír mucho sobre la misma cosa; prefiere saber lo esencial de toda la noticia de importancia o interes” (Copeland, 1944, p. 25).

Dessa forma, segundo os manuais, é possível apresentar um número maior de informações ao ouvinte, oferecendo efetivamente um resumo dos acontecimentos do dia e/ou de determinado período. A organização deve sempre partir da informação mais importante. Assim, o ouvinte é cativado e estimulado a continuar ouvindo o programa. “Sí; es una buena práctica el iniciar la audición con una noticia urgente o con la más importante de todas las informaciones” (p. 31). Ressalta-se nesse manual que, se a notícia importante abre o programa, o ouvinte deve ser alertado disso antes, para que não a perca. Essa prática não se reflete no manual da Guaíba. Embora a emissora gaúcha reforce a importância de a principal notícia abrir o programa, não prevê um alerta ao ouvinte.

Também não se observa esse alerta em qualquer das sínteses contemporâneas analisadas. O mais próximo de um alerta que pudemos encontrar foi a abertura da produção, em que se convoca o

ouvinte a acompanhar as notícias do período. Esse é mais um dos elementos que, com o passar dos anos, deixaram de ser incorporados às sínteses noticiosas. O mesmo acontece com a indicação de procedência. Embora fosse apresentada como um dos elementos mais importantes das sínteses noticiosas, não é mantida hoje em dia. O manual da Guaíba, elaborado a partir do manual da United Press para a América Latina, ainda indica seu uso; porém, até as últimas edições do *Correspondente Guaíba Aspecir* essa inserção não se dava. Cláudio Costa Mércio (2002) afirma que, em 2002, quando ainda se chamava *Correspondente Renner/Aplub*, a procedência era identificada como uma das similaridades entre o *Repórter Esso* e a síntese da emissora gaúcha. Já as demais sínteses, o *Repórter CBN* e o *Correspondente Ipiranga*, da Rádio Gaúcha, não têm essa característica.

Ainda que não apresente a procedência, o *Correspondente Ipiranga* intercala notícias nacionais e internacionais em suas edições, oferecendo um panorama amplo das notícias do dia. Já o *Correspondente Guaíba Aspecir* explora com mais pontualidade o caráter local do rádio, priorizando informações de Porto Alegre, do Rio Grande do Sul e do Brasil. No *Repórter CBN*, por sua vez, as notícias incluem tanto origens nacionais quanto internacionais, embora as primeiras sejam predominantes e muitas vezes componham toda a edição. Segundo o manual da United Press, o *Esso* deveria sempre incluir notícias nacionais e internacionais; as internacionais seriam providas pela agência e as nacionais, pela equipe local.

Considerações finais

Observar as sínteses noticiosas contemporâneas à luz das diretrizes e normas do *Esso* nos permitiu reiterar a importância dessa produção para o radiojornalismo brasileiro. Além de inaugurar um formato no rádio nacional, a “testemunha ocular da história” ocupou um lugar próprio e se reflete até os dias de hoje na forma como se constrói a informação factual no rádio.

Nossa hipótese inicial, de que as sínteses contemporâneas se inspiram no *Esso*, se confirmou – em maior ou menor medida. Acreditamos que, embora seu manual de redação se tenha inspirado no *Manual radionoticioso de la United Press en America Latina*, o *Correspondente Guatiba Aspecir* não é o que apresenta mais similaridades com a produção da Era de Ouro do rádio. A ausência de notícias internacionais, o destacamento entre publicidade e notícias e as frases nem sempre conversacionais fazem com que ele assumo o segundo lugar em proximidade entre as três sínteses estudadas. Já o *Repórter CBN* se afasta mais – ou pelo menos se afasta em pontos mais cruciais – do *Esso*. Nele, não existe um vínculo entre o patrocinador e a identificação do programa, o número de notícias é muito pequeno e a duração, bastante longa, o que faz com que inclua detalhes considerados dispensáveis pelas diretrizes dos manuais. A periodicidade também foi um fator determinante, visto que, ao ser transmitido a cada trinta minutos, o *CBN* acaba por não trazer o ineditismo da informação pedido pelos manuais do *Esso*, recaindo na condenada repetição das notícias.

Dessa forma, entre as sínteses analisadas, a que mais se aproxima do *Esso* – ou ao menos do que normatizam seus manuais – é o *Correspondente Ipiranga*. Embora tenha uma duração muito diferente (duas vezes mais extenso que o *Esso*), a produção apresenta chamadas para as notícias, como indica o manual, para captar e manter a atenção do público. Além disso, intercala notícias nacionais e internacionais e traz um número considerável de notícias em que se propõe um resumo dos principais acontecimentos do período. Apesar de não atender a uma das determinações centrais – o uso exclusivo de notícias curtas e médias –, mantém o perfil informativo, mesmo quando traz notícias com declarações. É importante ressaltar que, de maneira direta ou indireta, o *Esso*, seus programas e definições editoriais e jornalísticas afetam as três sínteses radiofônicas. Ainda que na estrutura textual, nos critérios para a definição das notícias a serem transmitidas, na forma como

serão hierarquizadas, na configuração do formato ou na apresentação da notícia, a inspiração está presente, reiterando o papel fundamental dessa produção para o rádio brasileiro.

Referências

- BALSEBRE, Armand. *El lenguaje radiofónico*. Madri: Cátedra, 1994.
- BARBOSA FILHO, André. *Gêneros radiofônicos: os formatos e os programas em áudio*. São Paulo: Paulinas, 2003.
- COPELAND, W. Winston. *Manual radionoticioso de la United Press en America Latina*. Buenos Aires: United Press Association, 1944.
- DOMINGUES, Heron. “Manual sonoro do *Repórter Esso*”. In KLÖCKNER, Luciano. *O Repórter Esso. A síntese radiofônica que fez história*. 1 ed. Porto Alegre: AGE/ EDIPUCRS, 2008.
- FERRARETTO, Luiz Artur. *O veículo, a história e a técnica*. 2 ed. Porto Alegre: Sagra Luzzatto, 2001.
- KLÖCKNER, Luciano. “O noticiário radiofônico como política de guerra e a edição brasileira do *Repórter Esso*”. In GOLIN, Cida e ABREU, João Batista (orgs.). *Batalha sonora: o rádio e a Segunda Guerra Mundial*. Porto Alegre: EDIPUCRS, 2006, v. 38, pp. 49-72.
- . *O Repórter Esso. A síntese radiofônica que fez história*. 1 ed. Porto Alegre: AGE/ EDIPUCRS, 2008.
- MARTÍNEZ-COSTA, Maria Del Pilar e DÍEZ UNZUETA, José Ramón. *Lenguaje, géneros y programas de radio: introducción a la narrativa radiofónica*. Pamplona: EUNSA, 2005.
- MCLEISH, Robert. *Produção de rádio. Um guia abrangente de produção radiofônica*. São paulo: Summus, 2001.
- MÉRCIO, Cláudio Costa. *Correspondente Renner/Aplub: 45 anos de permanência no ar – um recorte na história da comunicação do Rio Grande do Sul* (dissertação). PUC-RS, 2002.
- NORMAS de redação: Rádio Guaíba. Porto Alegre: Rádio Guaíba, s. d.
- ORTRIWANO, Gisela Swetlana. *A informação no rádio: os grupos de poder e a determinação dos conteúdos*. 2 ed. São Paulo: Summus, 1985.
- SAROLDI, Luiz Carlos e MOREIRA, Sonia Virgínia. *Rádio Nacional: o Brasil em sintonia*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2005.
- SOENGAS, Xosé. *Os informativos na radio*. Santiago: Edicións Léa, 1996.

Radiojornalismo brasileiro: sem jornalista e à mercê das fontes*

Francisco Sant'Anna (TV Senado),
com contribuições de Nelson Sato (FGV)

O rádio, em seu 70º aniversário no Brasil, depara com um dilema de conteúdo: qual o futuro reservado ao radiojornalismo? As estatísticas demonstram que emissoras populam o país e que é cada vez menor a presença de jornalistas no interior delas. O rádio no Brasil, que se notabilizou como veículo ágil, o primeiro a chegar aos fatos, não é um grande empregador de jornalistas e se mostra pobre na produção e difusão de conteúdos radiojornalísticos. E, com o tempo, a situação está a agravar-se.

A falta de jornalistas, associada à obrigatoriedade legal de destinar 5% da grade ao jornalismo¹ (embora seja inexistente a fiscalização), abre espaço estratégico para as fontes atuarem como pré-produtoras de radioreportagens, distribuindo-as gratuitamente para a veiculação nas emissoras.

* Texto fruto da tese de doutoramento *Média de source: un nouvel acteur sur la scène journalistique brésilienne*, defendida em 2007, na Universidade de Rennes – 1, na França. Disponível em francês em <http://www.crape.univ-rennes1.fr/documents/theses/theseSant%27Anna.pdf> e publicada em português pelas Edições Técnicas do Senado Federal. Encomendas em <http://www16.senado.gov.br/livraria/produtos.asp?produto=463>.

¹ Cf. item h do artigo 38 do Código Brasileiro de Telecomunicações (Lei n. 4.117, de 27 de agosto de 1962).

A combinação dessas realidades provoca, de um lado, maior inserção de informações produzidas pelas fontes organizadas e, de outro, maior dependência informativa por parte das estações, a ponto de se alterar o perfil editorial tradicional do radiojornalismo nacional.¹

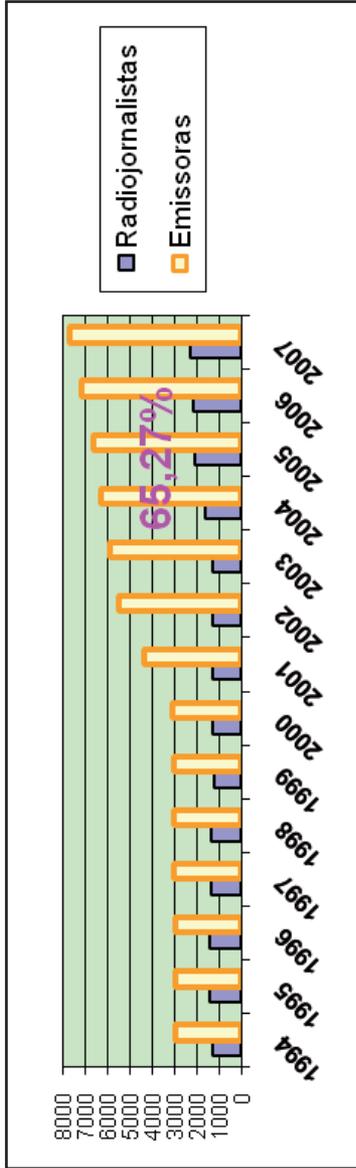
Os dados oficiais de 2007² registram um total de 2.281 radiojornalistas, num universo de 7.691 estações, já computadas as 3.154 emissoras comunitárias (RadCom) legalmente em operação.³ Comparando-se ao universo de jornalistas formalmente empregados, 60.734, o radiojornalismo representava apenas 3,76% do mercado de trabalho. Desde 1994, num olhar histórico, 2007 foi o ano em que o rádio teve o menor peso nesse mercado. No maior, 1995, o segmento empregava 7,8% dos jornalistas brasileiros.

Embora em termos absolutos o setor tenha praticamente dobrado o contingente de profissionais, nos 14 anos medidos (gráfico 1) o volume de emissoras foi quase três vezes maior, o que resulta numa relação jornalista/emissora em queda constante. O processo é histórico e pode indicar o destino da radiodifusão nacional. A média de jornalistas por emissora em operação era, em 1995, de 0,49 e caiu para 0,297 em 2007. Desconsideradas as RadCom, que passaram a existir legalmente em 2001, temos 0,502 jornalista por rádio comercial. Ou seja, a cada quatro – ou duas emissoras em operação, dependendo do critério utilizado –, temos um jornalista contratado (gráfico 2).

² Esses eram os dados mais recentes sobre a mão de obra jornalística no Brasil. Cf. Ministério do Trabalho (2008).

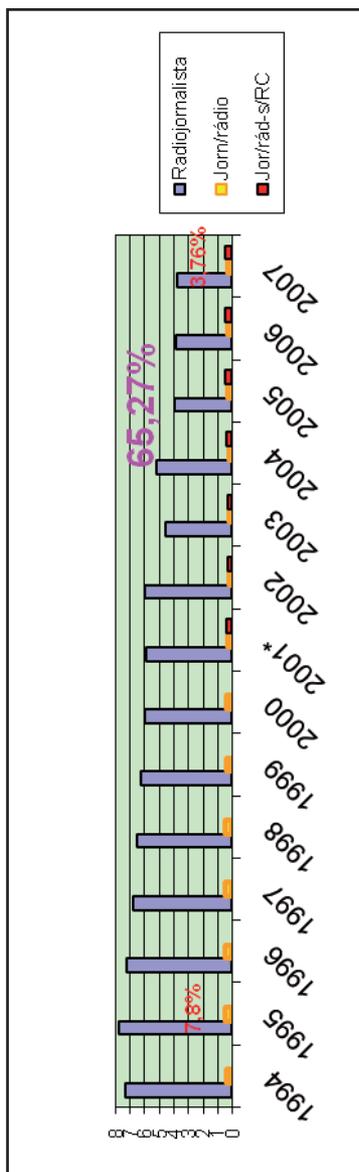
³ Cf. Anatel. Além desse espectro legalmente oficializado, um sem-número de emissoras comunitárias, consideradas *livres* por uns e *piratas* por outros, opera diariamente. Fala-se em dez mil, vinte mil, até em trinta mil emissoras em funcionamento sem autorização.

Gráfico 1 — Total de radiojornalistas no mercado x total de emissoras — Brasil



Fonte: Elaboração pessoal a partir da Relação Anual de Informações Sociais (RAIS), do Ministério do Trabalho, da Secretaria de Políticas de Emprego e Salário (SPES) e dos indicadores da Anatel (1994-2007).

Gráfico 2 — Percentual de radiojornalistas no mercado / média de jornalistas por emissora



Fonte: Elaboração pessoal a partir da Relação Anual de Informações Sociais (RAIS), do Ministério do Trabalho, da Secretaria de Políticas de Emprego e Salário (SPES) e dos indicadores da Anatel (1994-2007).

O rádio se revela, assim, um fraco segmento midiático empregador de jornalistas. Os salários também são os menores e prevalece a precarização das relações de trabalho. Há contratação de jornalistas como *pessoa jurídica (PJ)*, como *radialistas* – mão de obra mais barata e com jornada de trabalho maior –,⁴ uso intensivo de estagiários, *free lancers*, voluntários sem remuneração – principalmente em emissoras ou programas vinculados a movimentos sociais/religiosos –, venda de horários na programação para terceiros, ocorrendo, até mesmo, a ausência pura e simples de jornalistas.

Diversas são as causas do baixo contingente de jornalistas. Não existe fiscalização da Anatel quanto à programação jornalística mínima de 5%, e, sem a obrigação da regionalização da produção, entre os grandes grupos radiofônicos – que, em tese, têm mais condições econômicas de contratação desses profissionais –, predomina o sistema de redes nacionais. A produção é centralizada e transmitida via satélite para todo o país, em especial a partir de São Paulo, Rio de Janeiro e Brasília, que atuam como cabeças de rede. Da Amazônia aos Pampas se ouve praticamente o mesmo jornalismo. O método dispensa grandes quantidades de profissionais nas rádios periféricas, que se limitam a retransmitir a programação da metrópole.

Dos principais segmentos da mídia, o radiofônico é o que menos verbas publicitárias recebe no Brasil. Em 1999, dos R\$ 8 bilhões investidos em publicidade, o rádio contou com apenas 3,8% (R\$ 304,3 milhões),⁵ que, se divididos igualmente pelo total de emissoras, representariam uma receita anual próxima a R\$ 99 mil por estação. Em 2009, o volume cresceu para R\$ 987 milhões

⁴ Os radialistas são contratados com denominações do tipo *produtor de conteúdo* ou *locutor-entrevistador*, para designar, respectivamente, *redator* e *repórter*. A prática camufla o quantitativo exato de pessoas nas estatísticas oficiais.

⁵ Cf. Meio & Mensagem (2000).

(4,4% do total),⁶ R\$ 128 mil por emissora/ano. As grandes verbas publicitárias não chegam a todas as emissoras. O governo federal e suas empresas são um bom exemplo. Em 2008, apenas 2.597 emissoras receberam publicidade oficial. O quadro já foi pior. Em 2003, eram 270 emissoras (Secom, 2009a).⁷ Sem receita expressiva, as emissoras investem pouco em produções próprias, sejam elas jornalísticas, culturais ou artísticas.

Embora o baixo volume de produção radiojornalística não seja um fenômeno exclusivo do Brasil (nos Estados Unidos, a produção original do rádio não chega a 7% do noticiário diário),⁸ uma das leituras desse comportamento pode estar no modelo empresarial do setor. Outra leitura baseia-se na prática recente de concessão de emissoras de rádio não associada a critérios técnicos e, sim, a interesses políticos – a velha política do clientelismo (Motter, 1994). Centenas de emissoras foram concedidas a personalidades políticas sem interesse empresarial na atividade. O objetivo era se valer do meio como moeda de troca e para divulgação de propaganda político-pessoal, inexistindo, portanto, motivos para investimento em pessoal.

Paralelamente à redução dos radiojornalistas, é notório o crescimento da presença jornalística nos segmentos denominados *extrarredação*, que aqui optamos por denominar *jornalistas das fontes*.⁹ Esses profissionais atuam nas assessorias de imprensa de empresas e instituições públicas, ONGs, produtoras, agências e nas *mídias das fontes* (Sant'Anna, 2009). Em 2007, representavam

⁶ Cf. M&M Online (2010).

⁷ Em 2009, o rádio recebeu do governo federal 7% da verba oficial. No ranking das mídias, ele está em terceiro lugar, abaixo da televisão e jornais e acima das revistas e internet. Em 2008, foram R\$ 81,167 milhões e, em 2009, cerca de R\$ 83 milhões. O ano de 2005 foi o melhor: o rádio recebeu R\$ 123,481 milhões. Cf. Secom (2009).

⁸ Cf. Pew Research Center (2010).

⁹ Termo cunhado pelo autor para se referir aos jornalistas em atuação fora das redações tradicionais a serviço das fontes.

60% dos jornalistas formalmente contratados no país (gráfico 3). Para cada radiojornalista, existiam 17 *jornalistas das fontes*. Desde 1994, em termos proporcionais, o rádio reduziu em 48,6% sua fatia no mercado de trabalho, enquanto o segmento dos *jornalistas das fontes* aumentou em 69,35%.

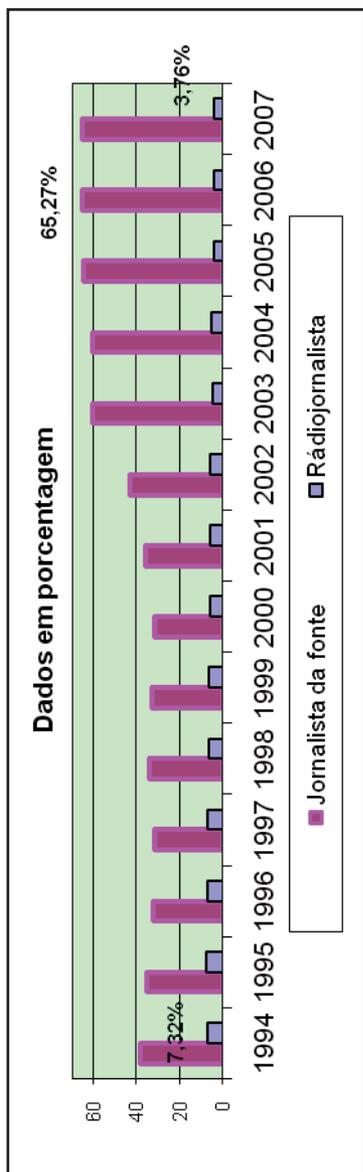
Radiojornalismo sem jornalista

A forte presença dos jornalistas a serviço das fontes e a ausência nas emissoras têm como um dos principais reflexos a venda de espaços tidos como jornalísticos na grade radiofônica ou simplesmente o uso intensivo de reportagens e textos pré-produzidos pelas fontes. Esse fato transforma o perfil do conteúdo do rádio brasileiro, historicamente vinculado ao noticiário local, de proximidade. A imprensa radiofônica, dentre as demais, é a que mais se alimenta com as informações pré-produzidas pelas fontes. O formato tecnológico torna fácil e barato para as fontes produzirem e difundirem radioreportagens, os chamados *radiorreleases*. A ação dos *jornalistas das fontes*, como atores externos às redações, e o grande fluxo informativo dirigido às rádios são perigosos, interferem na construção da notícia, no *newsmaking* e no *agendamento* das emissoras. Podem reduzir a independência editorial e transformar as redações em meros setores de seleção e triagem de notícias prontas para a difusão (Wolf, 2003, p. 119).

Pesquisa de nossa autoria junto às emissoras usuárias da Rádio Agência Senado (RAS)¹⁰ revela que elas – em sua maioria, localizada fora do eixo político-econômico (Brasília, Rio de Janeiro, Minas Gerais e São Paulo) – não contam com grandes recursos publicitários e técnicos. Em termos de recursos humanos,

¹⁰ Entre abril e junho de 2005, 637 emissoras – OM e FM (o universo de associadas à época) – foram convidadas a responder a um questionário que visava identificar o perfil médio das emissoras em termos de frequência e potência de transmissão e a importância atribuída ao jornalismo em suas respectivas grades de programação.

Gráfico 3 — Evolução dos jornalistas atuando nas emissoras de rádio e junto às fontes



Fonte: Elaboração pessoal a partir da Relação Anual de Informações Sociais (RAIS), do Ministério do Trabalho, e da Secretaria de Políticas de Emprego e Salário (SPES).

podem ser divididas em três grupos de porte semelhante: a) em 31,6% não há jornalistas trabalhando; b) em 31,6% os jornalistas existentes não são contratados, atuam como voluntários; e c) em 36,8% os jornalistas são formalmente contratados.

O trabalho voluntário de jornalistas não é raro. São muitos os profissionais que, nas horas vagas ou na aposentadoria, atuam gratuitamente para movimentos sociais, ONGs e entidades filantrópicas. A motivação para esse desprendimento seria a gratificação de atuar com temas de interesse do profissional (Cordeiro, 2006). A ausência de jornalistas contratados é maior em emissoras FM: 77% delas não contratam jornalistas. A presença é maior nas OM.

Dentre o universo detentor de jornalistas (contratados ou voluntários), 39% não contam com repórteres. Assim, não realizam cobertura externa presencial dos fatos. Entre as detentoras de repórteres, o quantitativo médio é de três por emissora. Considerando-se a jornada legal de trabalho do jornalista de cinco horas diárias, temos que as rádios não podem cobrir os fatos 24 horas por dia. O poder de escolha dos temas se mostra, assim, bastante restrito, e o critério de noticiabilidade tende a excluir assuntos em função da simultaneidade de suas ocorrências. De sua parte, o uso de voluntários pode representar a ausência de profissionais em diversos momentos ou temas, impossibilitando a produção contínua e ampla de notícias e fragilizando a instantaneidade, tão característica do radiojornalismo. Pode ainda implicar a presença de jornalistas engajados em causas e movimentos sociais, o que coloca em xeque a independência jornalística.¹¹

No que se refere aos chamados *jornalistas sentados* – editores e redatores, que desempenham suas funções sem sair da redação, valendo-se de fontes intermediárias de informação (Néveu,

¹¹ O jornalismo engajado é aquele que se propõe a difundir as ideologias, as ideias e as reivindicações daqueles que o financiam, objetivando ainda se valer deste para atrair novos adeptos às suas causas (Kucinski, 2003, p. 56).

2001, p. 7) –, 44,8% das estações não possuem redatores e 36,9% não contam com editores (tabela 1). As rádios de padrão médio possuem menos de dois profissionais em cada uma dessas áreas. Dessa forma, tendem a concentrar tais profissionais num só turno para viabilizar o principal radiojornal ou boletim informativo da emissora. Para os demais turnos, a prática é a produção das chamadas *matérias frias* ou *de gaveta*. O redator, em seu turno de trabalho, elabora um quantitativo de conteúdos capaz de cobrir toda a jornada em que a estação estiver no ar. O problema é que são textos *frios*, com baixo teor factual. Grande parte deles tem por base *press releases* e notícias já divulgadas na imprensa escrita. A prática contraria os principais dogmas da notícia radiofônica, caracterizada por sua atualidade. Velocidade e renovação são tradicionalmente signos fortes da notícia (Sousa, 2000, p. 16), mas não nessas rádios. Desnecessário dizer que, dentre as emissoras consultadas, nenhuma possui correspondente na capital federal, centro que emana cerca de 60% do noticiário nacional no Brasil.

O rádio como *mídia das fontes*

A realidade financeira transforma em três níveis o perfil da radiodifusão nacional: todos eles tornam o rádio o que denominamos *mídias das fontes* (Sant'Anna, 2009).¹² O primeiro é a criação ou a aquisição integral de emissoras radiofônicas para operarem na condição de *mídias das fontes* vinculadas a atores sociais sem tradição na radiodifusão ou no radiojornalismo. Esse fenômeno é comum no segmento confessional. Percebe-se mesmo uma disputa midiática entre a Igreja Católica e a Evangélica.¹³ A gestão de emis-

¹² Como *mídias das fontes*, entendemos os meios de comunicação mantidos por entidades, movimentos sociais, segmentos do poder público, enfim, atores sociais vistos tradicionalmente como fontes de informação.

¹³ Para falar aos 125,5 milhões de fiéis, a Igreja Católica conta entre 190 (Campbel, 2004, p. 14) e 215 emissoras de rádio (*Folha de São Paulo*, 29 de abril de 2007).

soras não se limita a religiosos. Do Exército brasileiro (Rádio Verde Oliva), passando pelo Legislativo (rádios Câmara e Senado) e Judiciário (Rádio Justiça), à Associação de Prostitutas da Bahia (FM Zona), são diversos os atores que operam as próprias emissoras.

O segundo fenômeno é a venda de espaços na programação a terceiros. Cabem ao comprador a produção e a operacionalidade dos programas. É difícil mensurar quantos programas são produzidos nessas condições, mas a diversidade temática é infinita. Reforma agrária, pequenos empresários, religião, política, meio ambiente, justiça, educação e ensino, organismos governamentais são alguns exemplos de temas e atores que se valem do rádio como veículo de difusão de suas *notícias*. As instituições sindicais se valem fortemente desse método. Quase a metade das entidades sindicais usa o radiojornalismo para informar suas respectivas categorias, bem como a sociedade em geral (IBGE, 2002).¹⁴

É igualmente comum a comercialização de espaços para a veiculação de mensagens publicitárias disfarçadas de boletins jornalísticos. O uso de *matéria paga* ou de *informe publicitário* ocorre mesmo em grandes redes nacionais especializadas estritamente em jornalismo, como a Central Brasileira de Notícias (CBN), vinculada às Organizações Globo. O bordão da CBN é “a rádio que toca notícia”, mas, na realidade, entre as *notícias* por ela tocadas, existem vários “informes” ofertados aos ouvintes sem qualquer alerta de que não são produzidos pelos jornalistas da CBN. Os

Muitas concessões estão em nome de instituições independentes. Ela opera a Rede Católica de Rádio (RCR-Sat), de que, segundo o folder institucional, participam 112 emissoras, todas *unidas na comunhão com a Igreja, fortalecendo, por meio do rádio, a Igreja Católica no Brasil*. No espaço evangélico, a primeira experiência, A Voz Evangélica do Brasil, data de 1938, na PRÉ-3 Rádio Transmissora Brasileira; é o programa pioneiro (Gomes, 2003, p. 39). Não há números precisos de quantas emissoras são operadas por neopentecostais.

¹⁴ Em 2001, de 16.018 entidades sindicais, 7.754 usavam o radiojornalismo (IBGE, 2002). Os movimentos sociais brasileiros têm no rádio comunitário o meio preferido. Cerca de cinco mil rádios de baixa potência, muitas sem autorização legal, são operadas por entidades sindicais/sociais (Castro, 2000, p. 5).

clientes dessa modalidade informativa são igualmente diversificados: confederações empresariais, como a das indústrias (CNI) e a dos transportes (CNT); sindicatos laborais, instituições e programas oficiais (Sebrae e Procel), dentre outros.¹⁵

As radioagências das fontes

O terceiro fenômeno é a ampla inserção gratuita de notícias pré-produzidas por terceiros. Isso propicia a proliferação de um gênero de serviço de comunicação institucional denominado *agência radiofônica de notícias* ou, como preferimos, *radioagência das fontes*. Cientes das carências das emissoras, as fontes disponibilizam textos e radorreportagens prontos para a divulgação imediata. Para as rádios, isso dispensa a necessidade de jornalistas para redigir, narrar ou editar. As emissoras recebem produtos em formatos jornalísticos, programas, *reportagens*, entrevistas com determinadas personalidades, boletins radiofônicos ou mesmo cobertura completa de determinados eventos. Tudo a partir do ponto de vista de determinado ator social, de uma fonte, nesse caso, vista pela agência como um cliente.

O segredo para esse sucesso empresarial está no que Leonel Da Matta chama de via de mão dupla. Num sentido, as fontes precisam de capilaridade para divulgar seus feitos e opiniões. Noutro, as emissoras de rádio – em especial as do interior do país, detentoras de mão de obra precária, às vezes amadora –, distantes da capital, *onde está a notícia*, precisam aportar a seus ouvintes o que eles desejam. Resume Da Matta.¹⁶

¹⁵ O jornalismo da CBN em Brasília não se posicionou sobre a venda de espaços a terceiros e não informou o percentual de tempo que *informes jornalísticos* ocupam na programação. É sabido que ocorrem em âmbito local e nacional.

¹⁶ Proprietário da radioagência BR2, em conferência ministrada aos alunos do curso de Jornalismo Corporativo, da Faculdade de Comunicação da Universidade de Brasília (UnB), em maio de 2003.

Eu ofereço a elas, a custo zero, o prestígio de ter um correspondente em Brasília, de ter uma informação coletada por um profissional capacitado, com imediatismo e foco adequado. Ao meu cliente, a fonte, eu proponho profissionalismo, segurança e universalização da notícia.

Pelo processo, a estação recebe o material gratuitamente, sem obrigação de usá-lo, e também nada receberá pela veiculação. Ele é visto como um *press release*, e não uma peça publicitária. A fonte, o cliente, é que paga à radioagência pela produção dos conteúdos e pela difusão junto às emissoras. O custo varia em função do tamanho da equipe disponibilizada, do formato e da tecnologia utilizada. Os conteúdos são difundidos via internet ou telefone. A primeira modalidade, denominada *passiva*, é mais barata, mas depende da iniciativa das rádios em acessar a web para *descarregar* o conteúdo formatado em MP3. Na forma *ativa*, a transmissão é via telefonema direto para os estúdios. Embora mais cara, pois envolve ligações telefônicas individualizadas, ela aporta maior segurança no uso do material ofertado.

Para ampliar a eficiência da forma passiva, as radioagências montam associações de emissoras interessadas. A Linha Direta Comunicações, por exemplo, informa possuir 2.350 “rádios parceiras”. Trabalhava para ministérios, órgãos do Judiciário, parlamentares, confederações empresariais e instituições financeiras. Além do material vinculado aos clientes, veicula em sua página conteúdos produzidos por outros atores sociais, como a RAS, para diversificar as opções de notícias e evitar que a estação associada consulte páginas concorrentes.

Dentre os clientes em 2002, estava a Confederação da Agricultura e Pecuária do Brasil (CNA), que, em seu relatório daquele ano, destacou o êxito da estratégia de comunicação via radioagência. No período, “1.125 emissoras regionais e nacionais, parceiras da LDC, geraram 679 horas de transmissão de repor-

tagens pré-gravadas, além de 1.648 entradas ao vivo” (CNA, 2003). Esse é outro produto, mais personalizado, em que a rádioagência oferece a fonte para entrevistas ao vivo. No caso da CNA, a média era de 137 por mês. Naquele ano, a veiculação média chegou a 56 horas por mês.

Outra empresa do segmento é a Agência Radioweb (RW), que se autodefine como “uma agência de notícias em áudio que oferece conteúdos *livres e gratuitos* para mais de 1.900 emissoras afiliadas e com presença em mais de 1.100 municípios brasileiros, que somam 110 milhões de habitantes”.¹⁷ Entre os clientes, estão bancos comerciais, prefeituras, ministérios e entidades de classe, como a Ordem dos Advogados do Brasil (OAB), o Conselho Federal de Medicina (CFM) e a Confederação Nacional das Indústrias (CNI). A multiplicidade e a pluralidade de clientes permitem à RW desenhar seu portal na internet em editorias: Política, Economia, Saúde, Cidadania e Geral. Assim, os conteúdos na CNI são postados em Economia ou Política, os da OAB em Cidadania ou Política e os do CFM em Saúde.

Os boletins radiofônicos do CFM têm duração média de dois minutos. Tratam do campo da saúde e do interesse corporativo da categoria. São informações sobre as realizações da entidade, reivindicações profissionais e laborais, situação da saúde pública no país, bem como orientações de cuidados em saúde. Este último conteúdo constitui uma espécie de utilidade pública. Dessa forma, as emissoras podem contar com notícias com temas do tipo:

Cuidado: raios ultravioletas podem afetar os olhos das crianças.

Pesquisas revelam: sobram médicos no Brasil, mas falta atendimento de qualidade à população.

Escova de dente não deve ficar exposta às bactérias do banheiro.

¹⁷ Cf. <http://www.rwmidiias.com.br/sobre.php>. Acessado em 9 de abril de 2010.

Os 12 boletins produzidos mensalmente têm aproveitamento estimado em duas mil vezes. “Considerando que cada matéria tem em média dois minutos, essa visibilidade permitirá que o nome do CFM e os assuntos de seu interesse obtenham mais de 60 horas de exposição mensal na mídia rádio”, informa a RW na internet.¹⁸ O material é produzido por jornalistas da agência, que inclusive “assinam” as reportagens, e as emissoras parceiras, se precisarem, poderão contar com uma assinatura personalizada.

Na CNI, vigora o projeto Rádio Indústria,¹⁹ que reúne profissionais da Radioweb e das assessorias de imprensa da CNI e das federações estaduais a ela filiadas. As assessorias atuam como uma rede de sucursais, na mesma lógica organizacional de um meio de comunicação de grande porte. Os estados enviam informações, reportagens e boletins para a central. “Nosso principal objetivo é dar maior visibilidade às ações das federações e entidades nas diferentes regiões do país”, afirma o jornalista Edgar Lisboa, responsável pelo projeto.²⁰ O interesse da entidade em pautar a opinião pública é evidenciado nas palavras do gerente da Rádio Indústria, Renato Franco: com “uma oferta de informações tão rica, o Sistema CNI pretende pautar com a velocidade de um click a aldeia global”.²¹

Em agosto de 2005, o aproveitamento dos quatro boletins informativos por dia alcançou 5.532 inserções radiofônicas, 184 horas de exposição, média de oito horas por dia. A diversidade facilita a utilização de múltiplas notícias da mesma origem, sem que a emissora usuária seja percebida como uma porta-voz da CNI.

¹⁸ Cf. “Agência Radioweb e Conselho Federal de Medicina fecham parceria”. Disponível em <http://www.agenciaradioweb.com.br/novosite/institucional.php?id=81>. Acessado em 19 de maio de 2005.

¹⁹ A Rádio Indústria transmite 24 horas por dia (<http://www.radioindustria.com.br>). Cf. “Sistema CNI e Agência Radioweb lançam a Rádio Indústria”. Disponível em <http://www.agenciaradioweb.com.br/novosite/institucional.php?id=85>. Acessado em 20 de outubro de 2005.

²⁰ Idem.

²¹ Ibidem.

Eles tratam de temas e origens geográficas variados, como os seguintes, veiculados em março de 2006:

Ensino médio integrado à educação profissional vai estimular inserção no mercado de trabalho.

Trabalhadores terão voto nos Conselhos Nacionais da Indústria e do Comércio.

Agenda Legislativa da Indústria prioriza lei das microempresas e reforma trabalhista.

De seus clientes, a RW distribuiu, em março de 2010, 2.188 radiorreportagens, uma média de setenta por dia. As 1.900 emissoras realizaram 176.611 downloads, uma média de 7.200 por dia útil. “Nos dias úteis, a cada minuto, cinco boletins da RW são veiculados pelas rádios parceiras”, informa seu portal.²²

Contando com 24 jornalistas distribuídos na matriz, em Porto Alegre, e na sucursal de Brasília,²³ ela não revela o custo do serviço, mas o simples fato de que a veiculação é voluntária e, portanto, gratuita já o torna bastante interessante, quando comparado ao custo de uma veiculação de campanha publicitária. Além disso, a opinião pública tende a depositar mais confiança na informação jornalística do que na publicitária. A presença do jornalista ao lado do fato amplia o nível de credibilidade da informação, pois acrescenta veracidade e propicia uma forte força narrativa (Dines, 1974, p. 89). Credibilidade e reconhecimento externo são metas constantes das radioagências. Para isso, inscrevem seus trabalhos

²² Cf. <http://www.rwmídias.com.br/noticia.php?id=209>. Acessado em 9 de abril de 2010.

²³ Os dados são de 2005. Em abril de 2010, embora solicitada a atualizar as estatísticas, a RW preferiu não informar os quantitativos da redação. É sabido que uma sucursal foi aberta em São Paulo.

em prêmios jornalísticos. Buscam a chancela corporativa e dos demais atores sociais. A conquista de prêmios as credencia diante de novos e atuais clientes. Atrai ainda outras rádios *parceiras*.

Radiodifusão comunitária

Dentre os grandes usuários dos conteúdos distribuídos pelas radioagências, estão as rádios comunitárias (RadCom). A maioria opera na ilegalidade, não conta com grandes receitas publicitárias – por exemplo, na Calheta FM, da Cidade do Cabo (PE), uma inserção de trinta segundos custa R\$ 2,00; na Paranoá FM, do DF, R\$ 2,50 (Pereira da Luz, 2008, pp. 88 e 90) –, nem contrata mão de obra. Em média, três em cada quatro profissionais que atuam nas RadCom são voluntários (Ferreira, 2006, p. 164). Embora o jornalismo comunitário seja “aquele que faz das ruas o espaço principal para confecção de notícias e para onde se remete toda e qualquer informação” (Fernandes e Batista, 2005), as RadCom se espelham nas práticas das emissoras comerciais. Sem recursos, abrem-se a conteúdos produzidos por terceiros. Diversos setores, inclusive do governo federal – o mesmo que por meio da Anatel tenta fechar as emissoras irregulares – e de instituições internacionais, buscam interferir no agendamento. Isso se dá por meio do fornecimento de notícias e até de programas inteiros pré-produzidos. Em São Paulo, duas em cada sete RadCom se valem de programetes distribuídos pelo Sebrae (p. 200).

Outro método é a sensibilização dos *gatekeepers* desses veículos. São treinamentos e seminários de conscientização. O projeto Rede Comunicadores pela Saúde, do Ministério da Saúde, é um exemplo. A rede compreendia, em 2004, 612 emissoras participantes (291 comunitárias), que cobriam com suas ondas 4.995 municípios do Brasil, totalizando 7.463 transmissões mensais. Outro é o Vozes em Sintonia, uma agência especializada em saúde, com redação em Brasília. Instituições como a Unicef e a

Organização Mundial de Saúde (OMS) também atuam permanentemente junto às RadCom. Além da capacitação dos comunicadores sobre temas de interesse delas, fornecem notícias em texto e áudio, vinhetas, chamadas de programação, programas culturais e educacionais sobre saúde. Tudo é distribuído gratuitamente. Segundo Rosemary Barber-Madden,²⁴ com o rádio, “entramos na cozinha de cada família brasileira, no ônibus, nas praias, parques. É um meio de comunicação importantíssimo para qualquer segmento populacional, seja a terceira idade, jovens ou mães”.

A cobertura política via radioângcias

A vida político-parlamentar também passou a ser mais audível no rádio graças à criação, pelo Legislativo, de suas próprias radioângcias. No Senado, a RAS não tem produção jornalística própria. Ela se vale do noticiário da Senado FM, que é formatado em MP3 e disponibilizado na página da emissora. O material se refere a decisões, debates, discussões e propostas dos senadores.

Brasil afora, e até mesmo no exterior, as emissoras podem obter no portal do Senado as reportagens para seus radiojornais. Em 2005, quando a RAS contava com 825 emissoras, o uso médio diário desse material foi de 3.258 reportagens – cerca de quatro por emissora. Algumas já possuem até assinatura especial para personalizar o conteúdo. Dessa forma, o ouvinte de determinada emissora tem a sensação de que ela possui uma equipe trabalhando na capital federal. Isso amplia o prestígio da emissora e pode lhe render mais audiência e melhores receitas publicitárias.

²⁴ Diretora no Brasil em 2004 do Fundo das Nações Unidas para a População (Funuap), por ocasião da abertura – em fevereiro de 2004, em Salvador (BA) – do programa PAF-MÍDIA, ateliê destinado a treinar comunicadores de rádios comunitárias no campo da prevenção das doenças sexualmente transmissíveis (DSTs).

A imagem e o status da emissora perante o público são os principais motivos que levam as estações a aproveitar esse material. Em 2009, 1.200 emissoras de rádio (equivalentes a 15,6% do universo nacional) puderam usar 10.667 matérias disponibilizadas. Rádios de todos os portes e frequências, comerciais, comunitárias, religiosas, privadas e públicas. Inclusive quatro radiosweb estrangeiras. Em muitos casos, esses informes constituem a única fonte sobre a política nacional. De um lado, isso representa ganho de cidadania, pois permite ao cidadão se informar. De outro, pode significar desinformação, caso os informes não representem a veracidade integral dos fatos.

Indagadas sobre os critérios que norteiam o uso da RAS, 84% das emissoras informaram que é o fato de *a divulgação ser rápida*, às vezes mais rápida do que nas concorrentes tradicionais. Para 74%, trata-se de um produto de *qualidade e credibilidade jornalística*. Por fim, 58% disseram usar um critério mais pragmático: *a inexistência de ônus para a emissora*.

Não há resistência ao fato de a edição, o texto e a escolha de entrevistados terem sido realizados pelas fontes; 84% das emissoras não reeditam a matéria disponibilizada e 25% criaram programas especiais para divulgar em bloco as notícias sobre o Senado. Com o material da RAS, 80% ampliaram a difusão de notícias nacionais, sendo que, em 68% delas, passou-se a veicular maior quantidade de programas jornalísticos. Tudo isso com a mágica de nenhuma das emissoras ouvidas ter contratado novos jornalistas; pelo contrário, em 8% delas o plantel de profissionais foi reduzido.

Agências das fontes alteram perfil do noticiário radiofônico

Na grade das rádios pesquisadas, destacam-se as notas de utilidade pública e prestação de serviço (89,5%). Esse tipo de informação, vinculado ao cotidiano do cidadão e das cidades (trânsito, clima, eventos cívico-sociais etc.), é enviado aos veí-

culos por organizações públicas e privadas. São notas curtas que chegam prontas para leitura, sem a necessidade de adaptações. Com sua difusão, as emissoras consideram estar prestando um serviço de utilidade pública.

As entrevistas de estúdio ou telefônicas têm importância igual (89,5%). Dispensam a necessidade de repórteres de externa, pois a fonte se desloca até a emissora ou é entrevistada pelo telefone. O próprio locutor, que em muitos casos já acumula a função de operador de áudio, conduz a entrevista. A emissora aporta, assim, a um único profissional a tarefa de três: repórter, apresentador/locutor e operador de áudio (quando ele não é também responsável pela programação musical). Nesse cenário, os radiojornais (89,5%) e os boletins informativos (86,8%) são os alvos prediletos das *agências das fontes*. A pesquisa demonstrou que a RAS, suas congêneres oficiais e as assessorias de imprensa se mostram mais presentes nas emissoras do que as três maiores agências de notícia do Brasil: *O Globo*, *O Estado de São Paulo* e *Jornal do Brasil*. Por sinal, 29% das estações nunca usaram e não pretendem usar os serviços dessas agências, que normalmente cobram por eles; e 47% deixaram de usá-los. Temos, pois, que 76% das rádios usam as *agências das fontes* para produzir seus noticiários.

Cultura, esporte e polícia marcaram época no radiojornalismo brasileiro. Em termos de noticiabilidade, apresentam-se social e estruturalmente mais próximos da comunidade. Porém, os dados colhidos demonstram que o jornalismo esportivo (81,68%) e o policial (63,1%) se fazem menos presentes do que o cultural (86,8%). As atividades culturais, que se beneficiam dos serviços próprios de assessoria de imprensa, e a divulgação delas não raro são vistas como utilidade pública. É comum a existência de *agências culturais*, produzidas a partir de informações enviadas pelas fontes. Já o esporte, embora seja uma paixão nacional, depende da presença de um repórter para relatar o jogo, quem foi o vencedor,

quem fez o gol ou foi o maior cestinha. O noticiário policial também exige profissionais em campo, acompanhando investigações, colhendo depoimentos nas delegacias e tribunais.

Embora 80% das emissoras tenham negado a redução do volume de radiojornalismo local, constatou-se que, enquanto a totalidade das emissoras divulga a política nacional, a local só encontra espaço em dois terços delas. Situação semelhante é a da economia: a nacional está em 92% dos radiojornais, enquanto a local se limita a 81%. A rarefação da presença de profissionais nas emissoras prejudica a instantaneidade da notícia, onde quer que ela aconteça, marca registrada do radiojornalismo. Nossos dados sustentam essa leitura, uma vez que 21% das emissoras informaram não transmitir *flashes* informativos ao vivo ao longo da programação, e 32% não se valem de reportagens externas. Esse jornalismo dependente de terceiros pode ser a razão de essas emissoras privilegiarem o noticiário nacional e até internacional em detrimento dos fatos locais. As fontes nacionais estão mais profissionalizadas e estruturadas, disponibilizam gratuitamente maior volume de informações e obtêm mais espaço para seus conteúdos do que a esfera local.

Evidencia-se, pois, que as necessidades operacionais interferem nos critérios de noticiabilidade, como já lembrou Del Bianco (2004, p. 10). A percepção sobre os valores-notícia é condicionada pela estrutura da mídia, ou a falta dela, e pela convivência e coexistência com o ambiente tecnológico e cultural das *agências das fontes*. Ao disponibilizar rápida e gratuitamente seus informes, elas interferem nos valores-notícia de cada rádio. A escolha por conteúdos é inversamente proporcional à necessidade de uso intensivo de mão de obra jornalística. Em outras palavras, quanto menos jornalistas se fizerem necessários, mais intenso será o uso da matéria jornalística. Nessas emissoras, a boa notícia é a que chega pronta em formato de radioreportagem. Ao operador de áudio, basta *descarregá-la* da internet e transmiti-la. Nesse radio-

jornalismo, o valor-notícia que impera é o caráter de *prêt-à-porter*, ou melhor, *prêt-à-diffuser*.

No rádio, a voz do repórter ou do locutor é normalmente um elemento de identificação de uma emissora. É a marca registrada. Entretanto, nenhuma das ouvidas substitui a narração do *jornalista das fontes* por outra feita por profissional próprio. E não há, no caso da RAS, exclusividade de uso do material disponibilizado. Todas as rádios, mesmo que localizadas numa mesma cidade, podem se valer do mesmo material. O público corre o risco de ouvir a mesma reportagem, feita por um mesmo profissional, em mais de uma emissora.

A reedição das reportagens, quando acontece, visa inserir uma *assinatura* que vincule o material fornecido pela fonte à emissora usuária. Trata-se de uma *maquiagem* para personalizar o conteúdo. A assinatura é feita com a adição de um sinal musical ou eletrônico que o associe à identidade da emissora. Essa prática foi admitida por 17,7% das emissoras usuárias da RAS.

Hibridação do discurso informativo

A troca da verificação *in loco* pelo relato de terceiros e até pelas *mídias das fontes* abre o debate sobre a veracidade dos fatos divulgados. Como lembrado por Del Bianco (2004), até que ponto a mutação das rotinas produtivas com o uso de dados de segunda ou terceira mão contribui para minar os fundamentos do jornalismo, como a imparcialidade e a busca da verdade? Mas 90% das rádios pesquisadas estão satisfeitas com o que recebem. Dentre as três principais razões para a satisfação, estão: a *credibilidade jornalística* do material recebido (68,4%); o fato de ser um *material de qualidade e gratuito* (58%); e de ser um *material plural e preciso* (47,4%). Os radiocomunicadores entendem que, ao usar o material das *agências das fontes*, estão materializando o valor primordial do radiojornalismo praticado: *prestar um serviço público*,

disseminando informação. Não questionam o *pedigree* da informação recebida. Para 79%, a informação difundida pela RAS deve ser vista como *jornalística*. Só 10,5% a classificam como *utilidade pública, sem caráter jornalístico*. Dentre a parcela que a enquadra no campo jornalístico, 60% consideram-na totalmente jornalística. Os demais identificam uma contaminação com *relações públicas* e com *propaganda político-partidária*, o que os especialistas chamam de hibridação do discurso informativo.

O sistema agrada aos dois lados envolvidos: 36% das emissoras afirmam ter ampliado os níveis de audiência, enquanto 34% se demonstram satisfeitas com o fato de contar com notícias provenientes de Brasília sem a necessidade de contratar correspondentes. Para elas, o status perante o público cresceu. Todas negam, contudo, ter ampliado o faturamento publicitário. Do lado do Senado Federal, é um verdadeiro sucesso: 63% das rádios ouvidas confessaram não divulgar anteriormente notícias sobre aquela casa.

Considerações finais

É cabal a existência no Brasil de um padrão radiojornalístico que se vale intensamente dos conteúdos pré-produzidos externamente às emissoras. A presença do jornalista nas redações se mostra dispensável ou, pelo menos, reduzida, mas é intensamente necessária junto às fontes, que, se desejarem um mínimo de visibilidade, terão de facilitar e até promover o acesso às informações. Ampliam-se as estruturas jornalísticas fora das redações como usinas de pré-produção de conteúdos visando a uma interferência na *agenda midiática* (Schlesinger e Tumber, 1995, p. 182). É evidente a co-subsistência informativa. As rádios se valem das *agências das fontes* para reduzir os custos operacionais, e estas se valem das rádios para obter tempo na difusão de notícias. Mais do que uma clara adequação editorial aos conteúdos disponíveis gratuitamente

te, há a priorização deles, o que pode tornar as radionotícias um reflexo monolítico da visão das fontes hegemônicas, mais bem estruturadas para chegar às mídias.

As notícias consideradas artefatos construídos a partir da confrontação de várias forças, situadas nos níveis pessoal, social e ideológico (Sousa, 2000, p. 21), ganham assim novos referenciais de fabrico. O espaço midiático se transformou num verdadeiro campo de luta. O alvo estratégico é a opinião pública, e as armas utilizadas são os meios de comunicação calibrados pelas *radioagências*, importantes elementos de interferência na *agenda* da sociedade. É a materialização da *profissionalização das fontes*, processo descrito por Schlesinger (1992) como *cooperação interessante* para reforçar as relações com a imprensa e seus profissionais.

De sua parte, o público, sem saber, é submetido a uma multiplicidade de conteúdos com formatos semelhantes ao jornalismo, mas que, à luz dos mais rigorosos, seriam considerados ações de relações pública ou mesmo propaganda. O cidadão fica desinformado sobre o que acontece em sua esquina, mas é bombardeado por informações sobre esferas mais distantes. A proximidade geográfica e cultural, elementos básicos de noticiabilidade, é desconsiderada. Sob o aspecto de mercado de trabalho, o modelo amplia as vagas no *jornalismo das fontes* – fora das redações – e ao mesmo tempo inibe a interiorização dessa mão de obra e reduz a oferta de trabalho nas redações radiofônicas. Cabe aqui uma reflexão sobre as práticas desse exército de jornalistas que se apresentam como integrantes de uma força treinada não necessariamente a serviço dos ouvintes, mas sim das *fontes*. Que papel desempenham no campo jornalístico?

Um novo cenário informativo se consolidou no Brasil. Trouxe alterações estruturais no perfil da informação radiofônica e no mercado de trabalho. Hoje convivem dois modelos: o próprio e o das fontes. A dúvida é se a convivência se manterá ou se o novo padrão é a antecipação do futuro, em que o radiojornalismo

assumiria integralmente a função de *jornalismo das fontes*. A resposta, só o tempo poderá fornecer.

Referências

- CAMPBELL, Ulisses. “Religião: momento de reação”. *Correio Braziliense*, Brasília, 29 fev. 2004, p. 14.
- CASTRO, Cosette. “A comunicação sindical em tempos de multiculturalismo”. Porto Alegre, 2000. Disponível em <http://www.eca.usp.br/nucleos/nce/pdf/032.pdf>
- CNA – Confederação da Agricultura e Pecuária do Brasil. *Relatório de atividades 2002*. Brasília, 2003. Disponível em http://www.cna.org.br/cna/publicacao/down_anexo.wsp?tmp.arquivo=E22_491relatorio%20cna%202002.pdf.
- CORDEIRO, Tiago. “Jornalista por vocação e voluntariado”. *Comunique-se*. Edição eletrônica, 3 ago. 2006. Disponível em <http://www.comunique-se.com.br/index.asp?p=Conteudo/NewsShow.asp&p2=idnot%3D30829%26Editoria%3D8%26Op2%3D1%26Op3%3D0%26pid%3D3003478416%26fnt%3Dfntnl>. Acessado em 18 abr. 2010.
- DEL BIANCO, Nélia R. “Noticiabilidade no rádio em tempos de internet”. Comunicação científica realizada na VI Lusocom. Corvilhã, 2004.
- DINES, Alberto. *O papel do jornal*. Rio de Janeiro: Artenova, 1974.
- FERNANDES, Marcio e BATISTA, Jauvert. “A figura do correspondente de notícias comunitário na Rádio Cidade AM e as ligações com o *civic journalism*”. *Anais do Congresso Brasileiro de Ciência da Comunicação* (CD-ROM). Rio de Janeiro, 2005.
- FERREIRA, Gisele S. N. *Rádios comunitárias e o poder local. Estudo de caso de emissoras legalizadas da região noroeste do estado de São Paulo* (dissertação). Mestrado em Ciências da Comunicação. USP, 2006.
- GOMES, Ana Maria S. *As ondas do Evangelho. Introdução à história do rádio evangélico no Brasil* (dissertação). Mestrado em Teologia. Seminário Teológico Batista do Sul do Brasil. Rio de Janeiro, 2003. Disponível em http://www.pibrj.org.br/historia/arquivos/ondas_evangelho.pdf.
- IBGE. *Sindicatos – indicadores sociais 2001*. Rio de Janeiro, 2002. Disponível em <http://www.ibge.gov.br/home/estatistica/populacao/condicaodevida/sindical/sindicato2001.pdf>.

- KUCINSKI, Bernardo. *Jornalista e revolucionários nos tempos da imprensa alternativa*. São Paulo: EDUSP, 2003.
- MEIO & MENSAGEM. *Indicadores*. São Paulo, fev. e dez. 2000.
- M&M Online. “Mídia brasileira cresce 4% em 2009”. Disponível em http://www.mmonline.com.br/noticias.mm?url=Midia_brasileira_cresce_4_porc__em_2009. Acessado em 18 abr. 2010.
- MINISTÉRIO DO TRABALHO. *Relação Anual de Informações Sociais (RAIS) – série histórica 1994-2007*, 2008.
- MOTTER, Paulino. “O uso político das concessões das emissoras de rádio e televisão no governo Sarney”. *Comunicação & Política*, 1994, 1 (1), pp. 89-116.
- NÉVEU, Erik. *Sociologie du journalisme*. Paris: La Découverte, 2001.
- PEREIRA DA LUZ, Maria Moraes. *A especificidade do jornalismo nas rádios comunitárias: a construção da notícia cidadã no contexto neoliberal* (dissertação). Mestrado em Comunicação. UnB, 2008.
- PEW RESEARCH CENTER. “How news happen – still”. Disponível em http://www.journalism.org/sites/journalism.org/files/Baltimore%20Study_Jan2010_0.pdf. Acessado em 7 abr. 2010.
- SANT’ANNA, Francisco. *Mídia das fontes: um novo ator no cenário jornalístico brasileiro. Um olhar sobre a ação midiática do Senado Federal*. Brasília: Edições Técnicas do Senado Federal, 2009.
- SCHLESINGER, Philip. “Repenser la sociologie du journalisme. Les stratégies de la source d’information et les limites du médiacentrisme”. *Réseaux*, 1992, n. 51, pp. 75-99.
- SCHLESINGER, Philip e TUMBER, Howard. *Reporting crime*. Oxford: Claredon Press, 1995.
- SECOM – Secretaria de Comunicação Social da Presidência da República. *Publicidade – investimentos*, 2009. Disponível em <http://www.secom.gov.br/sobre-a-secom/publicidade/midia>. Acessado em 7 abr. 2010.
- . *Publicidade – regionalização*, 2009a. Disponível em <http://www.secom.gov.br/sobre-a-secom/publicidade/midia/regionalizacao>. Acessado em 7 abr. 2010.
- SOUSA, Jorge Pedro. *As notícias e os seus efeitos*. Coimbra: Minerva, 2000.
- WOLF, Mauro. “Los emisores de noticias en la investigación sobre comunicación”, 2003. Disponível em <http://www.ehu.es/zer/zer3/lartwolf.html> ou <http://www.comminit.com/la/lact/sld-4830.html>.

A construção e a circulação da informação em emissoras radiofônicas do Brasil, Argentina e Uruguai*

Doris Fagundes Haussen (PUC-RS)

As transmissões radiofônicas, desde a década de 1930, com o aperfeiçoamento das ondas curtas, podiam ser captadas no mundo inteiro, uma vez que se dispusesse de receptores adequados. Na atualidade, a presença das emissoras na web e a possibilidade de acesso pelos cidadãos ao redor do mundo de qualquer rádio que esteja na rede, portanto, não chegam a ser novidades. O novo, no caso, é o tipo de tecnologia, cada vez mais fácil e acessível a um grande número de pessoas. Sobre a questão, Meditsch lembra que “o rádio, contra a ideia dominante no senso comum, é um veículo da era eletrônica, sua era não está no passado, sua era é a de todos os meios eletrônicos, ele apenas foi o que surgiu antes” (2001, p. 226).

Para Moreira, “as transmissões de rádio na internet aproveitam-se de qualidades comuns aos dois meios, como a interatividade e a instantaneidade, ampliados em escala global” (2002, p. 151). Por seu turno, Castells considera que as emissoras de rádio estão experimentando o auge na internet, “tanto as que

* Colaboraram neste texto as bolsistas de Iniciação Científica (CNPq/PUC-RS) Alice Nader Fossa e Gabriela Risek Boni.

emitem através das ondas como as que o fazem somente pela rede” (2001, p. 224). Cebrián Herreros, por sua vez, ao analisar as características do rádio e da internet, lembra que

o rádio é um meio de representação do público. O rádio tem uma concepção massiva frente à concepção personalizada da internet. O veículo na internet perde sua característica de meio massivo de comunicação social, mas adquire outras modalidades que podem orientar-se para um serviço e um acesso público de intercâmbio entre todos os participantes, com diversas possibilidades: foros, chats, listas, correios eletrônicos, blogs, navegações por diversos temas (2007, p. 286; tradução da autora).

O autor destaca ainda que, “se nas mudanças anteriores destacaram-se a melhora e a ampliação dos conteúdos radiofônicos, agora se observa a modificação no próprio processo do modelo de comunicação”. Salienta que se trata de “uma mudança radical que vai da difusão à comunicação, ao diálogo e usos compartilhados com a audiência de informações, experiências e relatos”. E enfatiza: “[...] é uma mutação que contagia todos os conteúdos e dá entrada a outras modalidades de relações com a audiência até modificar a função dos usuários ao permitir o intercâmbio de papéis de emissores e receptores nos processos interativos” (p. 12). Para Cebrián Herreros, a mudança está ocorrendo não apenas na tecnologia, mas também nos processos comunicativos, nos conteúdos e nas linguagens, quer dizer, “nos elementos internos e de contato com os usuários”.

Tendo em vista esse panorama, coloca-se a seguinte questão: como se apresenta o radiojornalismo? Nesse sentido, o presente artigo analisa a construção e a circulação de informações considerando-se a facilidade tecnológica da presença das emissoras na rede mundial de computadores. Assim, por meio do estudo da programação das rádios CBN (Brasil), Mitre (Argentina) e El

Espectador (Uruguai),¹ identificam-se semelhanças e diferenças no jornalismo das mesmas, tendo em vista a proximidade dos três países e, ao mesmo tempo, sua inserção num mundo globalizado.

Aproximando as três emissoras

A CBN – Central Brasileira de Notícias² – foi fundada em outubro de 1991 com o slogan “A rádio que toca notícia” e, desde a sua criação, pertence ao Sistema Globo de Rádio.³ O formato da CBN consiste de programação jornalística 24 horas (projeto *all-news*), no qual predomina o gênero informativo. A rede conta com mais de duzentos jornalistas e tem como público-alvo de sua programação os ouvintes formadores de opinião. Ao longo de sua história, grandes coberturas jornalísticas foram realizadas; a CBN também se dedica ao esporte. O ano de 1997 marcou uma fase de reformulação na grade de programação da rádio, o que viria a reforçar o caráter nacional da emissora e a ampliar o número de afiliadas. Foi a CBN que inseriu, pela primeira vez no cenário nacional, o modelo *all-news* de fazer rádio informativo, o que fez escola, com muitas outras rádios o adotando como base de sua programação jornalística. O primeiro portal de rádio, com jornalismo

¹ As três emissoras foram selecionadas por serem reconhecidas em seus respectivos países por sua atuação no jornalismo. Também foi analisada a Rádio Gaúcha, de Porto Alegre, pelo mesmo motivo, mas sem a intenção de traçar comparativo, apenas para enriquecer o estudo com mais exemplos. A análise foi efetuada em três dias de estudo da programação de cada emissora. Este artigo faz parte de uma pesquisa mais ampla, em desenvolvimento pela autora, denominada *O radiojornalismo no Brasil, na Argentina e no Uruguai*.

² Fonte: <http://www.cbn.globoradio.globo.com/>.

³ O Grupo Globo de Comunicação – o maior e mais influente do ramo no Brasil – começou com o radiojornalismo ao lançar a Rádio Globo, em 2 de dezembro de 1944. Seu fundador foi Roberto Marinho, e, mesmo após seu falecimento, em 2003, o grupo permaneceu nas mãos de sua família. Atualmente, o Sistema Globo de Rádio possui cinco emissoras próprias: em São Paulo, nas frequências 90,5 FM e 780 AM; no Rio de Janeiro, nas frequências 860 AM e 92,5 FM; em Brasília, na frequência 95,3 FM; em Belo Horizonte, na 106,1 FM; e, em Curitiba, na 90,1 FM. Conta também com 27 afiliadas no país.

atualizado e podcast, foi criado em 2003. Assim como a Mitre e a El Espectador, a emissora brasileira conta com nomes conhecidos no meio jornalístico, que conferem confiabilidade e expectativa de qualidade da programação por parte de seus ouvintes.

A Rádio El Espectador 810 AM, de Montevidéu,⁴ iniciou suas atividades em 1º de outubro de 1922, ao transmitir um jogo de futebol entre Uruguai e Brasil. Porém, a inexistência de registros oficiais fez com que a emissora assumisse como data de inauguração o dia 14 de dezembro de 1923. Anteriormente chamada de Radio Sud América General Eletric (CWOS), adotou o nome de El Espectador quando a General Eletric se desvinculou dela oficialmente, em 15 de maio de 1931. Na década de 1940, foi constituída a sociedade anônima Difusoras Del Uruguay S.A., tendo sido integrada uma segunda emissora, a Radio Sport. Já nos anos 1970, o golpe de Estado e o auge da televisão trouxeram incertezas aos administradores da El Espectador. A emissora, porém, passou por profundas mudanças nos anos 1990, quando procurou mais uma vez a atualização. A direção formada naquela época segue até hoje. Em 7 de novembro de 1995, foi lançado o website da emissora, tornando-a, assim, a primeira rádio uruguaia a estar presente na rede mundial de computadores. Segundo dados fornecidos no site oficial da emissora, a audiência semanal é de cerca de 120 mil ouvintes na região metropolitana de Montevidéu e de 200 mil no país.⁵ A audiência é composta predominantemente por formadores de opinião, pessoas com mais de 25 anos, de ambos os sexos e nível socioeconômico médio e alto.

⁴ Fonte: <http://espectador.com>. A emissora pertence ao Grupo Espectador, que conta ainda com a Rádio Urbana FM e o site Espectador.com. Seu gerente-geral é Javier Massa.

⁵ A população do Uruguai, em sua totalidade, é estimada em cerca de três milhões e meio de habitantes.

A história da Rádio Mitre 790 AM, de Buenos Aires, é quase a própria história do rádio na Argentina. Anteriormente denominada LOZ Broadcasting La Nación, fez sua primeira transmissão em 16 de agosto de 1925; pertencia à família Mitre, proprietária do jornal *La Nación*. Desde a sua fundação, a Mitre tem sido uma das rádios de maior reconhecimento no país. Por seus estúdios, passaram alguns dos maiores comunicadores da história argentina e, em sua programação, prevalece informação mesclada com música e entretenimento. Em 1990, a administração da emissora passou para o controle do grupo Clarín, uma das mais fortes e reconhecidas empresas de comunicação da América Latina. Detentor de jornais, rádios, sites e demais empresas gráficas, o Clarín mantém o nome e os traços da tradicional Mitre, como alguns destaques da programação. No entanto, avanços como web-rádio e site completo foram algumas das mudanças propostas pelo grupo visando à atualização da emissora, que conta ainda com uma representante na cidade de Córdoba, a Rádio Mitre Córdoba AM 810, que pode ser sintonizada em AM e FM em diferentes canais das principais regiões do país.

A programação das emissoras

A análise da programação da CBN (sintonizada em Porto Alegre, mas inserida na abrangência nacional da emissora) compreendeu três dias.⁶ Do total das notícias analisadas, considerando-se a *procedência*, em primeiro lugar vêm as nacionais, seguidas pelas internacionais, regionais e locais. A prevalência desse tipo de notícias deve-se, principalmente, ao fato de a CBN operar

⁶ Os dias foram 28, 29 e 30 de setembro de 2009, das 6h às 23h30, num total de 52 horas e meia gravadas e 710 notícias analisadas. Nesse número, excetuam-se as repetições e considera-se a contagem por editoria, visto que as demais classificações podem ser mistas, dobrando ou até mesmo triplicando a quantidade das informações.

como uma rede nacional de rádios, necessitando, assim, cobrir esse espaço geográfico. Quanto ao *gênero*, em primeiro lugar vêm as notícias, depois as reportagens, os comentários, as entrevistas e os debates. Já em relação à *editoria*, as notícias mais destacadas foram de geral/tempo/trânsito, seguidas pelas de política, economia, mundo, polícia e esporte, e outras menos destacadas.⁷

Quanto à *interação* do ouvinte com os programas, registrou-se um total de 72 situações de participação.⁸ Apresentadores e comentaristas leem dúvidas e opiniões dos ouvintes, citando o nome e a cidade de onde falam. No entanto, um diferencial da rádio é que ela não abre a participação ao vivo para o ouvinte, que pode enviar mensagens à emissora que serão atendidas durante a programação.⁹ Nos dias analisados, as formas de contato principais foram: a internet (geral, 59 referências), com as ferramentas Twitter (29 referências; são 14 mil seguidores da rádio na rede social), o próprio site da emissora (11 referências), blog (dez referências) e e-mail de apresentadores e comentaristas (nove referências). Outras formas de contato foram o celular e o telefone (quatro referências). Das três rádios estudadas nesta pesquisa, a CBN mostrou maior representatividade nas comunidades virtuais, contando com várias comunidades em redes sociais e perfis ligados a seu nome no microblog Twitter. No Orkut, com mais de duzentas comunidades sobre

⁷ Tendo em vista que a CBN possui abrangência nacional, embora concentrada em São Paulo, há notícias dessa cidade incluídas na categoria “nacional”, a não ser aquelas que dizem respeito a características de capital paulista, como as de trânsito, por exemplo.

⁸ Os sites foram analisados no dia 9 de abril de 2010.

⁹ Na radioescuta dos três dias, foram feitas observações com relação aos apresentadores e jornalistas e à qualidade de áudio; à soma e à divisão das notícias em editoria, gênero e localidade, seguidas por valores interpretados em gráficos; à contagem das ações interativas entre a emissora e os ouvintes, por meio de ferramentas como Twitter, blog e site, expostas também em gráficos; ao destaque para as notícias/temas repetidos e/ou mais discutidos ao longo do dia. Quanto à interação com o ouvinte por meio do site, foram levadas em conta as seguintes questões: no dia avaliado, quantas vezes, em média, foi incentivada a interação? Quais os meios mais utilizados e/ou com mais resposta do público?

a rádio, seus comentaristas e programas são encontrados por intermédio do localizador do site – muitas dessas comunidades ligadas a temas de esporte, predominantemente o futebol.

Na Rádio El Espectador, a grade de programação inclui noticiários, programas esportivos, de música e entretenimento. Em relação à procedência das informações, em primeiro lugar vêm as nacionais, seguidas pelas internacionais, locais e regionais. Quanto às *editorias*, observa-se o predomínio de notícias relacionadas à política nacional e de assuntos gerais e polícia. As notícias internacionais estão em terceiro lugar, seguidas pela prestação de serviços, representada, em sua maioria, por informações de trânsito, previsão do tempo e dicas de entretenimento. Logo após, vêm as notícias de economia, seguidas pelas de esporte. Assim como na Mitre e na CBN, a El Espectador possui programas específicos para tratar de esportes.

Quanto aos *gêneros*, as notas são maioria, seguidas pelas reportagens, que são muito utilizadas na programação e incluem, em geral, trechos de entrevistas editados. Quanto aos debates, a emissora analisa os mais variados temas, com momentos de humor e descontração e a presença de mais de dois apresentadores. Quanto às *entrevistas*, a maioria é gravada e editada. As que são produzidas ao vivo são menos frequentes e, normalmente, apresentadas em quadros específicos de entrevistas dos programas. Os *comentários* aparecem em último lugar, mas com alta porcentagem, o que indica que a El Espectador é uma emissora equilibrada quanto aos gêneros jornalísticos.

Uma característica que a diferencia da Mitre é a sobriedade transmitida ao ouvinte. Mesmo nos programas mais descontraídos, como o *En perspectiva* e *Segunda mañana*, o estilo dos apresentadores é mais formal, assemelhando-se ao das emissoras brasileiras, como a CBN e a Gaúcha, de Porto Alegre. Outra diferença entre a El Espectador e a Mitre é a duração dos programas. Enquanto a grade da emissora argentina inclui programas de três,

até quatro horas, a da uruguaia tem programas que duram, em média, de uma a duas horas e trinta minutos.

A programação da El Espectador não se limita à sua cidade, Montevideu. São veiculadas notícias e informações referentes ao país todo, mas apenas quando os assuntos são relevantes. Na prestação de serviços, como previsão de tempo, a capital federal é a cidade mais citada, assim como quando se fala de trânsito. A emissora informa com qualidade, veiculando com frequência, em sua programação, reportagens longas e bem construídas, entrevistas ao vivo e gravadas e muitas notas, quase sempre lidas pelo apresentador e, posteriormente, comentadas por repórteres setorizados.

Na programação ao vivo, observou-se pouco estímulo dos apresentadores para que os ouvintes participem. Durante os comerciais, é anunciado o número para o envio de torpedos e, no website, constam os e-mails de todos os programas. Mesmo assim, pouco das manifestações do público é veiculado.

O site da emissora conta com significativo número de acessos a cada mês e possui em sua estrutura notícias atualizadas, arquivos em áudio e informações sobre sua programação. Além do website, faz uso frequente do microblog Twitter e da rede social Facebook. Em ambos os casos, manchetes são expostas nas páginas iniciais com pequenos textos e fotos seguidos por um link que redireciona para a notícia completa no site oficial da emissora. No Facebook, são publicadas, em média, de duas a três notícias por hora, diariamente. No Twitter, há uma variação de duas a seis notícias.

Na Rádio Mitre, por sua vez, predominam as notícias nacionais, seguidas pelas locais, regionais e internacionais. Destacam-se as relacionadas à prestação de serviços, como informações sobre o tempo e o trânsito, seguidas por notícias das editorias de geral ou polícia. Na sequência, está a editoria de política nacional, seguida por notícias internacionais. Logo após, as notícias de economia e, por último, a editoria de esporte. A explicação para o

baixo número de notícias de esporte é a mesma da El Espectador: programas específicos tratam do tema.

Quanto aos *gêneros*, as notícias são maioria, seguidas por comentários, reportagens e, por último, entrevistas e debates. Quanto às *entrevistas*, as que são gravadas perdem em quantidade e frequência para as transmitidas ao vivo. Ainda assim, as gravadas se resumem, muitas vezes, a trechos de entrevistas realizadas anteriormente ao vivo em algum outro programa da emissora. A reportagem é muito usada e de forma completa: muitas vezes com trechos de entrevistas, estrutura bem construída e duração média de um a quatro minutos. Em alguns programas, ocorrem mais de três entrevistas ao vivo, o que marca uma característica da emissora: quando surge um tema a ser abordado e, como consequência, discutido, logo se coloca no ar algum especialista ou personagem envolvido para ser entrevistado ao vivo pelo apresentador.

Os programas são extensos, com duração de duas a quatro horas. Os temas abordados são predominantemente locais e regionais, com menor espaço para acontecimentos internacionais. A opinião na emissora é forte, especialmente quando se fala de política. Os âncoras questionam, protestam e deixam claros seus pontos de vista, convidando o ouvinte a interagir. Durante os intervalos, propagandas da emissora lembram os números de torpedos SMS, telefone e e-mail para participação. São propostas interativas e charadas, em que o ouvinte entra ao vivo ou por gravação, opinando sobre o que se discute no programa.

A Mitre possui algumas características em comum com a CBN (e a Gaúcha): ambas são predominantemente informativas; contam com programação mais “leve” nos finais de semana, com enfoque em música, comportamento e futebol; possuem resumos informativos que, em poucos minutos e várias vezes ao dia, trazem as principais notícias e informações de serviço; os apresentadores têm credibilidade junto aos ouvintes e, com isso, abertura para expor suas opiniões; os blocos são abertos com hora certa e tempera-

tura nas capitais; trabalham a participação por telefone e torpedo SMS (Gaúcha e Mitre); contam com programas de características comuns em termos de formato e conteúdo, nas primeiras horas da manhã, para que “o ouvinte saia de casa informado”.

No primeiro semestre de 2010, o site da Mitre passou por modificações.¹⁰ No modelo atual, mais simples, utiliza o mesmo espaço que o Cien Radios, que reúne 151 web-rádios musicais temáticas, juntamente com a Mitre e a Mitre Córdoba. Em sua configuração, o site apresenta enquete e 15 audioblogs dos programas e apresentadores da Mitre ou da Mitre Córdoba em destaque (no final do site, um pequeno menu traz a opção de visualizar todos os audioblogs); e, clicando-se na opção Mitre, no alto da página, podem ser vistos o programa que está sendo transmitido naquele momento, a foto de seu apresentador, um pequeno resumo, em alguns casos a data e a hora padrão de veiculação, o endereço e, logo abaixo da foto, um link para a transmissão ao vivo. Ao lado, uma caixa permite ao usuário o envio de e-mails, bastando preenchê-la com seus dados de identificação e a mensagem.

O grupo administrador da Mitre, o Clarín, também não investe na comunicação por redes sociais. Está representado de forma semelhante ao da emissora no Orkut, com duas comunidades: *Diário Clarín*, com 31 integrantes;¹¹ e *Lectores del Clarín*, com dois integrantes.¹² O fato de não utilizar essas tecnologias faz com que o público da Mitre seja informado somente pela própria emissora, sintonizada por meio de plataformas como o rádio, *music players* ou o computador, já que seu site não possui notícias ou manchetes do que é destaque na programação. As formas de interação mais utilizadas são, em ordem decrescente, o torpedo

¹⁰ Fonte: <http://www.radiomitre.com.ar>. Uma primeira análise do site havia sido feita em 2009. No entanto, com as alterações verificadas em janeiro de 2010, fez-se um novo estudo, apresentado neste artigo.

¹¹ Fonte: <http://www.orkut.com.br/Main#Community?cmm=1070370>.

¹² Fonte: <http://www.orkut.com.br/Main#Community?cmm=28938374>.

SMS, o e-mail e o telefone. De forma geral, a interatividade é pouco estimulada e resume-se aos comentários selecionados pela produção da rádio, que são lidos ou retransmitidos ao vivo.

Algumas considerações

A análise das três emissoras indica não só muitas semelhanças na construção da informação, mas também algumas diferenças. Em relação à *procedência*, as três priorizam as informações nacionais. No caso da CBN e da El Espectador, em segundo lugar vêm as notícias internacionais (havendo, no caso da uruguiaia, uma presença maior de notícias da América Latina como um todo); já na Mitre, predominam as locais. Em terceiro lugar, para a CBN e a Mitre, vêm as informações regionais (capital e arredores) e, para a El Espectador, as locais. E, por último, na CBN, as locais; na El Espectador, as regionais; na Mitre, as internacionais. Portanto, constata-se que, quanto à procedência, as três emissoras investem mais nas notícias nacionais, demonstrando a tendência de atender à comunidade local com notícias de todo o país. A explicação, no caso da CBN, deve-se ao fato de ser uma emissora que opera em rede e investe nesse perfil. No caso da Mitre, embora não atue com afiliadas, sua programação pode ser ouvida em dez emissoras de diferentes regiões do país, além da rádio de Córdoba, como foi citado. E a El Espectador, por sua vez, tem uma tradição de rádio noticiosa de Montevideu, que, embora também não atue com afiliadas, abastece os ouvintes de informações relativas ao país prioritariamente.

Quanto ao *gênero*, todas privilegiam as notícias, seguidas pelas reportagens, comentários e entrevistas/debates. Nesse caso, é interessante refletir sobre a permanência dos gêneros ao longo da história: mesmo em tempos de rádios na web, com a possibilidade de inovações, eles perduram com formatos idênticos, que vêm desde o início da trajetória radiofônica. Essa tendên-

cia foi confirmada por Prado (2008), durante sua conferência na Universidade de Brasília (UnB), ao afirmar que estudos do Observatório dos Meios na União Europeia apontam para essa mesma constatação.

Em relação às *editorias*, nas três emissoras destaca-se a predominância de notícias gerais (incluindo previsão do tempo e informações de trânsito), seguidas das de política. A constatação enfatiza o papel do rádio como prestador de serviço – a exceção é a rádio uruguaia, em que esse item ficou em quarto lugar. Uma explicação para essa diferença pode ser a própria configuração das capitais: em Buenos Aires e São Paulo, esse serviço é muito necessário, devido às condições da circulação dos transportes e o caos que pode ser provocado por chuvas intensas, por exemplo. Um caso que não é tão urgente em Montevideú. Já a questão política, em segundo lugar, demonstra a importância do tema para os países analisados. Nos demais itens, há uma configuração diversa, indicando também as características culturais de cada país.

Sobre a *participação* dos ouvintes na programação ao vivo, é interessante observar que, embora a evolução tecnológica permita cada vez mais a aproximação, o que se constatou foi uma opção pela não participação do mesmo de forma direta (CBN) ou pela pouca intervenção (EL Espectador), com maior presença na Mitre. Nesse caso, tanto as ferramentas de participação tradicional, como o telefone, quanto as possibilitadas pela internet ainda não estão sendo utilizadas em sua plenitude pelas emissoras, que preferem, de alguma forma, a participação indireta (ou selecionada), para evitar descontroles na participação da audiência.

Retomando-se a reflexão de Cebrián Herreros, sobre as mudanças que vêm ocorrendo no meio radiofônico, verifica-se, em relação às três emissoras analisadas, que efetivamente há um processo em curso de modificação do modelo de comunicação. No entanto, trata-se de algo ainda muito inicial, que se observa principalmente na possibilidade de aproveitamento da participação do

ouvinte na programação das emissoras. Esse fato é propiciado pelas alterações do avanço tecnológico, mais rápido do que a utilização de suas possibilidades pelos responsáveis no meio radiofônico. Nos casos analisados, essa constatação se confirma, com alterações apenas nas nuances específicas de cada país.

Observa-se, assim, que, na construção da informação radiofônica nos três países, há muitas semelhanças em relação ao uso dos gêneros, às editorias e à procedência das informações, com os temas nacionais sendo privilegiados (é preciso salientar que as emissoras analisadas têm um perfil nessa direção). O que se destaca principalmente é que, embora haja uma aproximação geográfica dos três países, o foco constitui-se daquilo que interessa particularmente a cada um, havendo pouco investimento nas informações procedentes das regiões vizinhas, a não ser quando há fatos extraordinários. Constata-se, portanto, que o avanço tecnológico nas emissoras e as inúmeras possibilidades que traz para uma aproximação mais efetiva da região ainda não produziram resultados diferenciados na circulação das informações. O que deve ocorrer, efetivamente, apenas quando houver uma evolução cultural (e política) nesse sentido.

Referências

- CASTELLS, M. *La galáxia internet. Reflexiones sobre internet, empresa y sociedad*. Barcelona: Plaza & Janés Editores S.A., 2001.
- CEBRIÁN HERREROS, Mariano. *Modelos de radio, desarrollos e innovaciones. Del diálogo y participación a la interactividad*. Madrid: Editorial Fragua, 2007.
- HAUSSEN, D. F. e FOSSA, A. N. "Sites radiofônicos e participação do ouvinte/internauta. Uma análise das rádios CBN (Brasil), Mitre (Argentina) e El Espectador (Uruguai)". *Anais do XXXIII Congresso Anual da Intercom*. Caxias do Sul (UCS), 2010.
- MARINHO, José Roberto. *CBN, a rádio que toca notícia: a história da rede e as principais coberturas; estilo e linguagem do all-news; jornalismo*

político, econômico e esportivo; a construção da marca; o modelo de negócio. Rio de Janeiro: Senac-Rio, 2006.

MASTRINI, Guillermo e BECERRA, Martín (orgs.). *Periodistas y magnates: estructura y concentración de las industrias culturales en America Latina.* Buenos Aires: Prometeo Libros, 2006.

MEDITSCH, E. “O ensino de radiojornalismo em tempo de internet”. In MOREIRA, S. V. e DEL BIANCO, N. R. (orgs.). *Desafios do rádio no século XXI.* São Paulo: Intercom; Rio de Janeiro: UERJ, 2001.

MOREIRA, S. V. *Rádio em transição. Tecnologias e leis nos Estados Unidos e no Brasil.* Rio de Janeiro: Mil Palavras, 2002.

PRADO, E. “Conferência”. *V Colóquio Brasil-Espanha de Ciências da Comunicação.* UnB, 2008 (apontamentos da autora).

Sites consultados

<http://cbn.globoradio.globo.com/home/HOME.htm> (acessado em 11 jan. 2010)

<http://www.clarin.com/> (acessado em 11 jan. 2010)

http://www.espectador.com/index_home2.php (acessado em 13 jan. 2010)

<http://www.radiomitre.com/> (acessado em 11 jan. 2010)

Reportagens especiais, documentários e série de reportagens: profundidade nas ondas do rádio

Júlia Lúcia de O. A. da Silva
Patrícia Rangel (Unisa)

No decorrer da história do radiojornalismo brasileiro, diferentes formas de comunicar fatos ou acontecimentos foram criadas e reelaboradas. Com forte influência do modelo norte-americano, o *Repórter Esso*, patrocinado pela Esso Brasileira de Petróleo, fez sua primeira transmissão em 1941, trazendo suas notícias num texto linear, direto, corrido, sem adjetivações, apresentado em noticiário ágil e estruturado.

No ano seguinte, surgiu o *Grande Jornal Falado Tupi*, transmitido às 22h pela emissora paulista de mesmo nome, com apresentação de Coripeu de Azevedo Marques e Armando Bertoni. Esse noticioso reproduzia a estrutura do jornal impresso e explorava a sonoplastia para a marcação e separação de editorias e diferentes notícias de um mesmo bloco. As notícias eram agrupadas em bloco – política, economia, esportes... –, tal qual faziam os diários com suas editorias.

Com o surgimento da televisão e a movimentação de recursos financeiros, profissionais e artísticos para o meio emergente, o rádio enfrentou o desafio de se reinventar; nesse contexto, o jornalismo, as transmissões esportivas, a utilidade pública

e a prestação de serviço ganharam espaço. A popularização do transistor no Brasil, na década de 1960, que conferiu mobilidade aos receptores e, portanto, permitiu que o ouvinte elegeesse o rádio como companheiro, também impulsionou o próprio jornalismo a buscar outros formatos e gêneros de notícia para relatar os fatos. A cobertura de eventos esportivos e outros dá a chance ao repórter de falar diretamente do palco de ação da notícia, aproximando-o do ouvinte e proporcionando uma apuração mais exata desses acontecimentos.

O estabelecimento da frequência modulada e das redes via satélite na década de 1970, a segmentação nos anos 1980, o surgimento de emissoras exclusivamente jornalísticas na frequência modulada e a retransmissão de noticiosos das emissoras de amplitude modulada para essa frequência permitiram ao jornalismo radiofônico criar formatos e gêneros que inclusive aprofundavam os assuntos em pauta.

Caracterizado pela agilidade, instantaneidade e simultaneidade, o rádio é um meio no qual a notícia é marcada pela atualidade e rapidez, o que pode nos conduzir à ideia de que não se presta a realizar o tratamento em profundidade de determinado assunto. No entanto, Emílio Prado (1989) pontua que

o rádio como meio informativo pode fazer um papel muito diferente. Além de transmitir o mais rapidamente possível os acontecimentos atuais, pode aumentar a compreensão pública através da explicação e análise. Esse aprofundamento dos temas conta no rádio com a vantagem de poder ser exposto pelos seus conhecedores...

Dentre os gêneros do jornalismo radiofônico que permitem o aprofundamento de um assunto, estão a reportagem especial, a série de reportagem e o documentário, que diferem da notícia do dia a dia e têm espaço modesto na grade de programação das

emissoras. Enquanto a notícia está para o relato do fato e deve responder às perguntas do *lead* (quem? quê? quando? onde? como? por quê? para quê?), a reportagem, segundo Cremilda Medina (1978), parte de um fato ou de um assunto e amplia sua abordagem no tempo e no espaço.

O pesquisador Nilson Lage (1985) também nos apresenta uma definição elucidativa acerca da notícia: o relato de uma série de fatos a partir do fato mais importante ou interessante. Ele faz ainda uma distinção clara em relação à reportagem, que considera um levantamento sobre um assunto, conforme ângulo preestabelecido.

Portanto, o desenvolvimento de uma reportagem especial ou uma série de reportagem para o rádio mostra-se como um desafio e uma riqueza. De um lado, exige aprofundamento do assunto e tempo para sua produção; de outro, permite a introdução de múltiplos e diversos pontos de vista sobre o tema em questão, ampliando-o numa estrutura sem rigidez, o que proporciona a intervenção da criatividade numa grande medida, sem esquecer que se trata de uma narração de caráter informativo.

Antes de prosseguirmos, é importante esclarecer as distinções e aproximações entre reportagem especial e série de reportagem. Partindo das definições dos pesquisadores citados sobre a reportagem em si, como um gênero que aprofunda um fato ou acontecimento no espaço e no tempo, a reportagem especial difere da série de reportagem por sua duração, que geralmente é de mais ou menos três minutos, e por sua restrição a um único episódio, o que limita os aspectos abordados do assunto em questão.

Ao mesmo tempo, a reportagem especial se distancia da notícia, uma vez que, por meio da articulação das informações do repórter com as sonoras das fontes (autoridades ou testemunhos), aprofunda a representação do fato, como nos explica a editora-chefe da Rádio Eldorado AM, de São Paulo, Filomena Salemmé (2010). Há ainda emissoras em que as reportagens especiais geral-

mente têm direcionamento investigativo ou de denúncia, como a Bandeirantes AM, também de São Paulo.

Por sua vez, a série de reportagem costuma ser estruturada em cinco episódios, os quais compõem a grade de programação no decorrer da semana (de segunda a sexta). Num mesmo dia, o capítulo é reprisado nos principais noticiosos da emissora, podendo fazer parte da programação dos finais de semana. É o caso da CBN, que reedita a série de reportagem e a transforma numa reportagem especial de 10 a 12 minutos para ir ao ar nos finais de semana.

Embora guardem relação entre si, cada episódio aborda de forma integral e autônoma alguns aspectos do assunto, considerando a rotatividade da audiência. Cada capítulo é composto por textos previamente elaborados e corporificados pela voz do repórter, sonoras, músicas, ruídos e efeitos sonoros oriundos do cenário acústico, para representar os recortes do assunto em questão: “Essas representações fragmentárias compõem um fio condutor, que é o fato central. Ao fato central se juntam aos poucos outras representações fragmentadas de fatos adjacentes, que contribuem para a compreensão do tema”.

Os capítulos de uma série constituem o discurso informativo, que, embora pautado pela objetividade, concisão e imparcialidade, recorre a elementos da narratividade para relatar aspectos de um assunto que envolve personagens e histórias. Afinal, como afirma Robert McLeish, o elemento crucial é o ser humano: “[...] a fala direta torna o tema mais interessante e mais vivo ao envolver um maior número de pessoas, de vozes e um tratamento em maior amplitude” (2001, p. 192). O que se destaca nas definições e depoimentos sobre a série de reportagem é o fato de ela ser capaz de narrar histórias com personagens gerando identificação no ouvinte e permitindo que o mesmo vivencie imaginariamente os acontecimentos relatados. Nesse sentido, observa-se a introdução de depoimentos ou testemunhos dos personagens ou protagonis-

tas da ação nos capítulos da série. Preferencialmente narrados no presente do indicativo, os relatos conferem veracidade ao discurso e são editados como sonoras de curta duração. São mesclados ainda com as sonoras de autoridades, que, ao lado dos dados estatísticos e demais informações do *lead*, sustentam o discurso informativo, estruturado – não exclusivamente – por elementos do texto dissertativo e argumentativo, que “tem a função de informar e ao mesmo tempo de convencer o leitor a aceitar a informação no contexto de um raciocínio que se pretende correto” (Coimbra, 2002, p. 13). Outro componente desse discurso são os ruídos, efeitos sonoros que compõem o cenário acústico do palco da ação. Muitas vezes captados *in locu*, outras reproduzidos em estúdio, são elementos e figurações que ilustram, concretizam e testemunham a existência do fato e/ou história relatados por meio das sonoras e do texto verbal oral apresentado pelo repórter.

O texto apresentado pelo repórter, por sua vez, desempenha o papel de conduzir a narrativa e estabelecer ganchos lógicos entre todos os demais elementos que a compõem. Deve ser estruturado segundo a dinâmica de um meio que suspende a imagem e atua no imaginário do ouvinte provocando sensações, e não somente imagens sonoras. Orações curtas e coordenadas, verbos flexionados no presente do indicativo, ordem direta, clareza e ritmo são qualidades necessárias ao texto e compõem o episódio de uma série de reportagens.

Esse texto, previamente elaborado, extrapola seu aspecto referencial, na medida em que os atributos da voz, juntamente com a entonação e os ritmos apresentados no desempenho do locutor, conferem-lhe estatuto de acontecimento e significados que muitas vezes surpreendem o próprio texto. Qualidades intrínsecas ao desempenho da voz se aproximam do coloquialismo e das narrativas orais e pretendem contaminar corpos dos ouvintes, tornando-os coautores da narrativa. Vale o registro de que muitos dos assuntos ou fatos abordados pelas séries são sugeridos

pelos ouvintes por meio dos diferentes canais de interação disponibilizados pelas emissoras.

Apesar de se mostrarem um gênero rico, com possibilidades várias para abordar em profundidade diferentes temas, pois não estão restritas a assuntos ligados a um só fato jornalístico, a série de reportagens e as reportagens especiais, como já dissemos, têm presença modesta nas grades de programação do rádio brasileiro. Ainda mais modesto é o espaço para o documentário radiofônico nas emissoras comerciais, que, no entanto, encontra destaque na academia, na experimentação dos alunos e no incentivo da produção por parte dos professores.

A diferença entre documentário e série de reportagens está no tempo e, principalmente, na montagem. Os episódios da série são únicos e têm começo, meio e fim; já o documentário não tem cortes, é preciso produzir um roteiro, e as emendas são feitas pelo texto amarrado às sonoras, que devem seguir um raciocínio lógico e esclarecedor ao ouvinte. Mas a maior diferença do documentário para os outros formatos é que este possui uma abordagem mais autoral, ou seja, traz mais do olhar pessoal do jornalista sobre o fato.

As principais emissoras de São Paulo – reportagens especiais e séries de reportagens

Rádio Jovem Pan AM – 620 KHz

Localizada na avenida considerada um dos símbolos financeiros e culturais da cidade, a Jovem Pan ocupa desde 1976 o 24º andar do número 830 da Avenida Paulista. No ar desde 1944, atualmente a emissora mantém programação diferenciada no FM e no AM e faz parte da paisagem sonora da cidade, “que amanhece trabalhando”.

A Jovem Pan AM surgiu para veicular radionovelas; em 1945, porém, assumiu uma de suas maiores vocações, que permanece até hoje: o esporte, que mais tarde, nos anos 1970, compôs

com os noticiosos uma programação voltada para a informação e a prestação de serviços. Com ênfase no dia a dia, o jornalismo da emissora marca presença na cobertura e análise dos fatos dos diferentes segmentos sociais, políticos e econômicos, por meio de entrevistas, matérias e reportagens ao vivo. A prestação de serviço ganha espaço especialmente com campanhas que se tornaram marcas registradas da emissora, como a de combate às drogas e sobre os impostos.

Sobre as séries de reportagens, o coordenador artístico da rádio, José Armando Vanucci, explica que estão relacionadas principalmente com o desenvolvimento dessas campanhas e com o cotidiano do ouvinte. Sobre a temática de uma das campanhas realizadas pela emissora, é possível desenvolver várias séries.

Como a linha editorial estabelece o foco no cotidiano, no factual, há basicamente dois tipos de séries na Jovem Pan. Há as que surgem de uma reportagem especial e que, devido à repercussão no ouvinte, apontam para a necessidade de desdobramentos, os quais acabam compondo a série de reportagens espontâneas. Esse tipo de série não tem um planejamento prévio e é veiculado no programa considerado o carro-chefe da emissora: o *Jornal da Manhã*. Um dos destaques desse tipo de série de reportagens “espontâneas” foi a realizada em 1990 sobre o Plano Collor, construída a partir da pauta levantada diariamente pelo ouvinte: à medida que as reportagens eram veiculadas, surgiam outros questionamentos, os quais, por sua vez, impulsionavam outros capítulos da série.

Já o outro tipo de séries tem programação e produção prévias sobre assuntos e entrevistados previamente definidos. São veiculadas nos programas jornalísticos, como o *Jornal de Serviço*, *Jornal da Jovem Pan* e *Rádio ao vivo*. Geralmente, essas séries são estruturadas em cinco episódios e produzidas pelo repórter e a equipe de produção da emissora. O repórter cumpre a pauta do dia a dia e, paralelamente, desenvolve a série, mas há importante

subsídio da produção, que tem intensa atuação no processo de criação, levantamento e contato com os entrevistados, preparação prévia das entrevistas, pesquisa de dados, edição, seleção e mixagem de sonoplastia. Esse subsídio garante a permanência do repórter no dia a dia e a produção desse tipo de série, que não tem uma meta preestabelecida quanto à quantidade e à periodicidade na grade de programação da emissora.

Para os dois tipos de série, o coordenador artístico da emissora destaca a importância da articulação de todos os elementos sonoros (textos, sonoras e sonoplastia) para a composição do formato, que exige uma amarração lógica e coerente entre os episódios, a fim de garantir o interesse e a fidelização do ouvinte sobre um assunto que, nesse formato, necessariamente deve ser abordado em profundidade.

Rádio Bandeirantes AM – 840 KHz

Considerada uma das mais tradicionais emissoras de São Paulo, apresenta-se como uma rádio marcada pela tradição, credibilidade e proximidade com seu ouvinte. No ar desde 1937, integra atualmente o Grupo Bandeirantes de Comunicação e mantém sua programação focada na cobertura do esporte e dos fatos internacionais, nacionais e locais, com ênfase numa programação voltada para o cotidiano. Além das matérias veiculadas no dia a dia, a série de reportagens tem espaço na grade de programação, assim como a reportagem especial, que se constitui como matéria única e tem características diferentes da série que se estrutura em capítulos. Um repórter específico desenvolve esse formato, que geralmente tem tom investigativo e/ou de denúncia. O tempo aproximado da reportagem especial é de três minutos e os temas são variados.

Quanto à série de reportagens, veiculada uma vez por mês, é estruturada em cinco episódios, os quais abordam temáticas ligadas às datas comemorativas, como o aniversário de São Paulo, ou sugeridas pelos ouvintes. Em alguns casos, uma matéria do

dia a dia pode “render” uma série de reportagens, como ocorreu com “O lixo em São Paulo – problema e oportunidade”, veiculada em 2009 pela emissora. De acordo com o jornalista Cláudio Junqueira Braga Junior (2010), à medida que ia se aprofundando na temática, detectou a necessidade de abordar as diversas nuances relativas à questão do lixo. As questões políticas, os papéis do poder público e da população, as possibilidades de renda e reciclagem do lixo foram abordados nos cinco episódios da série, que conquistou vários prêmios; entre eles, o Caixa de Jornalismo, em 2009, e o ABS, em 2007.

O repórter envolvido com a produção de uma série de reportagem recebe a pauta da série com um mês de antecedência e concilia essa atividade com as pautas do dia a dia. Geralmente, na semana que antecede a veiculação da série, consegue se dedicar com exclusividade a ela, para sua finalização. De acordo com o editor-chefe da Bandeirantes AM, Francisco Prado (2010), além da capacidade de conciliar as demandas diárias do jornalismo, o repórter que realiza a série deve ter a capacidade de sugerir o tema, de escutar as pessoas e/ou autoridades relacionadas, de analisar e condensar as informações coletadas principalmente por meio de entrevistas.

Para Francisco Prado, a série deve trazer textos e demais elementos que prezem pelo raciocínio lógico, claro e convincente. Cada episódio deve apresentar cinco ou seis sonoras curtas (máximo de vinte segundos), resultantes de uma edição cuidadosa das entrevistas realizadas. O texto que deve conduzir logicamente o assunto tem de ser objetivo, estruturado em manchetes que não ultrapassem duas linhas, com todos os ingredientes do *lead*, e sejam conectadas entre si e as sonoras. Deve ainda manter a curiosidade do ouvinte. Prado conclui observando que sons de fundo são importantes para ilustrar a série, mas não devem sobrepor-se à primeira fonte, que é o entrevistado.

Um diferencial das séries produzidas e veiculadas pela Bandeirantes AM é que o episódio é sempre antecedido por uma ca-

beça, que atualiza a temática, e por um encerramento (pé), que chama a matéria seguinte sempre ao vivo. Outro diferencial destacado por Francisco Prado é que todas as entrevistas realizadas para a série sejam gravadas de forma que possam ser veiculadas posteriormente praticamente sem edição. Isso possibilita que, após a veiculação da série, o material seja transmitido em outros programas (geralmente o da madrugada, *A caminho do sol*).

A veiculação inédita dos capítulos das séries acontece no jornal *Primeira Hora*, veiculado diariamente desde 1962, entre 7h e 8h, e reprisado no decorrer do dia nos demais noticiosos, como o *Ciranda da Cidade*, *Jornal da Hora*, *Jornal da Gente*, *Jornal em Três Tempos* e *Manhã Bandeirantes*.

Rádio Eldorado AM – 700 KHz

No ano do surgimento da bossa nova, 1958, inicia suas atividades transmitindo dos estúdios localizados no prédio do jornal *O Estado de São Paulo*, que ficava na Rua Major Quedino, 58, sob direção de Júlio de Mesquita Filho. Em 2004, a emissora passou a transmitir dos estúdios no Bairro do Limão. Com uma programação abrangente e não restrita à cobertura dos fatos locais, nacionais e internacionais, incorporou em sua grade diversas temáticas – pesquisa científica, meio ambiente, acessibilidade e consumo – em diferentes formatos, sustentando o slogan “Muito além da notícia, liderando tendências”.

Atualmente, a emissora mantém uma coordenadoria específica para tratar de questões socioambientais, resultado de um engajamento iniciado em 1990 com a campanha de despoluição do rio Tietê, continuada pelo projeto Pintou Limpeza, iniciado em 2000. A série de reportagem “Expedição Tietê século 21”, do jornalista Flavio Perez, veiculada em 2008, e as campanhas e projeto citados surgiram após uma reportagem especial realizada em 1990 entre repórteres das rádios Eldorado e BBC, de Londres, que navegaram os rios Tietê e Tâmis ao mesmo tempo.

O formato de série de reportagem desempenha papel importante na consolidação da linha editorial da emissora, uma vez que se mostra como o mais adequado para abordar em profundidade um assunto. Segundo a editora-chefe da Eldorado AM, Filomena Salemmé (2010), a série sempre teve espaço na programação da emissora. Entre 1999 e 2003, toda semana era transmitida em seus noticiosos (*Jornal Eldorado* 1ª e 2ª edições, *Eldorado Notícias e Leitura de Domingo*) uma série de reportagem, e atualmente a emissora produz pelo menos uma série por mês. Salemmé lembra que, como o objetivo da série é aprofundar um assunto, é necessário tempo para pesquisa, produção e elaboração, sob pena de se cair na superficialidade. Destaca ainda que o jornalista envolvido com o desenvolvimento de uma série deve apurar o fato, o olhar curioso e questionador, inerentes ao profissional: “O espírito inquietante e investigativo é fundamental para o repórter que deseja produzir séries interessantes sob diversos aspectos”.

Na Eldorado AM, o jornalista responsável pela série se dedica exclusivamente a essa empreitada e, portanto, sai da cobertura do jornalismo diário. Salemmé ficou de 2002 a 2005 somente como repórter especial, focada, portanto, no processo de pesquisa, produção, gravação, edição e montagem das séries. Nesse período, produziu diversas séries, entre elas “Um retrato da fome”, em 2002 – que tratava da questão a partir do desafio assumido pelo então recém-eleito presidente Luiz Inácio Lula da Silva, ao afirmar que estaria satisfeito se, ao final de seu mandato, os brasileiros pudessem fazer três refeições diárias –, e “Um retrato da habitação”, em 2004. Ambas conquistaram o prêmio Nuevo Periodismo CEMEX-FNPJI.

O interesse e a repercussão de uma série estão diretamente ligados à capacidade que ela tem em surpreender o ouvinte. Segundo Salemmé, para tal, deve ser estruturada como uma narrativa, uma história sobre personagens, a fim de estabelecer a vinculação e a identificação por parte do ouvinte. A editora trabalha

com o conceito de *radioimagem*; portanto, além das sonoras do(s) personagem(s), considera necessário explorar os sons que compõem o ambiente/paisagem sonora. Outro ingrediente necessário é a sonora com profissionais e pesquisadores ligados ao tema em questão, a fim de conferir credibilidade ao assunto e aprofundá-lo de forma técnica.

BandNews FM

No ar desde maio de 2005, transmite conteúdo jornalístico 24 horas e mantém praças espalhadas em oito capitais do país. A emissora estabeleceu a meta de produzir uma série de reportagens por mês, que, em geral, possui de cinco a seis capítulos, os quais vão ao ar ao longo da semana, normalmente três vezes ao dia. Segundo a chefe de redação, Sheila Magalhães (2010), os temas das séries são definidos com base em alguns critérios, tais como: relevância nacional, relevância social e abrangência do público que deve atingir. A definição de temas vem a partir de ideias sugeridas pela equipe, e a avaliação dessas pautas é feita pela chefia, que analisa a dimensão que pretende dar ao assunto, quais discussões podem ser levantadas com o tema sugerido, as causas do problema, as consequências e como solucioná-lo. A partir desse levantamento, é hora de desenhar a série e imaginar personagens e entrevistados para as reportagens.

Na BandNews FM, todos os jornalistas podem participar da elaboração de uma série, com supervisão das chefias. Mas alguns profissionais têm-se dedicado com mais frequência a esse tipo de atividade, como é o caso da âncora Fernanda D'Ávila. Entre os temas mais importantes, estão o fim dos fumódromos e o aumento dos impostos sobre os maços. As reportagens conquistaram prêmios nacionais e internacionais. Em 2008, a série venceu o V Prêmio Latino-Americano de Jornalismo sobre o Problema do Tabagismo, promovido pela Fundação Inter-Americana do

Coração, a Organização Pan-Americana de Saúde e a Aliança de Controle do Tabagismo (ACT).

No mesmo ano, a série de reportagens do Dia Nacional de Combate ao Fumo conquistou o primeiro lugar no III Prêmio Latino-Americano de Jornalismo em Saúde Cardiovascular, nas versões nacional e regional. Em 2009, o destaque foi a adoção das leis de restrição ao cigarro em locais fechados, que venceu a etapa brasileira do IV Prêmio Latino-Americano de Jornalismo em Saúde Cardiovascular. A série de reportagens sobre tabagismo impulsionou também a escolha de ouvintes fumantes para participação no Desafio BandNews em Forma, em que uma equipe multidisciplinar de profissionais se propunha a ajudar os tabagistas a largar o vício e ganhar qualidade de vida com a prática de exercícios. A rotina desses ouvintes foi acompanhada por médicos e *personal trainers* e relatada em reportagens diárias na programação.

Segundo Sheila Magalhães, a internet se tornou uma grande fonte de pesquisa, seja para buscar teses e profissionais que antes estavam “escondidos” nas universidades, seja para procurar personagens. Também é possível, por meio das novas tecnologias, aumentar a interatividade com o ouvinte: “Ele pode ser parte da história ou complementá-la, e não mais ser receptor passivo dessas informações”.

Rádio CBN

Por ser uma emissora *all-news*, tem como característica a velocidade, ou seja, a notícia é apresentada no momento em que ocorre, e a prioridade da emissora está no comentário dos especialistas, na opinião dos comentaristas e na credibilidade dos âncoras. Além, claro, das notas e reportagens ao vivo. Até pouco tempo atrás, havia pouco espaço para as reportagens especiais. Mas esse cenário tem mudado ultimamente: segundo a nova linha editorial, passou-se a produzir a série de reportagem especial.

Atualmente, a emissora produz duas séries por mês, sempre divididas em cinco episódios, levadas ao ar de segunda a sexta-feira em rede nacional, exceção feita às matérias com foco local. Segundo Zallo Comucci (2010), gerente-executivo da CBN, geralmente o jornalista gosta muito de fazer a série de reportagem; como a prioridade é investir nesse formato, o repórter pode ficar até três semanas fora da pauta produzindo as matérias, que entram no *Jornal da CBN* 1ª e 2ª edição e no *CBN Total*. Posteriormente, um resumo da série entra também no final de semana. A dinâmica é explorar bastante o conteúdo. Para Comucci, é preferível sacrificar o dia a dia da pauta para conseguir produzir as séries de reportagens especiais porque este pode ser o diferencial da emissora. Todos os repórteres podem sugerir pautas para as reportagens, assim como os produtores, editores e chefes de reportagens. A ideia é incentivar esse tipo de produção.

Três séries foram destaques na emissora nos últimos anos, inclusive ganhando prêmios. A primeira, “Agressão a professores”, foi realizada pela repórter Cátia Toffoletto e ganhou o prêmio Embratel. “Água: o desperdício que condena São Paulo”, de autoria da mesma repórter, recebeu o prêmio Wash Media Award, em 2008. E a terceira, “Crime e responsabilidade na era da pedra-sabão”, foi produzida pela repórter Luciana Marinho e venceu o VII Prêmio Ethos de Jornalismo. Essa série, que continha quatro reportagens, rendeu muita repercussão porque denunciou o uso do trabalho ilegal de crianças numa mineradora clandestina em Ouro Preto, Minas Gerais.

A CBN dificilmente produz documentários. Segundo Comucci, esse formato é muito mais difícil de ser produzido porque é mais denso e profundo que os demais: “É preciso um texto jornalístico fantástico para segurar o tempo todo o ouvinte, as amarrações, para ir saindo de um assunto e entrando em outro”. O único momento em que se produz documentário na emissora é quando se trata da retrospectiva de final de ano. Os temas são separados,

e os de maior afinidade, colocados em sequência, porque é preciso ter relação entre si. O texto é produzido para encadear os assuntos e gerar um só produto, sem blocos, amarrado pelos temas e, principalmente, pelo texto. É necessário ter muita precisão e paciência para decupar, cortar, escrever e reescrever.

Rádio Cultura Brasil AM

Segundo Eduardo Weber (2010), coordenador da Cultura Brasil, tanto as séries de reportagens quanto os documentários estão presentes na programação da emissora há pelo menos trinta anos. Os repórteres têm liberdade de fazer propostas de pautas e, depois de aprovadas, se dedicam a elas, dando conta, paralelamente, do corre-corre de fechamento de programas e matérias para o jornal. Em média, são feitos de dois a três documentários e/ou séries por ano. Weber enfatiza que a equipe da emissora é mínima, e o foco não é o jornalismo. Nos últimos 25 anos, a rádio foi essencialmente musical e de jornalismo cultural; por isso, nunca uma série virou campanha na emissora ou impulsionou uma diretriz editorial. As repórteres Marilu Cabañas e Cirley Ribeiro são as que mais produzem documentários e séries, cujos principais temas são direitos humanos, meio ambiente, consumo e educação.

“A luta dos vencidos”, reportagem sobre desaparecidos políticos no regime militar, rendeu a Marilu Cabañas o prêmio Vladimir Herzog, em 1995. Já em 1999, Cabañas ficou vários meses em Santana de Parnaíba produzindo a reportagem “Criança no lixo nunca mais” e só saiu da cidade quando o prefeito desativou o lixão e deu assistência às crianças. A matéria levou um prêmio internacional e ainda o Ayrton Senna de Jornalismo. O próprio Eduardo Weber realizou alguns documentários. Destaca dois: “À margem das grandes cidades”, uma coprodução entre a Cultura e a Deutsch Welle, da Alemanha, e “Noites de junho”, sobre os festejos do mês, sua origem e como a festa sobrevive em São Pau-

lo (com narração da Inezita Barroso). Dos mais antigos, Weber lembra outros dois: um sobre o médico Vital Brasil, no início dos anos 1980, feito pelo produtor do programa *Provações*, Gregório Bassic, e outro sobre o golpe de 1964, veiculado em 1994, quando a equipe da rádio ouviu vários personagens do período, entre eles Jarbas Passarinho e Abreu Sodré. Mas foi a partir dos anos 1990 que a emissora começou a produzir as séries de longa duração sobre personalidades da música, que têm certa relevância na programação. Dessa época, o destaque fica para “Vinícius, poesia, música e paixão”, com mais de trinta capítulos de uma hora cada, escrita pelo jornalista João Máximo, coautor do livro *Noel Rosa – uma biografia*, que acabou ganhando o prêmio da Associação Paulista dos Críticos de Arte (APCA). A série é um extraordinário trabalho documental sobre a vida do poeta Vinícius de Moraes, com depoimentos de suas ex-mulheres, filhos e artistas, além de contar com gravações raras. Esse tipo de modelo, do início dos anos 1990, é até hoje aproveitado pela emissora. O mesmo espírito de produção, mas com tempo bem mais reduzido, é visto em “Cinco anos sem Tom Jobim – 1999”, “Sob o olhar estrangeiro”, “As canções nascem assim” e “Noel Rosa, as histórias e os sons de uma época”.

Segundo Weber, o principal ingrediente para se produzirem séries e documentários neste novo momento que o rádio vive é o tempo:

Primeiro, o tempo da equipe, que está relacionado com o tamanho da mesma. Segundo, o tempo de produção. Um documentário leva muito tempo para ser elaborado, produzido e finalizado. E terceiro, o tempo do ouvinte. Este tem cada vez menos tempo de atenção e escuta atenta.

Os recursos tecnológicos abrem espaço para uma nova linguagem

Com o crescente avanço dos recursos tecnológicos, a produção e a distribuição de conteúdos jornalísticos estão se modificando nos diversos veículos de comunicação. A partir da internet, o rádio evoluiu e adaptou-se às mídias digitais e, acima de tudo, é hoje o veículo que mais aposta na convergência de mídias. Todas as emissoras pesquisadas procuram de alguma forma essa convergência. Chama a atenção a Rádio CBN, que, para as séries de reportagens, vem produzindo conteúdo também com imagem em vídeo. A emissora já produziu duas séries nesse formato. Com uma câmera de vídeo, o próprio repórter capta as imagens, edita e finaliza sua matéria como uma reportagem para televisão, ou videorreportagem.

O foco ainda é produzir conteúdo informativo em áudio; no caso, o repórter aproveita a “carona” e pensa numa matéria em vídeo, ao mesmo tempo que a faz para o rádio. A série de reportagens “Profissões invisíveis”, produzida pela repórter Luciana Marinho, está à disposição no site da emissora tanto em áudio quanto em vídeo, separadamente, para que o ouvinte/internauta escolha qual formato mais lhe agrada.

Percebe-se uma busca incessante pela interatividade com o ouvinte/internauta no site das emissoras e seus hiperlinks, nos podcasts, SMS, Twitter, Facebook. Algumas emissoras jornalísticas perceberam que a produção das séries pode diferenciá-las de suas concorrentes e passaram a investir nesse formato, inclusive como maneira de interagir com seus ouvintes. Uma boa série incentiva o receptor a sugerir temas, pautas; colabora para que este repercuta e, por exemplo, retuíte o assunto abordado nas séries. As novas tecnologias, a bidirecionalidade, a convergência estão cada vez mais associadas à teoria de Brecht, que concebe uma comunicação circular e não linear. É o ouvinte cada vez mais coautor,

ou seja, um agente ativo na produção de notícias e do material informativo do radiojornalismo contemporâneo.

Referências

- BRAGA JUNIOR, Cláudio Junqueira. Entrevista concedida a Júlia Lúcia de O. A. da Silva. São Paulo, 28 mai. 2010.
- BRECHT, Bertolt. “Teoría de la radio (1927-1932)”. In BASSETS, Luís (org.). *De las ondas rojas a las radios libres. Textos para la historia de la radio*. Barcelona: Gustavo Gili, 1981.
- COIMBRA, Osvaldo. *O texto da reportagem impressa. Um curso sobre sua estrutura*. São Paulo: Ática, 2002.
- COMUCCI, Zallo. Entrevista concedida a Patrícia Rangel. São Paulo, 4 abr. 2010.
- FERRARETTO, Luiz Artur. *O veículo, a história e a técnica*. 3 ed. Porto Alegre: Doravante, 2007.
- LAGE, Nilson. *Estrutura da notícia*. São Paulo: Ática, 1985.
- MAGALHÃES, Sheila. Entrevista concedida a Patrícia Rangel. São Paulo, 16 abr. 2010.
- MARCONDES FILHO, Ciro (org.). *Dicionário da comunicação*. São Paulo: Paulus, 2009.
- MCLEISH, Robert. *Produção de rádio – um guia abrangente de produção radiofônica*. São Paulo: Summus, 2001.
- MEDINA, Cremilda de Araújo. *Notícia: um produto à venda*. São Paulo: Alfa-Ômega, 1978.
- MEDITSCH, Eduardo. *O rádio na era da informação: teoria e técnica do novo radiojornalismo*. Florianópolis: Insular/ Ed. da UFSC, 2001, 304 p.
- PLATÃO, Francisco Savioli e FIORIN, José Luiz. *Lições de texto: leitura e redação*. São Paulo: Ática, 1996.
- PRADO, Emílio. *Estrutura da informação radiofônica*. São Paulo: Summus, 1989.
- PRADO, Francisco. Entrevista concedida a Júlia Lúcia de O. A. da Silva. São Paulo, 14 mai. 2010.
- RÁDIO BANDEIRANTES. Disponível em <http://radiobandeirantes.com.br/radioam.asp>. Acessado em 12 mar. 2010.
- RÁDIO ELDORADO. Disponível em <http://radioeldoradoam.com.br/>. Acessado em 3 mar. 2010.

- RÁDIO JOVEM PAN. Disponível em <http://jovempan.uol.com.br/sobre>. Acessado em 10 mar. 2010.
- SALEMME, Maria Filomena. Entrevista concedida a Júlia Lúcia de O. A. da Silva. São Paulo, 27 abr. 2010.
- SILVA, Júlia Lúcia de O. A. da. *Rádio, a oralidade mediatizada: o spot publicitário e a linguagem radiofônica*. 2 ed. São Paulo: Annablume, 2000.
- VANUCCI, José Armando. Entrevista concedida a Júlia Lúcia de O. A. da Silva. São Paulo, 21 mai. 2010.
- WEBER, Eduardo. Entrevista concedida a Patrícia Rangel. São Paulo, 18 mai. 2010.

O modelo do *Repórter Esso* na síntese noticiosa das rádios Guaíba e Gaúcha

Leandro Olegário (PUC-RS)

Este artigo busca verificar se, nos dias atuais, a síntese noticiosa veiculada nas duas principais rádios de Porto Alegre com ênfase em jornalismo mantém as características introduzidas pelo *Repórter Esso*, noticioso que permaneceu no ar entre 1941 e 1968. Para isso, serão analisados os principais noticiários das rádios Guaíba e Gaúcha. A partir de autores que investigam o radiojornalismo, a pesquisa adota o método comparativo para dar suporte à efetivação deste texto, que conta ainda com revisão bibliográfica. Também tem o objetivo de fazer uma reflexão sobre o caminho que segue esse modelo de noticiário no rádio brasileiro, partindo do ponto de vista de emissoras da capital gaúcha.

Os critérios deste estudo foram baseados no conceito do *Repórter Esso* a partir dos manuais de produção. São eles: locução, duração, veiculação, edição, trilha musical, ilustração,¹ estrutura e texto. Assim, faz-se a análise comparativa entre modelos de noticiário – *Correspondente Ipiranga* (Rede Gaúcha Sat) e *Correspondente Guaíba* (Aspecir Previdência) – a partir dessas categorias.

¹ Ilustração: trecho de entrevista ou som ambiente captado durante a realização de uma reportagem.

Análise dos correspondentes

Na análise dos dois correspondentes, foram utilizados os princípios do método comparativo (Lakatos e Marconi, 2002), cuja finalidade está em verificar semelhanças e explicar divergências. Ocupando-se da explicação de fenômenos, o método permite analisar o dado concreto, deduzindo do mesmo os elementos constantes, abstratos e gerais. No estudo descritivo, permite averiguar a analogia entre ou analisar elementos de uma mesma estrutura. No âmbito da explicação, permite, até certo ponto, apontar vínculos casuais entre os fatores presentes e ausentes.

Após a abertura inicial, o apresentador do *Correspondente Guaíba* destaca três manchetes, julgadas as notícias mais importantes do momento; elas ganham detalhamento ao longo da edição. Geralmente, a primeira manchete será a informação a fechar o noticiário, por ser, entre as notícias selecionadas, a mais relevante na avaliação do editor e da rádio. Esse conceito se repete no correspondente da Rádio Gaúcha e se origina no *Repórter Esso*, que também finalizava suas edições com a notícia mais importante. O *Ipiranga*, ao contrário do programa concorrente, não apresenta a procedência do fato no início de cada notícia.

O principal noticiário da Rádio Gaúcha é transmitido em quatro horários, de segunda a sexta: 8h, 12h50, 18h50 e 20h. Já o *Correspondente Guaíba* vai ao ar, de segunda a sexta, às 9h, 13h, 18h50 e 20h. Normalmente aos sábados, vão ao ar três edições dos dois noticiários em razão da programação esportiva e da transmissão de jogos: 8h, 12h50 e 20h; 9h, 13h e 20h, respectivamente. Nos domingos, os horários são semelhantes – o *Ipiranga* é veiculado às 12h50 e 20h, e o principal noticiário da Guaíba, às 13h e 20h.

Durante a semana, a primeira edição apresenta os fatos que são manchetes nos principais jornais da cidade, como *Zero*

Hora e Correio do Povo, recapitulando as informações do dia anterior e projetando acontecimentos previstos para o dia. A segunda e a terceira edição são consideradas as “mais novas” para o ouvinte, pois trazem as matérias produzidas pela equipe de reportagem ao final de cada turno. As notícias mais relevantes de um turno do dia são encontradas nessas edições. A última edição dos correspondentes tem como proposta ser um resumo do dia, lembrando ao ouvinte que não pôde acompanhar a rádio durante a manhã e a tarde o que foi notícia e o que provavelmente ganhará as páginas dos diários no dia seguinte.

Locução

O *Correspondente Guaíba* é lido pelo locutor Milton Jung,² o mais antigo locutor do mesmo noticiário no país. Há mais de quatro décadas à frente do noticiário, acrescentou seu toque pessoal na apresentação da síntese. A leitura das notícias com rapidez, a pronúncia de palavras estrangeiras e a capacidade de esticar as sílabas são algumas de suas características de locução.

A substituição da voz de Jung no programa ocorre em caso de necessidade. A escolha do locutor obedece a questões institucionais da emissora. O timbre de Jung passa a ideia de neutralidade por meio da sobriedade da locução. A intenção é conotar confiança, autoridade, correção, elegância e superioridade cultural da classe sócia que controla a emissão.

² Milton Ferretti Jung nasceu no dia 29 de outubro de 1935, em Caxias do Sul. Quando foi admitido na Rádio Guaíba, por meio de outro teste, passou a ser locutor comercial e muitas vezes teve a oportunidade de narrar jogos de campeonatos. Jung segue a regra de que o locutor deve manter-se frio ao ler seu boletim de notícias, mas não nega que às vezes se emociona quando lê algumas notas, como no caso da morte de Ayrton Senna. Suas duas manias são, durante a narração de um jogo, tomar mais ou menos um litro de água e colocar a mão no ouvido, para regular a altura da voz. Informações do projeto *Vozes do Rádio* (Famecos/PUC-RS). Disponível em <http://www.pucrs.br/famecos/vozesrad/vozes.html>. Acessado em 22 de março de 2008.

Uma das mudanças mais significativas entre a formatação anterior do *Ipiranga* e a atual, em relação ao noticiário da Guaíba, é o fato de a apresentação ser feita por um jornalista que também assume a função de editor-chefe do noticioso. Dessa forma, com a alteração imposta à síntese mais tradicional da Rádio Gaúcha, deixou de existir a figura do apresentador tradicional, para dar lugar ao âncora. O âncora do *Correspondente Ipiranga* segue os moldes do padrão norte-americano, regido pelo gênero informativo. Não há espaço para os gêneros opinativos e interpretativos na apresentação dos tradicionais noticiários das rádios Gaúcha e Guaíba. Outra novidade é a utilização de vozes femininas no noticiário. O recurso é usado na previsão do tempo, cuja locução é feita geralmente por uma produtora da rádio ou redatora do próprio *Ipiranga*. A locutora Renata Amaro é a voz dos comerciais gravados do patrocinador, veiculados durante as edições do *Ipiranga*.

Assim, a importância de quem está à frente do microfone em determinado instante do programa ou da programação faz parte do processo de identificação da voz pelo ouvinte. É a partir disso que se estabelece o contexto comunicativo, que sinaliza os diferentes momentos da programação.

Conforme Roberto Ramos (2005), âncora é o comunicador responsável pela sustentação do sentido, procedendo à valoração da mensagem jornalística, dando-lhe organização e hierarquia. A figura do âncora foi criada pela televisão norte-americana e visa reunir na mesma pessoa as funções de editor-chefe, responsável pela seleção e organização do discurso noticioso, e de apresentador do noticiário. A principal referência desse padrão nos Estados Unidos é o jornalista Walter Cronkite. No Brasil, o primeiro exemplar de âncora adaptado dos Estados Unidos foi Boris Casoy,³ em 1988, no telejornal *TJ Brasil*, do SBT.

³ Atualmente, o jornalista atua na Rede Bandeirantes, em São Paulo.

O que se observa à luz da teoria e da análise comparativa proposta por este artigo é que, entre os principais ganhos, estão o contraste entre a(s) voz(es) masculina(s) e a(s) feminina(s) e, ainda, a desvinculação do texto comercial da voz do apresentador. Desse ponto de vista, considera-se positiva a proposta utilizada pela Rádio Gaúcha. A utilização de vozes femininas num segmento do rádio predominantemente masculino, como é o caso do radiojornalismo gaúcho e, em especial, dos noticiários, revela a preocupação da emissora em abrir espaço para as mulheres e determinar com precisão as fronteiras da propaganda e da informação. A figura do âncora aplicada à síntese noticiosa dá identidade e segurança ao apresentador do noticiário. Isso porque esse jornalista participa de elaboração do programa, acompanha e define o que é mais ou menos importante na edição que será veiculada. Nesse sentido, a emissora pretende passar a imagem de confiança e credibilidade, objetivando transparecer que quem lê sabe o que está dizendo e o faz dentro de determinado porquê. Por outro lado, a Rádio Guaíba busca na permanência do mesmo locutor a cristalização da credibilidade da informação veiculada e deixa para a entonação do apresentador a tarefa de separar o que é notícia e o que é texto comercial.

Duração

Desse modo, as duas sínteses noticiosas têm na atualidade o dobro de tempo de duração do *Repórter Esso*, ou seja, dez minutos. O tempo de veiculação da primeira síntese noticiosa do país foi herdado de um acordo feito em 1933 nos Estados Unidos entre as agências de notícia AP, UP e INS e as emissoras de rádio. Ficou acertado que os veículos só receberiam as informações das agências se os noticiários tivessem duas edições diárias de, no máximo, cinco minutos cada.

O fato de as sínteses serem condicionadas, desde os primeiros noticiários, ao critério tempo pelas agências de publicidade – a terem tempos de cinco minutos, por exemplo – fez com que o texto no radiojornalismo sofresse alterações. Por isso, ele se aproximou do telegrama, ou seja, em poucas linhas é preciso dizer o que é “necessário” ao ouvinte. Em vez de contar uma história, a notícia passou a ser o breve resumo do acontecimento. Via de regra, explicações e detalhamentos escapam desse tipo de programa. Informação *versus* tempo é um desafio constante para os editores-chefe das duas sínteses analisadas. Em ambos os correspondentes analisados, o tratamento do texto – condicionado a ter informação, mas a não ocupar muito espaço – torna-se um campo fértil para a prática dos conceitos de *lead* e pirâmide invertida.

Veiculação

Constata-se, a partir da análise dos correspondentes *Ipiranga* e *Guaíba*, que os horários escolhidos para a veiculação dos noticiários são estratégicos, vinculados à rotina dos ouvintes: pela manhã, ao fim da manhã/início da tarde, fim da tarde e início da noite. Nesses horários, que obedecem, de certo modo, ao horário comercial e ao dia a dia do trabalhador nas grandes cidades, é possível “encontrar” o ouvinte à espera de informação, esteja ele acordando ou saindo de casa para exercer sua atividade, no recesso ou deslocamento do intervalo de almoço, no término da jornada de trabalho ou no caminho de volta para casa (por exemplo, num congestionamento, na companhia quase inseparável do motorista e do rádio). Assim, verifica-se nas duas sínteses noticiosas que a primeira edição é baseada em jornais e projeção (agenda) para o restante do dia. A segunda e a terceira reúnem principalmente o material produzido pela reportagem ao final de cada turno (manhã e tarde); por isso, são conside-

radas os noticiários mais “novos” para o ouvinte em termos de atualidade e instantaneidade das notícias veiculadas. A quarta edição acaba por ser um resumo do dia, no qual são destacados os principais fatos e o que, possivelmente, será manchete nos jornais do dia seguinte.

Edição

O *Correspondente Guaíba* é dividido em dois blocos de notícias, enquanto o *Ipiranga*, em três. Cada bloco é separado por um comercial. As duas sínteses seguem o mesmo padrão de edição nas notícias: a informação é ordenada por importância ou proximidade de assunto. Ambas apresentam três destaques na abertura de cada edição. A diferença é que as três manchetes da Gaúcha são aprofundadas durante o programa; já a Guaíba às vezes não amplia no corpo do noticiário as três frases anunciadas no início. Em média, são veiculadas 13 notícias por edição em cada um dos correspondentes. Isso equivale aproximadamente a cem linhas de informação jornalística. Outras vinte linhas são de textos comerciais. O que totaliza os dez minutos de cada edição, tendo por base a meia-lauda de rádio, que tem 12 linhas de 65 toques. Porém, apenas o *Correspondente Guaíba* utiliza a meia-lauda para a veiculação do programa. O *Ipiranga* usa uma lauda inteira, na qual estão distribuídas as notícias.

Notícias das editorias de política, economia, polícia e cidade (Porto Alegre e região metropolitana) ganham mais espaço nas edições das sínteses; além da prestação de serviço, informando a hora, a temperatura e a previsão do tempo para as próximas horas. Na avaliação dos editores, essas são informações que interferem diretamente na vida de quem está do outro lado do rádio. Notas culturais ou de variedades, por exemplo, só aparecem quando o evento muda a rotina das pessoas ou provoca confusão em determinado lugar. Dificilmente são veiculadas informações espor-

tivas. A exceção acontece em finais de campeonato ou em jogos que acarretem movimentação excessiva de público, ou quando há algum incidente que resulte em ação da polícia.

Os materiais utilizados para a elaboração desses programas vêm da reportagem, de sites governamentais, da internet e das agências de notícia, além de jornais e revistas impressos, de programas de televisão e da própria emissora, no caso de um entrevistado dar uma declaração que mereça repercussão.

Trilha musical

O *Correspondente Guaíba* não usa trilha ao fundo do noticiário. A música que identifica a síntese noticiosa é apresentada na abertura e no encerramento das edições. Somente a voz do locutor é escutada pelo ouvinte ao longo do programa. De acordo com o site da Rádio Guaíba, em toda a sua história, o noticioso utilizou-se de três características musicais.

A característica anuncia o início e o fim das edições do *Guaíba*. Diferentemente, o *Ipiranga* utiliza a característica musical durante o transcorrer do noticiário, inclusive na reprodução de trechos de entrevistas e comerciais. E, para a “construção” desse mundo aos ouvintes, as duas emissoras analisadas exploram a função da trilha musical ou característica. Usam a sonoridade da música como marca registrada dos programas que há mais de quatro décadas estão no ar. Isso reforça o sentido de permanência, de credibilidade, e ainda condiciona a memória auditiva de quem está do outro lado a se preparar ao primeiro toque do recurso sonoro. Evidentemente, outra função específica é a demarcação clara e nítida da fronteira do noticiário dentro da grade da programação, simbolizando o respaldo dado à informação veiculada, como se fosse um carimbo credenciando o que está sendo dito como verdade absoluta.

Ilustração

O *Correspondente Guaíba* não utiliza qualquer tipo de ilustração no noticiário e se mantém fiel à proposta introduzida pelo *Repórter Esso*, na qual o locutor apenas lê as laudas, sem qualquer participação externa ou reprodução de trechos de gravação de repórteres ou entrevistados. Já o uso de boletins de repórteres e de trechos de entrevistas no *Ipiranga* visa explorar com maior ênfase a linguagem radiofônica. A notícia veiculada mesclando texto na voz do âncora e o complemento da informação na voz do repórter ou entrevistado promove o ritmo e a sustentação do noticiário.

Os repórteres e correspondentes da Rádio Gaúcha gravam boletins de no máximo trinta segundos, com informações relevantes de acontecimentos recentes ou em andamento. As ilustrações, trechos de entrevistas, são usadas para adicionar e complementar as informações apresentadas em cada edição. Além disso, podem expressar a opinião ou análise do entrevistado sobre determinado tema ou questão.

Essa alteração proposta pela Rádio Gaúcha em relação à síntese da Guaíba é um recurso utilizado no telejornalismo. Uma das inspirações do processo de adaptações de apresentação do noticiário vem do exemplo do noticiário de hora em hora do canal a cabo Globonews. No *Em Cima da Hora*, da emissora de televisão carioca focada em jornalismo 24 horas por dia, busca-se um formato ágil e dinâmico durante os quase três minutos de cada edição. O resultado dessa ideia, agora adotada pelo *Ipiranga*, promove uma relação de simbiose entre rádio e televisão, numa convergência de propostas dos meios eletrônicos.

Estrutura

Estrutura do *Correspondente Ipiranga* em 2008

Manchetes e abertura do programa
O operador da mesa roda o som com a característica do <i>Ipiranga</i> . Em seguida, o noticioso inicia com o apresentador dizendo: “Você vai saber agora”. Entra a trilha da escalada, na qual são destacadas três manchetes que serão ampliadas no programa. Após o término da trilha da escalada, o apresentador completa: “Eu sou o jornalista _____, este é o <i>Correspondente Ipiranga</i> Rede Gaúcha Sat./ __ horas __ minutos./ Tempo _____./ __ graus __ décimos a temperatura./ Boa _____.//” O operador roda a trilha de sustentação que acompanhará a leitura das notícias até o final da síntese, não sendo interrompida na execução de sonoras e comerciais.
Notícia isolada
A primeira notícia do <i>Ipiranga</i> é isolada. O editor-chefe escolhe um fato importante que não tenha repercussão em outro acontecimento para abrir o noticioso. Geralmente, é uma notícia internacional com reflexo no país.
Primeiro comercial
A propaganda comercial é gravada e tem vinte segundos de duração; é lida pela locutora Renata Amaro sem uso de trilhas musicais ou efeitos sonoros.
Primeiro bloco de notícias
São lidas, em média, cinco notícias. Geralmente, abre com uma informação de impacto ou relevante nas áreas de política ou economia. É utilizada uma ilustração nesse bloco, com tempo médio de 15 segundos. Ao término do bloco, o apresentador diz “Ainda nesta edição” e lê duas manchetes que serão ampliadas durante o programa. Elas podem ou não ser as mesmas apresentadas na abertura.
Segundo comercial
A segunda propaganda também é gravada pela locutora Renata Amaro e tem o mesmo tempo da anterior.
Segundo bloco de notícias
O segundo bloco tem geralmente três notícias. Utiliza-se uma ilustração com tempo médio de 15 segundos. Ao final desse bloco, o apresentador diz “Em instantes” e aponta a manchete que será a notícia a encerrar a edição.
Terceiro comercial

<p>A terceira propaganda também é gravada pela locutora Renata Amaro e tem o mesmo tempo da anterior. Mas o texto veiculado difere do primeiro e do segundo comercial.</p>
<p>Meteorologia</p>
<p>Em texto padrão, o apresentador anuncia: “No <i>Correspondente Ipiranga</i> Rede Gaúcha Sat, a previsão do tempo com _____”. Na previsão do tempo, a locução é sempre feita por uma das redatoras do noticiário. Em apenas uma nota, a locutora apresenta as condições climáticas da região metropolitana de Porto Alegre no momento, indica a previsão do tempo para as próximas horas no estado e em Santa Catarina. O conteúdo é gravado e tem em média vinte segundos. Ao término do boletim, o apresentador diz: “Agora em Porto Alegre ____ graus./ __ horas __ minutos.//”.</p>
<p>Terceiro bloco de notícias</p>
<p>Geralmente, é composto por quatro notícias e utiliza uma ilustração (trecho de entrevista) com tempo médio de 15 segundos. Nessa parte, é detalhada a última manchete, das três anunciadas na abertura da síntese. A notícia que fecha o noticiário é a mais importante da edição.</p>
<p>Quarto comercial</p>
<p>A quarta propaganda também é gravada pela locutora Renata Amaro. Tempo de seis segundos.</p>
<p>Encerramento</p>
<p>O noticiário termina sempre com o mesmo texto lido pelo apresentador, mudando apenas a indicação do horário da próxima edição. É gravado e tem duração de 19 segundos.</p>

Estrutura do Correspondente Guaíba em 2008

<p>Abertura do programa</p>
<p>A voz oficial da Rádio Guaíba chama a atenção dos ouvintes para a entrada no ar do noticiário: “E atenção, ouvintes. Vai falar o <i>Correspondente Guaíba</i>”. Em seguida, o operador da mesa de som insere a característica musical do programa, baixando ao fundo segundos depois. Nesse momento, o locutor do programa abre a edição: “Aqui fala o <i>Correspondente Guaíba Aspecir Previdência</i>, a certeza de um futuro tranquilo, editado pelo Departamento de Jornalismo da Rádio Guaíba em colaboração com o <i>Correio do Povo</i>. Estas foram as principais notícias das últimas horas”.</p>

Três manchetes
Os três assuntos mais importantes do momento são resumidos em três frases, editadas na forma de manchete. Cada manchete tem no máximo uma linha e meia de texto de rádio.
Primeiro comercial
Tem duração de vinte a trinta segundos. É lido pelo próprio locutor do noticiário, sem trilha musical.
Primeiro bloco de notícias: em média, nove
A primeira notícia é uma informação de impacto. Na sequência, vêm as outras notícias. Geralmente, são veiculadas nove. Nesse bloco, estão até 80% do noticiário.
Segundo comercial
Mesmos critérios da primeira propaganda. Porém, o texto pode ser diferente.
Meteorologia
Temos a hora e a situação do tempo do momento. Também são apresentadas em números a pressão atmosférica e a umidade relativa do ar. Em seguida, vêm a previsão do tempo para as próximas horas e a temperatura do momento na sede da emissora.
Segundo bloco de notícias: em média, cinco
O apresentador diz na abetura: “E atenção para as últimas notícias”. A segunda parte possui no máximo 30% de todo o noticiário. Abre espaço para as notícias internacionais. Novamente, a primeira notícia é forte, seguida por outras notas. A última notícia é a mais importante da edição.
Encerramento
O noticioso termina sempre com a leitura do mesmo texto pelo locutor: “Ouça novamente o <i>Correspondente Guaíba Aspecir Previdência</i> , a certeza de um futuro tranquilo, logo mais, às __ horas __ minutos.//”. Na sequência, a característica musical encerra o programa.

Texto

O texto no *Correspondente Ipiranga* busca ser mais coloquial, com a intenção de aproximar o ouvinte da notícia. Embora haja a indicação do local em que ocorreu o fato no início da nota,

a informação não deve ser omitida no interior do texto. Diferentemente, o *Guaíba* informa apenas no texto a origem ou local da informação. Os dois noticiários primam para que a primeira linha seja o *lead* da nota.

Nos dois correspondentes, as siglas em evidência não têm seus significados explicados. Essa prática ocorre porque os textos são sintetizados ao máximo. Além disso, o noticiário é voltado para um público ouvinte das classes A, B e C, que possuem nível de conhecimento suficiente para compreender o significado de determinadas siglas. Para não envelhecer a notícia, o *Ipiranga* e o *Guaíba* não se referem a um fato ocorrido no passado com a palavra “ontem”. Nesses casos, são usados, por exemplo, “na noite passada”, “nessa quinta-feira” ou “na tarde de quarta-feira”. Esse tipo de referência ocorre geralmente na primeira edição dos noticiários, já que boa parte do material vem de agências, jornais e sites de notícias.

Considerações finais

Acreditamos ter respondido às perguntas que guiaram a realização deste estudo e ter deixado questionamentos para novas investigações no radiojornalismo brasileiro. Sobremaneira, faz-se necessário retomar indagações que motivaram o presente texto. Interrogações que orientaram e instigaram o pesquisador na busca por respostas: qual o conceito de síntese noticiosa no século XXI? Os processos de alterações dos noticiários buscam realmente romper paradigmas? Será que a herança e a influência deixadas pelo *Repórter Esso* permanecem nessa realidade e seguem atuais?

Só é permanente o que se renova. E com o rádio, assim como outras mídias, isso não é diferente. As alterações de apresentação da síntese noticiosa mantêm atualizado esse modelo. A partir deste estudo, que tem por consequência o objetivo de indicar pistas sobre o futuro do radiojornalismo, entende-se que esse mo-

delo caminha para que, cada vez mais, as características de apresentação sejam feitas por jornalistas em vez de locutores, textos mais coloquiais sejam usados no lugar dos cultos e a reportagem seja mais frequente do que a exclusiva leitura de notas no estúdio. Essas modificações devem prevalecer nas ondas eletromagnéticas da amplitude e frequência moduladas. Nem o tempo nem o rádio por si só apagaram a herança deixada pelo *Repórter Esso*. Ao completar setenta anos da implantação da síntese noticiosa no Brasil, ainda percebe-se a fortaleza do modelo.

É preciso pensar o novo. Sempre. Procurar ousar, buscar questionar e, acima de tudo, compreender os processos de produção de notícia que devem fazer parte do universo de quem trabalha ou pesquisa o rádio informativo. Claro que não se pode – ou não deveria se propor – inventar a roda ou o fogo. Existem determinados critérios consolidados e não cabe reinvenção. Não se pode querer que a síntese noticiosa dê apenas duas informações com trinta linhas cada. Ou que a notícia seja contada somente pelo depoimento ou trecho de entrevista. Ou ainda que uma informação seja veiculada sem conter o *lead*.

No século XXI, a partir desta pesquisa, parece mais adequado sugerir que a definição de síntese noticiosa passa pelo relógio como critério, e não somente pelo formato. Assim, o conceito, na atualidade, desse modelo de noticiário pode ser (re)definido como: programa com duração de até dez minutos, periodicidade e frequência estabelecidas na grade de programação da emissora e apresentador(es) fixo(s), com a finalidade de informar os principais acontecimentos de uma ou mais editorias ocorridos no intervalo de tempo entre a última edição do mesmo noticiário e a próxima a ser veiculada.

O radiojornalismo quer encontrar uma espécie de fonte da juventude para ganhar espaço nesse cenário competitivo, denso e atrativo da multiplicidade de meios e formas para a transmissão de informações. É mais do que uma simples briga do veículo

com os outros meios, mas verdadeiramente um desafio interno do rádio com o próprio veículo. É uma questão de sobrevivência digna para essa mídia e, por consequência, esta senhora com setenta anos – a síntese noticiosa. O produto radiofônico se molda à modernidade e aos processos digitais e tenta chegar o mais perto possível do conceito de que rádio é som que agrada.

Se eu tivesse de escolher uma expressão para sintetizar o rádio informativo, seria *mutatis mutandis*, que significa “o que precisa mudar” ou “mudando o que tem de ser mudado”. O processo de desenvolvimento do produto radiofônico segue por esse caminho e não para no tempo, nem no espaço.

Referências

- BALSEBRE, Armand. *El lenguaje radiofónico*. Madri: Ediciones Cátedra, 1994.
- BARBOSA FILHO, André. *Gêneros radiofônicos – os formatos e os programas em áudio*. São Paulo: Paulinas, 2003.
- COPELAND, W. Winston. *Manual radionoticioso de la United Press en America Latina*. Buenos Aires: United Press Associations, 1944.
- FERRARETTO, Luiz Artur e KOPPLIN, Elisa. *Técnica de redação radiofônica*. Porto Alegre: Sagra Luzzatto, 1992.
- . *Rádio e capitalismo no Rio Grande do Sul: as emissoras comerciais e suas estratégias de programação na segunda metade do século 20*. Canoas: Ulbra, 2007.
- KLÖCKNER, Luciano. *O Repórter Esso na história brasileira: 1941-1945 e 1950-1954* (dissertação). PUC-RS, 1998.
- . *Comunicação: o Repórter Esso e a globalização – uma investigação hermenêutica* (tese). PUC-RS, 2003.
- LAKATOS, Eva Maria e MARCONI, Marina de Andrade. *Metodologia científica*. São Paulo: Atlas, 2002.
- MEDITSCH, Eduardo. *O rádio na era da informação: teoria e técnica do novo radiojornalismo*. Florianópolis: Insular/ Ed. da UFSC, 2001, 304 p.
- (org.). *Teorias do rádio: textos e contextos*. Florianópolis: Insular/ Ed. da UFSC, 2005.

- MÉRCIO, Cláudio Costa. *Correspondente Renner/Aplub: 45 anos de permanência no ar – um recorte na história da comunicação do Rio Grande do Sul* (dissertação). PUC-RS, 2002.
- PARADA, Marcelo. *Rádio: 24 horas de jornalismo*. São Paulo: Panda, 2000.
- PORCHAT, Maria Elisa. *Manual de radiojornalismo – Jovem Pan*. São Paulo: Ática, 1993.
- RAMOS, Roberto. *O âncora no ar: uma leitura semiológica*. Trabalho apresentado no GT de Mídias Sonoras. Seminário Internacional de Comunicação. PUC-RS, 2005.
- ZUCULOTO, Valci. *A notícia no radiojornalismo brasileiro* (dissertação). PUC-RS, 1998.

Parte III
Linguagens e públicos

O ouvinte e o radiojornalismo brasileiro

Mágda Rodrigues da Cunha (PUC-RS)

O radiojornalismo começou no Brasil num período em que os indivíduos sentiam-se controlados pelas máquinas, que entravam em larga escala no cotidiano. O filme *Tempos modernos*, de Charles Chaplin, de 1936, apresenta um herói da resistência humana contra a tirania das máquinas e dos processos de racionalização, conforme relata Sevcenko (2001). Expressa o sentimento humano da época e expõe a maneira como a então nova civilização tecnológica deformou os corpos e o comportamento das pessoas, sujeitas a movimentos reflexos incontroláveis e impulsos neuróticos. Mostra o modo como suas relações sociais, afetos e vida emocional foram condicionados por uma lógica que extrapolava as fragilidades e a sensibilidade constituintes do limite da espécie. As metrópoles cresceram horizontalmente e puderam expandir-se na vertical graças à versatilidade dos novos materiais de construção, como o concreto armado, os aços especiais, o alumínio e as chapas resistentes de vidro, que deram origem aos prédios e arranha-céus.

O controle tecnológico pleno do ambiente acabou alterando o comportamento dos seres humanos. Na sociedade mecanizada, são homens e mulheres que devem adaptar-se ao ritmo e à aceleração das máquinas, e não o contrário. A alteração no padrão do comportamento das pessoas, imposta pelas máquinas, provo-

cou uma mudança no quadro de valores da sociedade. Como relata Sevcenko (2001), os indivíduos não são mais avaliados por suas qualidades pessoais ou pelas diferenças que tornam única sua personalidade. Não há tempo nem espaço para isso. Nas grandes metrópoles em rápido crescimento, todos vêm de outro lugar. Portanto, praticamente ninguém conhece ninguém, cada qual tem uma história à parte.

Se o horizonte da época evidenciava demanda por informação rápida e móvel, tal característica tornou-se exacerbada nos últimos setenta anos. O radiojornalismo encontrou seu espaço de consolidação junto à audiência pelas mesmas características do ambiente, agora energizadas, em que vivia a audiência dos anos 1940. Porém, ao longo do tempo, foi necessário tecer outras tramas para noticiar. O mundo e as comunicações se transformaram nesse período, provocados especialmente pelas mudanças comportamentais do público. Se, no início do século XX, o ouvinte convivia com poucos canais de comunicação, hoje a multiplicidade de possibilidades passou a níveis ilimitados. Quem foi, ao longo dos últimos setenta anos, o ouvinte do radiojornalismo no contexto brasileiro? Quais foram suas preferências num horizonte marcado pela Segunda Guerra Mundial? Quem é ele hoje, quando a informação está em toda a parte? Essas questões se impõem e determinam muitas das escolhas a serem feitas em torno das estratégias para produção de notícias no rádio.

Para tanto, é importante considerar que atualmente receptor, como estabelece Gomes (2004), é um conceito que designa qualquer indivíduo humano na situação específica em que participa de um processo comunicativo. Como indivíduo, participa do processo não só com cérebro e ouvido, mas com todos os seus sentidos, características de personalidade, inconsciente, experiências anteriores e cultura. Recepção, que, na teoria da informação, significa decodificação *stricto sensu*, tem assumido acepção cada

vez mais ampla, conforme a corrente de investigação que o adote, desde o uso ou consumo dos meios de massa até os processos gerais de produção de sentido.

Na multiplicidade de vertentes que recobrem os conceitos voltados ao processo de recepção, é importante trazer considerações sobre a figura do que alguns autores chamam de leitor, também receptor, no século XXI. Muitos consideram que se evidencia uma reinvenção de papéis, especialmente no que diz respeito ao público, como trata Santaella (2004).

Nessa reinvenção, é necessário reconhecer o lugar da produção que agora ocupa o que se conhecia como audiência ou receptor. Santaella (2004) descreve o leitor do ciberespaço, chegando ao conceito de leitor imersivo. Há o leitor de jornal e revistas ou o de gráficos, mapas, sistemas de anotações. Há ainda o leitor da cidade ou o leitor-espectador da imagem em movimento, no cinema, na televisão e no vídeo.

O horizonte brasileiro e o radiojornalismo – setenta anos

O radiojornalismo, quando começou no Brasil, num contexto como o descrito nos parágrafos anteriores, enfrentou um período em que a imagem era predominante. Nos anos 1940 e 1950, com o desenvolvimento das cidades, ampliou-se também a necessidade de aguçar o olhar, tornar mais esperta a interpretação das imagens, não só as produzidas pela comunicação, mas também a situação visual que se impunha para os indivíduos em seu dia a dia. Com tantos desafios, o rádio já estava consolidado no país. A audiência demandava mais informação por viver num período de guerra e por necessitar de mais dados que ajudassem a enfrentar um cotidiano mais complexo.

No final dos anos 1940, cinema e rádio começavam a mudar hábitos, gostos e ideias. Ambos eram adotados por po-

líticos, governos e homens de negócios, ansiosos em promover seus produtos:

No século XX, nem a expansão vasta e mundial da escola primária, da instrução e da imprensa jornalística, talvez nada disso tenha feito tanto quanto o rádio e o cinema para difundir o conhecimento do que a vida tinha a oferecer em termos materiais. E, embora a União Soviética, a Índia e o Japão façam filmes muito característicos para consumo local, muitas vezes o cinema difunde ideias e padrões baseados na vida da América do Norte e da Europa (Roberts, 2001, p. 646).

Tratava-se de uma audiência que tinha na memória uma guerra (1914), a crise da bolsa nos Estados Unidos (1929) e a Segunda Guerra Mundial. Foi nesse período também que o rádio, respondendo à necessidade, especialmente, da informação jornalística, começou a ser profissionalizado, com a organização para fins comerciais e o aparecimento de profissionais como os repórteres.

A partir dos anos 1960, os aparelhos a transistores miniaturizados invadiram o mercado ocidental e assinalaram o início do uso de massa do rádio nos países do Terceiro Mundo, uma vez que, na falta de corrente elétrica, se alimentavam com baterias autônomas. Fortalecido, o rádio reagiu com extrema elasticidade ao predomínio televisivo, transformando-se de meio de atenta audiência familiar a meio de distraída audiência individual. Um meio ao alcance de qualquer pessoa, que podia ser levado para qualquer lugar, em viagem, no carro, no trabalho.

As emissoras, paralelamente aos novos hábitos de consumo do público, modificaram radicalmente sua programação. Dedicaram o melhor de seus programas às horas de baixa audiência televisiva, de manhã para as donas de casa e de tarde para os jovens, abrindo mão da noite como momento central.

Gêneros fortes da programação que exigiam grande atenção do público – a radionovela ou os programas de perguntas e respostas – desapareceram. A música passou a ser dominante na programação, dirigida a um público que a seguia como ruído de fundo e acompanhamento das normais atividades diárias.

A modificação das condições de escuta foi a principal marca desse período do desenvolvimento do rádio. O fornecimento de novos aparelhos para os lares, interrompido pela guerra, foi retomado em 1945, mas sem grandes alterações. Isso só ocorreu a partir de 1958. Nessa época, já havia aparelhos em aproximadamente 80% das casas, e o crescimento do rádio parecia atingir seu ápice, mas ainda sem o progresso tecnológico que começara a ser revolucionado pelo transistor, transformando o rádio em instrumento acessível devido ao fácil manuseio e preço baixo.

Notícias e ideias alcançavam grande parte da população que não sabia ler, devido ao analfabetismo em larga escala, contribuindo para o desenvolvimento de processos políticos e militares de enorme alcance. As frágeis válvulas eram substituídas, pois os transistores se contentavam com um mínimo de eletricidade. Tornava-se possível fabricar a custos sensivelmente menores aparelhos robustos, pequenos, alimentados à pilha e, conseqüentemente, portáteis. Em 1959, metade dos aparelhos fabricados era transistorizada e, em 1962, praticamente todos.

No Terceiro Mundo, antes da revolução tecnológica trazida pelo transistor, a difusão do rádio esteve limitada à pequena minoria branca. Nos anos 1950 e 60, era o único verdadeiro meio de comunicação de massa nos países em desenvolvimento capaz de falar às ilimitadas massas analfabetas. A imprensa atendia a uma elite culta; a televisão, a uma minoria em boas condições financeiras; e ambas atingiam praticamente apenas as áreas urbanas, pelas dificuldades de distribuição dos jornais e da difusão dos sinais da televisão. Não existiam, porém, países que não tivessem transmis-

sores em condições de enviar sinais radiofônicos pelo menos para boa parte do território nacional.

Hobsbawm (1995) define que, no fim do século XX, tirando algumas poucas regiões retrógradadas, a revolução vinha da cidade, mesmo no Terceiro Mundo, em consequência da urbanização do globo. Nos anos 1980, a humanidade tentaria então compreender a desordem da velocidade, das invenções e das guerras. Todavia, os indivíduos começavam sua existência em escala global. A mobilidade, difícil no início do século XX, por ser física e depender de navios, passava a ser oferecida em escala virtual. A expansão capitalista tornava-se realidade, e o mundo precisava aprender a existir globalmente. As vidas passaram a ser reguladas por uma perspectiva global. O plano virtual estava, enfim, no cotidiano, e a ideia de convergência, complementaridade e não exclusão tornou-se o pensamento vigente em relação aos meios. O rádio, em sua trajetória de adaptações, manteve suas características primeiras, abrangendo diferentes regiões e populações, funcionando no padrão analógico; mas hoje se encaminha para a tecnologia digital. Com a expansão da internet, nos anos 1990, o meio assumiu também imagens, proporcionando grande debate sobre sua permanência, semelhante ao que ocorreu quando enfrentou a televisão, na década de 1950.

Meditich (2001) define que o rádio informativo surgiu no final do século XX como criação da cultura ocidental, com importância imprescindível e até agora insubstituível para a sociedade. Afirma também que a poderosa magia dele, a exemplo de outros recursos da civilização, apareceu como extraordinário meio de comunicação e produção de conhecimento, muitas vezes subutilizado.

O ouvinte radiofônico

Traçar o perfil de um ouvinte em mutação ao longo de setenta anos é bastante complexo. Nesse período, as comunicações

passaram por um processo intenso de transformação e uma série de fatores determinou as mudanças. Entre elas, acredita-se aqui, a apropriação de parte do público em relação às tecnologias e, de maneira mais abrangente, em relação aos muitos canais existentes. E, conforme conceituado no início deste texto, receptor é o indivíduo humano na situação específica em que participa de um processo comunicativo, não só com cérebro e ouvido, mas com todos os seus sentidos, características de personalidade, inconsciente, experiências anteriores e cultura. Se esses últimos fatores aqui citados foram fortemente reinventados e influenciados por alterações na sociedade, o ouvinte do radiojornalismo no Brasil pode ser incluído nesse cenário, influenciando e sendo influenciado, naturalmente.

Para tentar uma aproximação do perfil desse ouvinte, a descrição e a análise serão organizadas pela interpretação do ouvinte lido por intermédio do horizonte histórico. Os anos 1940, os 60, os 80 e a chegada ao século XXI representam uma organização não aleatória ou uma simples separação por períodos de vinte anos. Esses momentos da história são marcados por profundas transformações, especialmente na forma como os indivíduos se apropriam das – e se relacionam com as – informações e tecnologias.

O ouvinte do radiojornalismo

O radiojornalismo brasileiro passou, ao longo de sua história, pelo que Del Bianco (2008) denomina remodelagem. Nos anos 1940, o modo de produção, anteriormente baseado na leitura dos jornais impressos ao microfone, foi substituído pelo formato influenciado pelos padrões estéticos das agências internacionais de notícias. Logo, a transformação em voz do texto para ser lido no impresso foi relevante nesse cenário. Nas décadas de 1960 e 1970, saindo de um período de desprestígio junto aos patrocinadores, devido ao advento da televisão, consolidou-se a programa-

ção jornalística por meio de emissoras especializadas em notícias, relata Del Bianco (2008). Se, com o transistor, nos anos 1940 a informação radiofônica ficou mais próxima do ouvinte, na década de 1980 os dispositivos técnicos facilitadores da transmissão ao vivo fortaleceram a presença do repórter na programação, narrando diretamente da cena do fato,

o que contribuiu para aprofundar e explorar a característica do imediatismo inerente à natureza tecnológica do rádio. O tempo entre o acontecimento e a veiculação da notícia foi encurtado. A cobertura ao vivo criou uma sensação de participação do ouvinte no cenário dos principais acontecimentos políticos da época (Del Bianco, 2008, p. 5).

Ao mesmo tempo, como afirma a autora, a população estava ávida por notícias sobre as mudanças políticas com o fim dos vinte anos de ditadura militar. Essa aproximação ganhou ainda mais força com o uso do telefone celular, alterando o conceito de velocidade e instantaneidade.

Nos anos 1980, o rádio esteve alinhado com a aproximação crescente da mídia em relação ao público. Del Bianco (2008) define isso como uma audiência rotativa, que resulta numa opção das emissoras por repetição de notícias. De fato, essa rotatividade, desde a consolidação do transistor, que deu mobilidade ao rádio, levou as emissoras a alterações na programação. As transformações tecnológicas, desde o aparelho no centro da sala de casa até o rádio portátil, presente também nos automóveis, determinaram mudanças nos modelos informativos. Del Bianco (2008) aponta que, para rivalizar com a internet, o rádio será cada vez mais factual, mesmo que se aproprie da rede para produzir boa parte de seu noticiário.

O ouvinte reinventado

A análise dos últimos setenta anos do radiojornalismo brasileiro, numa investigação sobre o perfil do público, interpretado por intermédio dos horizontes históricos, possibilita uma aproximação. De certa parte, essa tentativa de descrição pode ser frágil, uma vez que as tramas traçadas pelo rádio para noticiar e as apropriações pelas quais passou são bastante complexas, como referido anteriormente.

Como dissemos, o radiojornalismo no Brasil iniciou-se num contexto no qual a audiência demandava por notícias. Se as notícias eram desenhadas pelo jornal impresso e lidas no ar, durante a Segunda Guerra a notícia radiofônica começava a tomar forma. A audiência ainda era familiar e atendia a uma elite que podia ter seus pesados aparelhos em casa, mesmo que com o tempo os equipamentos se tornassem mais e mais populares. Era a mesma elite alfabetizada que já tinha acesso aos jornais.

A audiência brasileira do radiojornalismo começou a atingir uma dimensão mais popular na medida em que, tecnologicamente, o rádio ingressava na fase da miniaturização. Paralelamente a essa evolução, o rádio como um todo se popularizava. A programação jornalística, porém, seguia voltada às elites. Isso porque, com o processo de segmentação, para atender a interesses comerciais, a programação das emissoras ficava cada vez mais diferenciada. Crescia ao longo desse período o número de emissoras com programação popular, que atendia às camadas analfabetas da população brasileira. O jornalismo ficou em grande parte restrito às emissoras que, na classificação segmentada, destinavam-se às classes A e B.

Na busca pelos recursos da publicidade, os executivos do rádio deram atenção especial também a dois grupos de ouvintes nesse período: os adolescentes e os motoristas em deslocamento. Seus hábitos de audiência e de compra foram estudados com

apurada minúcia. Os adolescentes, por exemplo, eram ouvintes compulsivos até o final do século XX e representavam um mercado de consumo significativo. Todavia, não constituíam audiência do radiojornalismo, uma vez que a produção de conteúdos para esse público estava mais associada ao entretenimento. Com a ampliação da especialização, surgiram mais e mais emissoras voltadas ao segmento jovem. Em síntese, se o rádio segmentou-se em três grandes eixos – jornalismo, popular e jovem –, pelo menos ao longo do século XX o radiojornalismo ficou restrito às classes A e B.

Segundo Chantler e Harris (1998), o futuro do radiojornalismo está assegurado, pois há sempre um grande interesse por notícias locais, e nos próximos anos deve crescer ainda mais o número de emissoras locais que precisam de noticiário. No rádio comercial, particularmente, a audiência cresce com o aumento das possibilidades de escolha das emissoras pelos ouvintes. Nos primeiros anos do século XXI, no entanto, é inevitável observar o radiojornalismo no contexto dos múltiplos canais de informação. O perfil do ouvinte, independentemente do segmento, muda consideravelmente a partir disso.

Santaella (2004), quando define a existência de tipos de leitor ao longo da história, aponta como a grande marca do leitor imersivo, contemporâneo, não somente a interatividade, mas também as transformações sensoriais, perceptivas e cognitivas que emergem desse tipo de leitura: “No ciberespaço, a informação transita à velocidade da luz. As reações motoras, perceptivas e mentais também se fazem acompanhar por uma mudança de ritmo que é visível na agilidade dos movimentos multidirecionais” (p. 181) O que parece certo, segundo a autora, é que, no contexto comunicacional da hipermissão, o *infonta* lê, escuta e olha ao mesmo tempo. Acrescentamos nessa reflexão que ele também produz, somando mais uma dimensão às atividades de navegação já descritas.

A importância da conexão entre as mídias, conforme avalia Santaella, está somada aos indicadores segundo os quais as tecnologias portáteis são relevantes: “De todo modo, quer se trate de agendas eletrônicas, telefones celulares, palmtops ou computadores portáteis, os instrumentos cotidianos do homem do século XXI serão nômades, comunicativos e inteligentes” (p. 183). Navegar, como afirma Santaella, veio para ficar, pois se trata de uma atividade performativa e cognitiva, que não está presa a um único tipo de equipamento. O que permanece, de acordo com seu pensamento, é o leitor imersivo, cuja principal característica é a interatividade.

Nas relações construídas pelo receptor ou leitor do século XXI, em suas diversas dimensões e aparências, é possível registrar ou mesmo tocar tudo ao mesmo tempo, na mediação e influência de uns pelos outros. O coletivo existe numa dimensão na qual o individual, a voz de cada um, tem valor significativo, mas ao mesmo tempo constrói a vida em comunidade. O humano é individual e coletivo, simultaneamente. Exatamente essas características é que sofisticam mais e mais a sociedade contemporânea. E a soma de fatores cumulativos do contexto constrói, pela mão da audiência, uma rede significativa de influências.

A leitura orientada hipermidiaticamente é uma atividade nômade, de movimentação. Na hipermídia, considera também Santaella (2004), a leitura é tudo, e a mensagem só vai se escrevendo quando os nexos são acionados pelo leitor produtor. Os novos leitores derivam da ausência de um rumo predeterminado, o que significa que não trazem consigo o suporte da memória, pois navegam percorrendo territórios desconhecidos. Esse leitor circula conforme o ritmo das informações, à velocidade da luz e das reações motoras, perceptivas e mentais.

Jovens são os novos leitores de imagens em movimento, da informação portátil, que recebem conteúdos individualizados e são capazes de produzir e tornar públicas as experiências mais pes-

soais. Esses são valores que começam a se desenhar como permanentes nas características da audiência.

O tempo e o que desenha a memória da audiência não são mais os estabelecidos pelos tradicionais produtores da informação, mas são construídos pela audiência individualmente, de maneira personalizada. Essa construção gera tempos diferentes, relacionados, produzindo novos sentidos. O jovem é um leitor de imagens, inquieto, portador de tecnologias móveis que lhe permitem, simultaneamente, várias operações a partir de um único suporte. Entre essas operações, estão a recepção de conteúdos, a música, o entretenimento, os relacionamentos virtuais, a conexão permanente, a exposição de vivências. Tudo isso tem um poder que começou a ser construído ainda nos anos 1970, quando a sociedade viu crescerem as variadas possibilidades tecnológicas que chegaram ao século XXI.

Numa perspectiva que reflita sobre o futuro do radiojornalismo no Brasil, a partir de uma observação da história da audiência, a ideia de uma programação unidirecional não agrada mais. Rádio e televisão são vistos como entretenimento pelos jovens, já que não oferecem muitas alternativas de conexão e relacionamento. O radiojornalismo, em seu modelo mais conhecido, esteve conectado à elite brasileira. As camadas mais populares e os jovens não foram incluídos na formação de um ouvinte que veja no rádio um espaço de informação relevante.

Outro fator que se desenha no Brasil na primeira década do século XXI é a ascensão das classes C, D e E. Aqueles que tiveram, destinada pelo rádio, uma programação popular com pouco ou quase nenhum radiojornalismo em seu conceito mais puro podem não estar entre os ouvintes do futuro. A pergunta que se constrói é: quem será o ouvinte do radiojornalismo brasileiro no horizonte dos próximos setenta anos?

Referências

- CHANTLER, Paul e HARRIS, Sim. *Radiojornalismo*. São Paulo: Summus, 1998.
- CUNHA, Mágda Rodrigues da. *O valor de permanência do rádio. Um estudo dos efeitos pela estética da recepção* (tese). PUC-RS, 2002.
- . “Os jovens e o consumo de mídias: surge um novo ouvinte”. In KLÖCKNER, Luciano e FERRARETTO, Luiz Artur (orgs.). *E o rádio? Novos horizontes midiáticos*. Porto Alegre: EDIPUCRS, 2010.
- DEL BIANCO, Nélia Rodrigues. *Remediação do radiojornalismo na era da informação*. Biblioteca Online de Ciências das Comunicação, 2008.
- GOMES, Itania Maria Mota. *Efeito e recepção: a interpretação do processo receptivo em duas tradições de investigação sobre os media*. Rio de Janeiro: E-Papers Serviços Editoriais, 2004.
- HOBBSAWM, Eric. *Era dos extremos. O breve século XX (1914-1991)*. São Paulo: Companhia das Letras, 1995.
- MEDITSCH, Eduardo. *O rádio na era da informação: teoria e técnica do novo radiojornalismo*. Florianópolis: Insular/ Ed. da UFSC, 2001, 304 p.
- ROBERTS, J. M. *O livro de ouro da história do mundo. Da pré-história à idade contemporânea*. Rio de Janeiro: Ediouro, 2001.
- SANTAELLA, Lúcia. *Navegar no ciberespaço. O perfil cognitivo do leitor imersivo*. São Paulo: Paulus, 2004.
- SEVCENKO, Nicolau. *História da vida privada no Brasil. República: da belle époque à era do rádio*. São Paulo: Companhia das Letras, 1998. (História da Vida Privada no Brasil, v. 3.)
- . *A corrida para o século XXI. No loop da montanha-russa*. São Paulo: Companhia das Letras, 2001. (Virando Séculos, v. 7.)

Jornalismo cultural no rádio: recursos de linguagem e o tratamento da cultura em reportagens

Cida Golin

Natália Pianegonda

Ana Laura Colombo de Freitas (UFRGS)

Dentro do sistema de cultura, o jornalismo se constitui em intermediário. Cumpre a função de mediação, aproximando o público da experiência da arte, do pensamento e da cultura. Converte saberes especializados em linguagem próxima do público, sob os limites de suas estratégias discursivas e das escolhas editoriais. Na medida em que a visibilidade é condição para a circulação dos produtos culturais, sejam eles objetos ou ações institucionais, o jornalismo interfere no valor e prestígio construídos no campo artístico e cultural. Junto com outras instituições referenciais, participa do mecanismo de criação de consensos sobre o que significa a cultura de uma época.

Cada veículo oferece uma perspectiva editorial sobre o circuito de cultura, respondendo às contingências de produção do discurso jornalístico. Esse discurso é baseado num contrato amparado no valor da credibilidade, seja do veículo, dos jornalistas ou das fontes. Resulta de rotinas industriais, das práticas culturais de enquadramento narrativo do acontecimento, assim como de critérios (valores-notícia) típicos da área, como notoriedade dos sujeitos, proximidade, relevância, novidade, morte, entre vários outros.

O rádio, no sistema de produção cultural, historicamente vinculou-se à música, ao entretenimento, à divulgação dos produtos da indústria fonográfica, constituindo-se num dos pilares da formação da cultura musical de cada período. Segundo Haussen (2001), Ortiz (1994) e Guerrini Jr. (2009), em sua fase amadorística, irradiava música clássica, óperas e saraus de piano, com uma preocupação educativa. A partir do estabelecimento de bases comerciais, o rádio foi determinante na popularização dos cantores e da música brasileira, concentrando programas de divulgação e até orquestras particulares. A partir da década de 1950, as emissoras tornaram-se protagonistas na expansão da cultura popular de massa no Brasil. Com o surgimento da televisão, a música aos poucos ocupou o espaço de entretenimento dos programas de auditório, humorísticos e radionovelas, dominando também a grade de programação das emissoras em FM.

O jornalismo em rádio tradicionalmente é alicerçado na descrição e na hierarquia da palavra falada, além de ser realizado sob o ritmo da velocidade intermitente. Dentro de uma emissora informativa, o espaço dado às experimentações de linguagem geralmente se reduz às reportagens especiais, conduzidas a partir de um tempo maior de apuração dos dados e edição. O segmento cultural também parece ser o território por excelência da busca pelo potencial expressivo do radiojornalismo. Ao mimetizar o próprio campo que repercute e reconstrói, a linguagem do jornalismo especializado em arte e cultura admite recursos mais criativos, estéticos ou mesmo coloquiais que não teriam espaço na cobertura de outras editorias. Percebe-se, no entanto, que, nas emissoras de perfil exclusivamente jornalístico, a pauta cultural nem sempre é prioritária; produções específicas desse segmento ganham horários menos nobres e, muitas vezes, ocupam a grade do final de semana, na habitual associação entre cultura, consumo e ocupação do tempo livre.

Na Rádio BandNews, a primeira FM de perfil jornalístico na capital gaúcha, o *BandNews Porto Alegre Edição de Sábado* surgiu em 6 de fevereiro de 2006, como um programa local de sessenta minutos e veiculação semanal. Pelo retorno e sucesso de audiência, a partir do primeiro semestre de 2009, esse produto do jornalismo cultural deixou as manhãs de sábado para figurar na grade diária, das 18h às 18h30, sintomaticamente o horário de saída do trabalho, passando a ser chamado de *BandNews Porto Alegre 2ª Edição*. O *BandNews Porto Alegre Edição de Sábado* permaneceu na programação, mas sua emissão não é mais ao vivo, e, sim, gravada, reproduzindo as principais reportagens e entrevistas irradiadas durante a semana.

Neste texto, apoiados em Balsebre (2007) e Hays (1995), vamos analisar 24 reportagens veiculadas no programa entre 2008 e 2009. A proposta é verificar como foram utilizados os elementos da linguagem radiofônica (palavra falada, música, efeitos sonoros e silêncio) na construção das narrativas, destacando estratégias distintas das praticadas no radiojornalismo cotidiano. Interessamos, também, discutir o conteúdo e a percepção acerca da cultura inerente ao conjunto, o que pode ser compreendido, por exemplo, na escolha das pautas e das fontes. Apesar de as considerações referirem-se a um grupo de reportagens de determinado programa, acreditamos que o estudo aponta para tendências comuns no tratamento de temas culturais e ilumina o potencial expressivo do jornalismo radiofônico.¹

¹ Este estudo tem origem no desdobramento e na ampliação da monografia *Radiojornalismo e linguagem radiofônica: estudo das reportagens do BandNews POA Edição de Sábado*, apresentada em 2008 por Natália Pianegonda no curso de Jornalismo da Universidade Federal do Rio Grande do Sul (UFRGS). O conjunto de reportagens, seis em cada semestre, entre 2008 e 2009, foi escolhido aleatoriamente. Os temas das reportagens são os seguintes: 2008/1: Dia de Nossa Senhora de Navegantes; as cores de Porto Alegre (matéria integrante de uma série de reportagens); exposição sobre a vida de Anne Frank; sobrevivência da cultura indígena; espetáculo de dança; encontro do Clube de Nadismo; 2008/2: início do verão; clube de jazz de Porto Alegre; cultura na Expointer – Feira Internacio-

O tratamento da cultura pelo programa

Pautado pela dinâmica das indústrias culturais e por sua estrutura de lançamentos e distribuição, o jornalismo cultural costuma tratar as manifestações estéticas a partir do espetáculo e do evento. Essa abordagem reitera a condição da práxis jornalística realizada sob a velocidade, precipitação e renovação permanentes. O programa cujas reportagens analisamos não foge a essa regra, ainda que apresente nuances em relação ao tratamento factual tão comum ao radiojornalismo.

Constatou-se que sua pauta está essencialmente ligada à agenda ou vinculada a fatos e acontecimentos do período circunstancial em que são transmitidas. Os tipos de agendamento são diversos: produções culturais em cartaz (peças, espetáculos, exposições, cursos), efemérides (centenário de Carmen Miranda e duzentos anos do sistema Braille de leitura para cegos), poder público (medidas adotadas para inibir fraudes em leis de incentivo fiscal), mercado (Dia das Mães), eventos, datas religiosas ou comemorativas (feira de agronegócio, Dia de Nossa Senhora de Navegantes, Dia do Índio) e patrocinadores (Sesc, Secretaria de Saúde).

Por tratarem de cultura, são narrativas com uma amplitude temporal. Os relatos analisados não dependem de um vínculo factual para que sejam compreendidos, ou seja, a universalidade do próprio conteúdo resulta numa maior durabilidade editorial,

nal de Agronegócio; engajamento político e militância contemporânea; Porto Alegre em Dança; lançamento do livro *A guerra dos gaúchos*; 2009/1: ciclo Fotografando nas Férias – Prática da Fotografia por Leigos; centenário de nascimento de Carmen Miranda; a relação entre o homem e o mar (cobertura de férias); duzentos anos do sistema Braille de leitura para cegos; fraude na Lei de Incentivo à Cultura e ações do poder público para garantir lisura no sistema; *Um mundo a perder de vista*, exposição de Alberto da Veiga Guignard na Fundação Iberê Camargo; 2009/2: Festival de Cinema Fantástico de Porto Alegre; índices de leitura e políticas de estímulo à leitura e valorização do livro; estreia do filme *Coco antes de Chanel*; a figura materna na literatura, no teatro e na psicanálise; *Abobrinhas recheadas*, espetáculo de dança do grupo Gaia; morte de Michael Jackson.

rompendo com a efemeridade característica do jornalismo em rádio. Observa-se que a linearidade das informações na construção narrativa não obedece necessariamente à ordem cronológica dos acontecimentos. Os textos tampouco iniciam pelo fato mais recente ou relevante, como determinam os manuais de redação. A sequência dos fatos narrados pelos repórteres varia conforme seu estilo pessoal, ou o efeito que pretendem provocar sobre o ouvinte.

Nas matérias analisadas, verificou-se uma expressiva abrangência de temáticas circundando a cultura, aproximando-a dos programas de variedades. O universo de cobertura é eclético, passando por fotografia, artes visuais, artes cênicas, mercado editorial, políticas culturais, além de temas genéricos como a relação entre o homem e o mar, as cores da cidade e a figura da mãe (e sua evidência no teatro, na literatura e na psicanálise).²

Pode-se afirmar que o conceito de cultura presente na amostra é marcado pelo viés mercadológico, sem fronteiras entre erudito e popular, dando lugar tanto ao cantor pop Michael Jackson quanto ao pintor brasileiro Alberto da Veiga Guignard, passando pela homenagem às mães em seu dia comercial ou mesmo pela discussão sobre o que é dança, revisando parâmetros canônicos. A cultura, a partir dessa perspectiva, denota passatempo, como fica explícito nas pautas de férias e verão.

O critério de noticiabilidade mais evidente no conjunto é a notoriedade do artista em questão, como se observa, por exemplo, nos casos de Carmen Miranda, Michael Jackson e Coco Chanel. A ênfase no sujeito e o tratamento da narrativa a partir da personalização não somente são recorrentes no jornalismo, como também constituem valor de distinção no sistema cultural. O nome do artista, sua marca e assinatura definem a valoração do produto num mercado da incerteza, característica da economia da cultura, marcada pela lógica da oferta e não da demanda (Benhamou, 2007).

² Cada um desses temas tem uma única incidência na amostra.

Outro critério proeminente é a proximidade, algo próprio do rádio, intrinsecamente atrelado ao local. Das 24 reportagens analisadas, 22 abordam temas que têm relação direta ou algum vínculo com acontecimentos que se passam em Porto Alegre ou no Rio Grande do Sul. Embora em menor escala, valores como insólito, ilegal ou morte constituem os princípios combinados de seleção do material produzido.

Em geral, não é possível afirmar que as matérias cumpram a função de roteiro, elemento pragmático e predominante do gênero cultural e que funciona como guia de consumo. Ainda que o factual esteja presente, não existe o imperativo de serviço respondendo às clássicas perguntas do que, onde e quando. Geralmente, tal função é cumprida pelo âncora, antes ou depois de inserir a matéria no programa. Há uma tentativa de imprimir um tom analítico e interpretativo nos textos, o que condiz com a tradição e a gênese do jornalismo cultural, marcado pela crítica e pelo debate de ideias.

Os recursos expressivos sob o domínio da palavra falada

Verifica-se que a palavra falada é a principal sustentação das reportagens: o significado e o entendimento dependem essencialmente dela, ao contrário do que se poderia esperar do espaço mais solto e aberto à experimentação estética que se associa ao jornalismo cultural. Na construção do texto, evidencia-se o uso de um vocabulário simples e de construções frasais curtas, prática que, comumente no rádio, tem como intuito facilitar a compreensão e a fala do repórter.

Apesar disso, ao contrário do que ocorre no cotidiano do radiojornalismo, pela exigência da objetividade, nota-se que há espaço para neologismos, palavras no diminutivo e momentos em que o repórter encontra liberdade de colocar suas impressões, recorrendo a adjetivações ou usando a primeira pessoa. Exemplo

de abertura para a interpretação do narrador aparece na matéria sobre o espetáculo *Abobrinhas recheadas*:

O espírito do grupo Gaia, sua nova forma de apresentar a dança contemporânea e o fato de estabelecer uma comunicação diferente com o público, tudo isso permite que as pessoas entendam melhor a dança e entrem em contato com os diversos formatos que ela pode oferecer.

Mesmo sem se inserir explicitamente, o jornalista se posiciona sobre a proposta do grupo de dança, ampliando sua percepção para os receptores em geral. Em 7 de fevereiro de 2009, é a vez de o repórter assumir o papel de personagem principal da matéria. “Eu continuo com a água na cintura, o gravador erguido como um troféu para não molhar...”, diz, forjando sua participação na reportagem sobre o cotidiano do verão.

Acredita-se que as nuances da voz do repórter são exploradas de maneira tímida, uma vez que na maioria dos relatos são mantidos o tom que afiança a objetividade e, portanto, a credibilidade do discurso. O profissional generalista, acostumado ao longo da semana a produzir pautas gerais, de política e economia, encontra dificuldade em se desprender das convenções da locução jornalística que simula o distanciamento e experimentar um novo tipo de expressão, mais envolvida com o relato e o assunto de que fala. São raras as vezes em que o jornalista se permite dramatizar o texto.

De todo modo, fica evidente uma variação de entonação nas matérias sobre cultura em relação aos outros programas: o ritmo torna-se menos apressado – bem à maneira da desaceleração do tempo de lazer, momento por excelência da agenda cultural. Assim, é possível obter um efeito expressivo mais significativo, possibilitando que o relato seja carregado de um sentido que não estava manifestado na escrita. É o que Balsebre (2007), a partir dos estudos feitos para o teatro, caracteriza como subtexto.

São perceptíveis, por vezes, uma linguagem e uma entonação carregadas de autoridade. Apropriando-se de consensos estabelecidos no campo cultural, o jornalista exacerba o teor didático de seu discurso, investe-se da postura de conselheiro, de quem tem propriedade para falar do assunto, dizer o que deve ser assistido/ouvido/visto e o que deve ser pensado sobre determinados produtos culturais. A propósito da morte do cantor Michael Jackson, o repórter da BandNews assume a narrativa de legitimação da importância dos artistas na história: “Quando pensamos em Michael Jackson, nos vêm à cabeça milhares de adjetivos, positivos ou negativos, não importa. Michael Jackson *é* um dos artistas mais importantes da nossa história” (grifo nosso indica ênfase de entonação). Da mesma forma, no lançamento do filme *Coco antes de Chanel*, define a relevância da estilista francesa para o mundo da moda: “O trabalho da estilista francesa Coco Chanel é muito mais que um conceito de moda. Chanel significa libertação feminina através das roupas”.

O tom de aconselhamento pode ser observado na matéria sobre o encontro do Clube de Nadismo, um grupo de pessoas que decidiu se reunir, em Porto Alegre, para fazer nada:

Há quatro princípios básicos do nadismo. Primeiro: o tempo de praticar nadismo é totalmente seu, pra que você desfrute fazer nada sem pressa. Segundo: esqueça qualquer objetivo. O nadismo não tem nenhum propósito. Terceiro: privilegie o silêncio e a imobilidade. Quarto: deixe a mente navegar com as nuvens.

Também é pela fala que se nota uma das características inerentes à linguagem radiofônica: a proximidade entre locutor e ouvinte. Embora haja, em alguns momentos, o distanciamento como forma de sugerir objetividade no tratamento do assunto, é possível identificar diversas circunstâncias em que há diálogo direto com o receptor. A interação real no momento da transmis-

são não é possível, mas são utilizados recursos que simulam essa participação. Os usos da segunda pessoa do singular e da primeira do plural, além de perguntas direcionadas ao ouvinte – por vezes seguidas das respostas –, são exemplos desses artifícios. Essa situação pode ser observada, por exemplo, na abertura da reportagem sobre a chegada do verão: “De que cor você lembra quando a estação mais quente do ano se aproxima?”. Embora direcionada aparentemente para uma reflexão do ouvinte, a pergunta é seguida de uma espécie de enquete, sem identificação dos depoentes, apresentando um repertório de opiniões a respeito do tema.

A música é o segundo elemento mais utilizado para provocar afetivamente o ouvinte. A partir da classificação feita por Balsebre (2007), sua função é essencialmente expressiva, ou seja, de criar um clima emocional; descritiva, ao identificar uma paisagem, um espaço onde decorrem as ações do relato radiofônico; e comunicativa, quando é autônoma e cumpre um papel por si. De maneira predominante, são utilizadas composições populares, conhecidas do público, cujas letras fazem relação direta com a proposta da reportagem. É o que ocorre no uso de músicas tradicionalistas para falar do Rio Grande do Sul; de Jack Johnson, ao discorrer sobre a praia; repertório em francês quando o tema é Coco Chanel; ou canções de temática política ao abordar a militância e o engajamento da juventude.

A função desse elemento no todo depende, quase exclusivamente, da letra. Fatores como a melodia ou o ritmo, componentes capazes de estimular o ouvinte sensorialmente, são colocados em segundo plano, e, mais uma vez, a palavra aparece como fonte principal de significado para a mensagem. A ligação direta entre a música e a palavra falada revela, como observa Balsebre (2007), a dificuldade em superar convenções sonoro-narrativas, com o intuito de evitar uma compreensão equivocada, o que se reflete no uso de canções populares cujas letras têm relação com o assunto da matéria. Isso leva a outro impasse, destacado por Haye (1995):

a falta de um repertório maior por parte do radiojornalista, o que leva, inevitavelmente, ao uso desse elemento de maneira superficial ou muito ligada ao gosto pessoal.

De modo geral, percebemos que a música serve como um adorno à produção, recurso que enriquece esteticamente a mensagem e pode estimular outros níveis de percepção ligados à afetividade e à subjetividade, reforçando, por exemplo, o tom dramático ou de bom humor. O elemento musical é aplicado, ainda, como forma de demarcar situações distintas, em que fragmentos musicais servem como elos narrativos, ocupando o lugar que seria tradicionalmente do texto falado.

Os efeitos sonoros, por sua vez, aparecem de forma mais restrita. Dos fins estudados por Balsebre (2007), reconhecemos o descritivo, o narrativo, o expressivo e o ornamental. Como elemento descritivo, dão credibilidade à narrativa, legitimando o relato. Ambientam a cena para o ouvinte, sugerindo o contorno da realidade referencial. Podemos observar esse tipo de efeito nas entrevistas, quando não são sintetizados nem aplicados propositalmente. Exemplo disso são os ruídos da rua ao fundo de uma sonora cujo depoente é localizado, pelo repórter, naquele ambiente.

Quando os efeitos sonoros informam uma ação e auxiliam na compreensão da mensagem, desempenham função narrativa. É o caso da reportagem sobre as cores vermelho e azul em Porto Alegre, em que apenas os sons das torcidas identificam os times Internacional e Grêmio. O efeito alcança um significado autônomo e relevante na mensagem.

O papel expressivo, aquele que busca um caráter conotativo, emocional, se baseia em associações em torno de determinadas ideias, a partir de convenções culturais partilhadas pelo emissor e receptor (Balsebre, 2007). O som de gritos ou de fragmentos de filmes na matéria sobre o Festival de Cinema Fantástico exemplifica a situação: eles tendem a provocar suspense, aproximando-se desse tipo específico de cinematografia.

O último tipo de utilização observado é o ornamental, em que a ausência do efeito não impede a compreensão da narrativa. É o caso da reportagem sobre fotografia para amadores, que usa ruídos de uma máquina fotográfica, e da sonoridade de páginas sendo folheadas numa matéria sobre livros e leitura. De maneira geral, os efeitos sonoros não são utilizados como fonte de informação em si, aspecto que poderia ser mais explorado pela capacidade de associar o som a situações e objetos de uma cena real.

A presença do silêncio é ainda menor que a dos efeitos sonoros. Sua existência nas mensagens aqui analisadas fica limitada quase essencialmente às pausas presentes na fala. É o silêncio psicolinguístico e também interativo (Balsebre, 2007). Mas, nesse contexto, ele cumpre ainda uma função importante: abre espaço para a participação do ouvinte, como ocorre no recurso das perguntas diretas, simulando o diálogo imaginário entre repórter e público. Também pode sugerir um direcionamento mais reflexivo, em particular nas sonoras em que há pausas narrativas dos entrevistados. Entretanto, o potencial expressivo do silêncio (Haye, 2005) é pouco aplicado na construção do relato como um todo, o que revela a dificuldade que existe em utilizá-lo no radiojornalismo, devido ao risco de causar ruído na comunicação e de não ser compreendido da maneira desejada pelo emissor, como indicaram Balsebre (2007) e Schafer (2008).

Com a predominância da palavra falada e da música, verifica-se, no conjunto das reportagens, uma exploração restrita dos recursos da linguagem radiofônica. Tanto que, na maioria dos casos, a palavra falada basta. Cada recurso, além dela, parece um mero adorno à mensagem, já que sua compreensão também depende da existência do texto. Mesmo assim, ainda que limitado, esse uso deixa entrever o poder expressivo dessa linguagem, na medida em que reforça o significado da fala e o contexto do relato, potencializando o estímulo sensorial do ouvinte em níveis que não seriam possíveis caso a comunicação fosse reduzida ao verbo.

Essa gama de possibilidades criativas que se abrem parece exercer algum fascínio sobre os repórteres, de modo que se percebe a produção das reportagens mais ligada ao cuidado com a elaboração estética da mensagem do que, propriamente, ao seu conteúdo jornalístico – consequência também das rotinas aceleradas de produção.

A velocidade na reconstrução do campo cultural para o ouvinte

Em termos ideais, o jornalismo cultural pressuporia uma apuração mais cuidadosa e detalhada, a tentativa de ampliar o número e qualidade das fontes, viabilizando uma perspectiva mais analítica e contextualizada. Entretanto, a permanente urgência que marca o trabalho diário de um repórter de rádio, tanto na produção quanto no tempo disponível para que a reportagem seja levada ao ar, parece limitar o aprofundamento dos temas.

A cobertura diária de cultura, incluindo aí os produtos impressos, geralmente apresenta poucas fontes. No conjunto de matérias analisadas, a média de entrevistados é de duas a três, sendo que numa delas não houve entrevista. Em duas reportagens, no entanto, apareceram cinco fontes, número que denota uma ampliação significativa dos depoentes que constroem o relato. Costumam falar os agentes do sistema de cultura, em especial os sujeitos da criação (artistas, atores, diretores); em segundo momento, os críticos, estudiosos, especialistas, curadores e mediadores de exposição. Por fim, localizamos um aspecto interessante, nem sempre aproveitado no jornalismo cultural como um todo: é dada voz aos consumidores de cultura. São fontes, por exemplo, o cego consumidor do mercado editorial em Braille, o fã de Michael Jackson ou mesmo outras pessoas, sem qualificação determinada, que manifestam opinião geralmente sob forma de enquetes.

No caso do *BandNews Porto Alegre Edição de Sábado* e, posteriormente, *2ª Edição*, podemos identificar peculiaridades quanto

às rotinas de produção. Há possibilidade de um tempo maior para apuração, gravação de entrevistas e construção das reportagens. Comumente, a pauta é repassada pelo produtor aos repórteres, em média, com dois a três dias de antecedência.

Apesar de as produções discutidas neste estudo apresentarem aspectos que as diferenciam do produto diário, nota-se que o material analisado preza pela agilidade e rapidez típicas do rádio. Isso leva à utilização de um ritmo de locução menos apressado, mas ainda acelerado, o que configura, inclusive, o padrão da emissora. Percebe-se um esforço em resumir os assuntos em curtos intervalos. A recomendação dada aos repórteres da BandNews é que os boletins, inserções de repórteres ou matérias no dia a dia variem em média de 40" a 1'40". No conjunto estudado, verifica-se maior flexibilidade no tempo da veiculação da matéria. As reportagens variaram de 1'46" a 6'14".

Uma característica chamou a atenção na amostra: a falta de especialização dos profissionais, aspecto que fica nítido nas abordagens das questões culturais. Trata-se de uma consequência da organização da empresa radiojornalística, em que o grupo é chamado a cobrir todas as pautas indiscriminadamente, sem que haja, como acontece nos veículos impressos, uma maior dedicação de determinadas equipes na cobertura de assuntos específicos. Ainda que não tenha sido tema de análise neste texto, o programa prevê um espaço analítico para especialistas. O crítico é convidado a falar, pontuando o lugar do conhecimento mais profundo das subáreas da cultura.

Considerações finais

O jornalismo cultural, tradicionalmente, é um segmento em que se intensifica a tensão editorial entre informação e o formato mais criativo. E isso não é diferente no rádio. A possibilidade de trabalhar com recursos que modifiquem esteticamente a

mensagem radiofônica, desde o processo de elaboração do texto para a fala até o uso dos outros elementos, raramente é encontrada no cotidiano do radiojornalismo. Contudo, ganham relevo nas reportagens do *BandNews Porto Alegre Edição de Sábado e 2ª Edição*, porque o programa insere-se no espaço da cultura.

Suas pautas permitem que o repórter explore o próprio estilo, trave diálogos com o ouvinte, faça jogos de palavras, utilize a ironia e o bom humor, construa um relato mais leve e explore a mensagem esteticamente, iniciativas raras na cobertura diária de outras editorias. Ao analisar um conjunto de 24 reportagens do programa, percebemos a rotina menos acelerada de produção, assim como a amplitude temporal dos conteúdos independentemente do gancho factual.

Reiterando o que ocorre também em outras produções jornalísticas de cultura, boa parte das narrativas apropria-se dos consensos estabelecidos no campo cultural, orientando, de forma didática, o consumo e a recepção dos produtos. Um aspecto que merece ser destacado, entretanto, é a presença de um número razoável de fontes, num comparativo com a cobertura diária dos meios impressos, por exemplo. Além de dar voz a criadores e agentes culturais, sujeitos consagrados pelo jornalismo especializado na área, também se escuta a perspectiva do consumidor.

Sob o ponto de vista da utilização dos recursos expressivos da linguagem radiofônica, a palavra revelou-se como o principal eixo de sustentação narrativa no conjunto de reportagens. A música aparece em segundo plano, apoiada quase exclusivamente na ambientação sugerida pela letra. Consta-se a dificuldade em superar clichês, predominando o uso de composições conhecidas do público. Ainda assim, estas colaboram para tornar as narrativas propensas a provocar o ouvinte emocionalmente. Efeitos sonoros e silêncio, por sua vez, são os recursos menos explorados, ainda que no primeiro caso haja um investimento mais marcante, buscando dar verossimilhança ao relato e ao reforço à palavra. Parece-

nos que a dificuldade em desenvolver um trabalho ousado com a sonoridade, libertando-se da prisão do verbo, decorre da falta de hábito e da rotina atribulada de um repórter de rádio.

Ancoradas no espaço da arte e da cultura, as reportagens concretizam uma experiência diferenciada do radiojornalismo cotidiano. Apesar das limitações inerentes ao produto diário, a cobertura sistemática do campo cultural dá lugar a experimentações que descortinam o potencial expressivo da linguagem radiofônica e apontam para a necessidade de explorá-la mais sob o ponto de vista do jornalismo, aproveitando-se da empatia com o público e da rica possibilidade de provocação sensorial do ouvinte.

Referências

- BALSEBRE, Armand. *El lenguaje radiofónico*. 8 ed. Madri: Cátedra, 2007.
- BENHAMOU, Françoise. *A economia da cultura*. Cotia (SP): Ateliê Editorial, 2007.
- GUERRINI JÚNIOR, Irineu. *A elite no ar. Óperas, concertos e sinfonias na Rádio Gazeta de São Paulo*. São Paulo: Terceira Margem, 2009.
- HAUSSEN, Doris Fagundes. *Rádio e política: tempos de Vargas e Perón*. 2 ed. Porto Alegre: EDIPUCRS, 2001.
- HAYE, Ricardo. *Hacia una nueva radio*. Buenos Aires: Paidós, 1995.
- ORTIZ, Renato. *A moderna tradição brasileira: cultura brasileira e indústria cultural*. 5 ed. São Paulo: Brasiliense, 1994.
- PIANEGONDA, Natália. *Radiojornalismo e linguagem radiofônica: um estudo das reportagens do BandNews Porto Alegre Edição de Sábado* (trabalho de conclusão de curso). Graduação em Comunicação Social – Jornalismo. UFRGS, 2008.
- SCHAFER, R. Murray. “Rádio radical e a nova paisagem sonora”. In MEDITSCH, Eduardo e ZUCULOTO, Valci (orgs.). *Teorias do rádio: textos e contextos*. Florianópolis: Insular, 2008, v. 2.

Cartografias da credibilidade no radiojornalismo educativo

Edgard Patrício (UFC)

O programa de rádio *Catavento*

O *Catavento* foi um programa de educação ambiental veiculado pela Rádio Universitária FM, da Universidade Federal do Ceará (UFC). O primeiro programa foi ao ar em março de 1991. À época, tinha meia hora de duração e era veiculado aos sábados. O último programa foi ao ar em 1998. Seu objetivo principal, segundo um prospecto do projeto, era “promover a educação ambiental, trazendo o meio ambiente para o cotidiano das pessoas”. Assim, assumia contornos de educação de caráter informal.

O princípio educativo no rádio

Se partirmos do princípio de que todo receptor é ativo – e mais do que isso, que é pelo consumo que se realizam as mediações desse receptor, no caso, por intermédio dos meios de comunicação de massa –, perceberemos que tais meios carregam em si características que apontam para um princípio educativo de suas mensagens. Princípio educativo entendido aqui como um pro-

cesso em que determinada mensagem é percebida; processo que desloca sentidos, que possibilita mediações.

O simples processo de perceber evidencia um deslocamento de sentidos, o estabelecimento de mediações. Inclui-se, aqui, mesmo a comunicação emocional. Amplia-se, a partir de Paulo Freire, o sentido que possa ter a comunicação. Para o autor, ela “implica a compreensão pelos sujeitos interlocutores do conteúdo sobre o qual ou a propósito do qual se estabelece a relação comunicativa” (1988, p. 70). O caráter fundamental da comunicação emocional seria, assim, a acriticidade. Daí que a comunicação emocional poderia realizar-se tanto entre o sujeito A e o B quanto, numa multidão, entre esta e um líder carismático. Mesmo assim, sua característica principal seria a acriticidade. Mas, quando analisamos a caracterização que fizemos do princípio educativo, percebemos que mesmo a comunicação emocional pode deslocar sentidos, estabelecer mediações. Daí porque também a levamos em consideração no presente estudo.

O problema é que, a partir da incorporação da noção de comunicação emocional, estaríamos compartilhando de uma tese behaviorista para o princípio educativo. Por exemplo, se caracterizássemos o princípio educativo como um processo de simples deslocamento de sentidos, estabelecimento de mediações, poderíamos também chegar a dizer que um rato, ao ser adestrado com choques elétricos para realizar determinados movimentos, ao receber esses choques e deslocar sentidos, estaria tomado por um princípio educativo? Não teríamos de qualificar esse deslocamento de sentidos e esse estabelecimento de mediações? Sim, e essa qualificação não recairia apenas sobre o conteúdo ou o propósito da comunicação, como poderia sugerir a fala de Freire.

Se relacionarmos princípio educativo ao conteúdo ou ao propósito da comunicação, estaremos nos concentrando ou na própria mensagem – conteúdo – ou na ponta da produção da mensagem – seu propósito. E esqueceríamos mais uma vez o

papel ativo do receptor dessa mensagem. O princípio educativo poderia ser qualificado pelo uso social que o receptor faz da mensagem, sua apropriação cultural. Deslocar sentidos, estabelecer mediações? Tudo bem! Mas esse deslocamento e estabelecimento perpassados pelo uso social e apropriação cultural da mensagem.

As noções de credibilidade

Utilizando-se do programa *Catavento*, já descrito anteriormente, como base empírica de análise dos processos tratados até aqui de modo teórico, um primeiro questionamento a ser formulado refere-se a como poderia ser percebida essa tensão entre os níveis micro e macro na construção de sua mensagem e na possibilidade de interação com o receptor. O nível micro, no caso, aparece quando da relação entre a equipe de produção do programa e seu ouvinte. Por sua vez, o nível macro transparece pelo suporte institucional que é dado ao projeto, por meio da Rádio Universitária FM, da UFC.

Esse suporte institucional, pela avaliação da equipe do projeto, é fundamental. Inclusive como forma de sensibilizar os apoiadores financeiros para a execução do programa. A interpretação é que, onde aparece a marca UFC, instituição, à época, com 43 anos de existência, vem a credibilidade. Essa mesma credibilidade repercute na Rádio Universitária. Embora deficitária em termos de equipamentos e programação, a emissora ainda repercute como formadora de opinião na cidade de Fortaleza. Em que se sustenta essa credibilidade? Esse processo pode ter origem em outra instituição, que está por trás da UFC e interfere decisivamente na interação: a ciência.

Essa mesma credibilidade, verificada a partir da instância macro, no caso o aparato institucional, também tem seu correspondente na instância micro, na relação da equipe de produção do programa com o ouvinte. Nesse aspecto, os relacionamentos indi-

viduais que aí acontecem também colaboram na sustentação dessa credibilidade. Isso não quer dizer que essas instâncias não mantenham pontos de acesso entre si. Em si, essa é uma relação dialética, em que uma instância se apoia e é apoiada na outra com o intuito de preservar seus objetivos últimos: o de dar credibilidade ao produto final do trabalho, a mensagem a ser percebida pelo receptor.

A credibilidade da mensagem, depreende-se, seria assim a resultante das forças que atuam em seu processo de construção, por meio das instâncias de interação. Mas credibilidade, a princípio, se constrói, não se cria. Assim, presume-se, antes de instalar-se em definitivo, a credibilidade deve interagir com outros fatores que compartilham de sua construção. Entre esses fatores, encontram-se a confiança e, por mais espantoso que possa parecer, sentimentos de crença e fé. Crença e fé em pessoas ou sistemas. A partir daí, introduzem-se as duas instâncias de credibilidade do *Catavento*: a primeira vinculada às pessoas (locutor, repórter, comentarista) e a segunda, ao sistema (a ciência, a UFC).

Um polo de atração para o estabelecimento de relações de confiança são, segundo Giddens, os “sistemas peritos” (1991, p. 35). Sistemas peritos seriam os sistemas de excelência técnica ou competência profissional que organizam grandes áreas dos ambientes material e social em que vivemos hoje. Giddens ainda fala da grande quantidade de sistemas peritos com os quais se convive numa atividade simples, como estar em casa. Sabemos muito pouco, como leigos, os códigos de conhecimento usados pelo arquiteto e pelo construtor no projeto e construção da casa, mas não obstante

tenho ‘fé’ no que eles fizeram. Minha ‘fé’ não é tanto neles, embora eu tenha que confiar na sua competência, como na autenticidade do conhecimento perito que eles aplicam – algo que não posso, em geral, conferir exaustivamente por mim mesmo (p. 35).

Os sistemas peritos são sistemas por excelência de desencaixe. Desencaixe, no entender de Giddens, seria o “deslocamento” das relações sociais de contextos locais de interação e sua reestruturação por meio de extensões indefinidas de tempo-espço. Devido à improbabilidade de não serem testados a todo momento, quando fazemos uso deles, os sistemas peritos, como mecanismos de desencaixe, implicam, para Giddens, uma atitude de confiança. De posse de todos os elementos da cadeia de interação,

a confiança pode ser definida como crença na credibilidade de uma pessoa ou sistema, tendo em vista um dado conjunto de resultados ou eventos, em que essa crença expressa uma fé na probidade ou amor de um outro, ou na correção de princípios abstratos (conhecimento técnico) (p. 41).

A confiança, ainda segundo Giddens, não é o mesmo que fé na credibilidade de uma pessoa ou sistema; ela é o que deriva dessa fé. Você não tem confiança apenas por racionalmente construir suas chances de acertos e erros. Disso decorre que a relação de confiança das pessoas “leigas” com os sistemas peritos, ou com outros indivíduos, é marcada pela ambivalência. Pois só se exige confiança “onde há ignorância – ou das reivindicações de conhecimento de peritos técnicos ou dos pensamentos e intenções de pessoas íntimas com as quais se conta” (p. 92).

Por essa concepção, quando se consideram a credibilidade e, por conseguinte, a confiança como possível fator desencadeante da interação, esvai-se a ideia da interação construída ocasião após ocasião, por meio de atitude cognoscível. Embora seja inegável que uma práxis da fé, crença, confiança ou credibilidade imponha uma racionalidade, o modelo dessa racionalidade tende a se afastar da ideia de uma razão interativa, por carregar altos “teores” de instrumentalidade.

Por todas essas considerações, é possível presumir-se a linha tênue que haveria de separar a credibilidade da confiança. Será que, mesmo tênue, existe de fato essa linha divisória? A princípio, desconfia-se que não. Se a confiança decorre de uma crença na credibilidade, para que a primeira exista, deve haver necessariamente um processo de alimentação aberto pela segunda. Mas admitir essa relação coloca um problema, que pode ser resumido na seguinte pergunta: qual o momento em que a credibilidade estará suficientemente alicerçada para deslanchar um processo favorável à construção da confiança? Essa pergunta nos induz a pensar que não é possível separar credibilidade e confiança quando se trata de examinar suas relações no âmbito do processo interativo que fundamenta a sociabilidade em geral. Nesse caso, poderíamos dizer que existe uma relação de construção/desconstrução entre esses dois conceitos. Relação sem tempo e lugar para acontecer, mas mutuamente dependentes.

Tentando externar essa mútua dependência é que, no presente estudo, unimos intuitivamente essas duas categorias numa terceira, que passaremos a chamar de “credibilidade-confiada”. Com o auxílio de Giddens, partimos da credibilidade, passamos pela confiança e chegamos a uma “credibilidade-confiada”. Antes de ser uma estratégia para a simplificação das análises, a “credibilidade-confiada” pressupõe uma preocupação com os processos, que articula credibilidade e confiança numa relação de construção/desconstrução. E que aponta para uma possível racionalidade por aquele que a desenvolve.

Dentro de todo esse quadro, a parceria de nossa dupla dinâmica, credibilidade e confiança, e a relação dessa com a verdade e a perspectiva de interação tornam-se mais claras quando recebo um telefonema de uma ouvinte aflita do *Catavento*. Ela queria alguns esclarecimentos sobre como acabar com os carrapatos que estavam infestando seus cachorros. Já havia procurado especialistas, utilizado alguns produtos... e nada! Depois de explicar toda

a situação, a angústia transparecia no relato da Dona Zilma, do bairro Granja Lisboa. Isso por ter tentado várias coisas e nenhuma ter funcionado. A certa altura da conversa, espontaneamente, ela resumiu: “Eu procurei vocês porque aí é uma coisa mais verdadeira!”.

O método da pesquisa

O método construído baseia-se em entrevistas com ouvintes do *Catavento*. Foram escolhidos oito ouvintes, de forma não aleatória. O não aleatório decorre do fato de trabalharmos a ideia de credibilidade-confiada e instituímos no programa de rádio uma seção de denúncias, em que os ouvintes podiam reclamar, com base no testemunho ou conhecimento de agressões sofridas pelo meio ambiente. Ora, nada mais natural do que analisar a credibilidade-confiada despertada pelo *Catavento* a partir dos ouvintes que fizeram denúncias. Alguns fatores que colaboraram nessa escolha: a) a proximidade desses ouvintes com o programa, b) a perspectiva de que seu problema pudesse ser resolvido e c) a confiança de que a resolução desse problema pudesse passar pelo *Catavento*. Assim, foram escolhidos oito ouvintes que fizeram denúncias. Desses, sete participaram efetivamente da pesquisa. Algumas dessas denúncias lograram resolver os problemas; outras, não.

O planejamento de abordagem era o seguinte: o ouvinte faria uma escuta do programa; enquanto ouvia as mensagens veiculadas, verbalizaria determinado nível de confiança naquilo que estava sendo ouvido. Estabeleceu-se uma escala para esses níveis de confiança. Dá para acreditar nisso que você está ouvindo? Os conceitos estabelecidos, a serem verbalizados durante a análise do programa pelos ouvintes, seriam: dá para acreditar, não dá para acreditar, dá para acreditar mais ou menos. Depois da primeira entrevista, viria uma segunda. Nessa segunda entrevista, o ouvinte

seria perguntado sobre o porquê de ter atribuído aqueles níveis de confiança no decorrer de todo o programa.

Para se ter o registro mais fiel possível da conexão entre a mensagem escutada e a verbalização da valoração de credibilidade-confiada do ouvinte, utilizamos dois aparelhos de reprodução e gravação sonoros. No primeiro, reproduzíamos o programa para análise. No segundo, e ao mesmo tempo, gravávamos o programa que estava sendo reproduzido como *background* e as valorações verbalizadas pelo ouvinte.

A cartografia da credibilidade-confiada

Os relatos dos ouvintes, apoiados nas valorações verbalizadas na primeira fase da pesquisa, possibilitaram a estruturação de uma tipologia dos processos empregados para tentar entender a construção da credibilidade-confiada no *Catavento*. Por meio desses relatos, chegamos a um universo de 19 processos de construção da credibilidade-confiada. Antes de tudo – e seguindo a própria caracterização do saber –, é interessante notar que esses processos em muitas ocasiões se inter cruzam. É extremamente difícil encontrar um desses processos que não se alimente de outro, ou que não repercuta em outro. Para este artigo, vamos detalhar um deles: a “transferência”.

A transferência como processo de construção da credibilidade-confiada estaria associada à antiga frase: “Diz-me com quem andas e eu te direi quem és!”. E essa transferência, ainda cabe salientar, pode se dar entre pessoas, entre pessoas e sistemas e mesmo entre sistemas. No caso de Débora (ouvinte do programa e entrevistada da pesquisa), a transferência da credibilidade-confiada se deu entre pessoas e sistemas. Geovana Cartaxo é apenas mais um dos componentes da produção do *Catavento*. Mas empresta sua credibilidade-confiada, desenvolvida junto a Débora, a toda a equipe: “Particularmente, por conhecer a Geovana, por saber do

trabalho dela – porque sei que ela é muito atuante –, eu acredito na equipe, eu acredito na equipe”.

Poderíamos dizer que é o todo pela parte. Essa é a configuração que assume os mecanismos de desencaixe e encaixe, em relação aos contatos com-rostro e sem-rostro. E essa compreensão de Débora pode não estar relacionada à atuação do programa sobre a resolução das denúncias de agressão ambiental que chegavam ao *Catavento* – ela disse que não se lembrava de uma denúncia que tivesse sido resolvida pelo programa.

Eu não vivo com muita maldade. Eu, de certa forma, acredito muito, muito. [...] Eu acredito, sabe, no geral, no programa. As pessoas que vocês levam até ali, lógico que eu não acredito em todas. Eu procuro sempre escutar [...] e analisar. Independente de ela ser da Federal, da Unifor, do Ibama, do Splan, do governo, da prefeitura...

Mas também pode ocorrer o inverso: a transferência de credibilidade-confiada ocorrer do sistema para a pessoa. Essa interpretação deduz-se a partir de uma fala de Helena (outra ouvinte e participante da pesquisa), quando, durante uma fala do Roberto, outro apresentador do programa, ela emitiu uma valoração positiva sobre aquilo que estava ouvindo. E por que ela acreditou no Roberto naquele instante? “Porque, porque ele faz parte de uma equipe, de um programa que tá indo fundo. Então, acredito no Roberto como nos demais que eu não conheço”.

No entanto, mesmo dentro desse caráter contagiante que possa ter o *Catavento*, desse lugar de crença, sempre há lugar para o senso crítico, como se observou na fala do seu Dedier (ouvinte e participante da pesquisa) quando lhe propus a seguinte situação: “E se o presidente Fernando Henrique Cardoso falasse no *Catavento*? Dava pra confiar nele?” “Não, não dava pra confiar nele, de maneira alguma. Não confio mais [risos]”.

Se sou confiável para você, e tenho um amigo, você já sai com uma predisposição de ter confiança também no meu amigo. Fico pensando, a partir dessa característica da credibilidade-confiada, se não poderia acontecer o contrário: em vez de haver uma transferência de credibilidade-confiada do positivo – que tem credibilidade-confiada – para o negativo, haver, sim, do negativo para o positivo; a credibilidade-confiada, ou não credibilidade-confiada do negativo, influenciar a boa credibilidade-confiada desfrutada pelo positivo. Aí também se insinua a característica de repetitividade da credibilidade-confiada – um episódio positivo gerar um retorno de credibilidade-confiada depois de vários episódios negativos.

O problema é que isso não se verifica apenas pelo número de acontecimentos, mas também pela qualidade de tais acontecimentos. Essa discussão toda acontece quando da relação entre dois polos contrários, um de alta, outro de baixa credibilidade-confiada. No caso do amigo em comum, se esse amigo era desconhecido anteriormente, a transferência pode ser imediata: de baixa ou de alta credibilidade-confiada.

O processo de transferência de credibilidade-confiada é perpassado também pela discussão da neutralidade da linguagem jornalística, como podemos perceber numa fala de Dorinha (ouvinte e participante da pesquisa). Para um mesmo depoimento do programa, durante sua escuta, ela acreditava e não acreditava no que a pessoa falava. Perguntei, então, se dava para acreditar numa pessoa num momento e desacreditar da mesma pessoa em outro:

Na pessoa que tá falando, a gente acredita. Às vezes a gente deixa de desacreditar [eu suponho que ela quisesse falar ‘deixa de acreditar’] naquilo que está sendo falado pela pessoa. Ela está informando. Eu não posso dizer que não acredito nela. Nela eu acredito. [...] O que a gente acredita ou deixa de desacreditar é

naquilo que está sendo informado, pelo papel que ela está lendo, pela resposta que ela tá pegando de alguém, tá transmitindo.

Outra questão relaciona-se a essa análise da Dorinha. Como o discurso do outro influencia na construção ou desconstrução da credibilidade-confiada? Como fica essa relação entre o jornalista, que informa, e a notícia, que é informada? Dorinha faz uma separação. A partir de seu posicionamento, pode ser até um aspecto da recursividade da confiança o fato de a Márcia (que fazia um comentário no programa) ter credibilidade-confiada para ela. No entanto, outros fatores podem ser lembrados. No caso, a transferência da credibilidade-confiada do sistema para as pessoas. Se é do *Catavento*, é confiável. Isso pode ser dito porque foi a primeira e única aparição da Márcia. Ou seja, aquela ideia de que a credibilidade é construída, é um processo, não é tão assim, ou pode não ser tão assim. Nesse caso, a credibilidade-confiada foi mesmo transferida.

Se acontece uma transferência de credibilidade-confiada para os componentes secundários do sistema (no caso, a Márcia, que fez uma inserção ocasional e se confundia com uma fonte), ocorre também a transferência da não credibilidade-confiada entre o sistema, o *Catavento*, e as fontes que não comungam de sua opinião. Mas a opinião do *Catavento* é explícita? Talvez não. Mas Helena soube identificar o direcionamento do programa. No caso, a discussão era sobre um geólogo, encarregado de mineração nas dunas, que orientava que, nos entulhos, para tampar as escavações não fosse utilizado lixo:

Eu senti, nessa entrevista que ele deu aí, que é contra, vai chegando aquela carreta de lixo, aquele [...] que só quer entulho, mentira! Ele é um [...] que tá mandando tudo. O próprio funcionário falou ali, que ele é o encarregado de tudo. Então, por que não a carreta de lixo e sim a de entulho?

Isso depõe contra o jornalismo, que tenta sempre ouvir as duas partes? No caso, ouvir as duas partes não instalaria uma visão dicotômica da realidade, uma divisão entre mocinho e bandido? Atente-se para o fato também de que, depois que o ouvinte passa a ter credibilidade-confiada no programa, tudo passa a ser originário dessa relação, e aí residiria o aspecto da fé, da crença. A partir disso, será que a credibilidade-confiada seria mesmo predisposto para a interação? Se você acredita na interação como construção de um diálogo, existiria diálogo numa relação que se estrutura em termos de fé e crença?

E qual seria, qualitativamente falando, a instância transferidora de maior credibilidade-confiada: as pessoas ou os sistemas? Tento considerar essa perspectiva ao discutir com Francisca (ouvinte e participante da pesquisa) sua credibilidade-confiada no frei Leonardo Boff. No caso, Boff foi alvo de voto de silêncio por parte da Igreja, por conta de suas ideias. Coloquei como dúvida para Francisca: em quem ela confiava, nessa situação, no Boff ou na Igreja? “Eu continuava, eu acreditava nele. Eu acreditava nele, porque a Igreja, a Igreja sempre agiu muito errado. Agora que ela tá, tá tentando consertar alguma coisa”.

Essa é uma passagem em que o sistema perde para as relações pessoais. Isso se aproxima do pensamento de Giddens, que diz que elas são mais gratificantes do que as relações com sistemas peritos ou sistemas abstratos.

Tento aprofundar essa discussão com Agnaldo (mais um ouvinte e participante da pesquisa). No programa analisado por ele, discute-se a previsão do inverno. E uma dupla de emboladores trava uma batalha para saber quem tem mais razão na previsão: se os sertanejos, com suas profecias, ou os cientistas, com suas aparelhagens modernas. Agnaldo dá sua opinião sobre quem transmite mais credibilidade-confiada: os sertanejos ou a ciência? “A ciência”. E quais seriam os mais confiáveis: cientistas ou sertanejos? “Tem que ter um? Eu não gosto de uma opção. Acho que a ciên-

cia, ela tem que levar em consideração também essa observação do sertanejo”.

Pela fala do Agnaldo, é mais fácil confiar nos sistemas. Na primeira pergunta, ele fez uma só opção; na segunda, regateou. Daí a credibilidade no *Catavento*, e não nas pessoas que o fazem, ser mais observada, embora a nomeação dessas pessoas seja uma constante durante todo o programa. A questão do trabalho em equipe também pode deslocar a credibilidade-confiada das pessoas para o programa.

Referências

- FREIRE, Paulo. *Extensão ou comunicação?* 10 ed. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1988.
- FUKUYAMA, Francis. *Confiança: as virtudes sociais e a criação da prosperidade*. Rio de Janeiro: Rocco, 1996.
- GIDDENS, Anthony. *As consequências da modernidade*. São Paulo: Unesp, 1991.

O rádio informativo em São Paulo: entre jornalismo logocêntrico e focos de resistência*

Marcelo Cardoso (Unisa)

O paradigma contemporâneo que norteia jornalistas e redações de rádio informativo¹ está fortemente permeado por interesses comerciais, por avanços tecnológicos, pelos cenários políticos e econômicos que se alternam em meio a crises e se misturam a práticas jornalísticas logocêntricas. O fenômeno não é novo, pois as origens do jornalismo estão ligadas indiretamente ao pensamento moderno, à ciência, ao cartesianismo, como observou Künsch ao lembrar que jornalismo e razão mantêm elos estreitos e antigos: “Descartes, Bacon, Galileu e Newton, os pais da ciência moderna, são também de alguma forma pais legítimos do jornalismo” (2006, p. 2). Segundo o pesquisador, desde o século XVII o jornalismo vem-se definindo e disciplinando como

* Este texto se originou de pesquisas realizadas durante o mestrado, entre 2008 e 2010.

¹ Ao utilizar o termo “rádio informativo”, em vez de “radiojornalismo”, optou-se por um conceito adotado por Meditsch (2001). O autor pesquisou a especificidade do meio de comunicação e preferiu afastar-se de possíveis vínculos que o termo “radiojornalismo” tem com os demais *media*. Distanciou-se propositalmente do termo “jornalismo”, intimamente marcado pelo conceito que envolve o *medium* impresso.

campo do conhecimento, cuida de registrar em livros e manuais de consulta as ferramentas, regras e técnicas de abordagem e reprodução simbólica dos fatos, acontecimentos e situações da atualidade. Padronizam-se os procedimentos na indústria da produção da notícia, estabelecem-se rotinas operacionais, definem-se linhas editoriais. O jornalismo espelha-se na ciência (p. 2).

Tal processo, porém, recrudescer nas últimas décadas e não ocorre exclusivamente no rádio. Encontram-se na literatura específica alguns marcos importantes que auxiliam a entender o incremento do pensamento que privilegia os processos racionais nas práticas jornalísticas. Os anos 1980, por exemplo, são representativos para se compreender uma das dimensões das transformações que ocorreram nesse campo no Brasil. Devido principalmente a fatores estruturais e ideológicos, os jornalistas passaram gradativamente a pensar e a agir dentro de uma racionalidade que deixa menos espaço a teorias e práticas mais humanizadas.

Em *A arte de tecer o presente: narrativa e cotidiano*, Cremilda Medina (2003) aborda as transformações sofridas pelo jornalista no campo que envolve as questões humanas, ideológicas e até filosóficas. A autora crê na necessidade de o jornalista se reencontrar presencialmente com os fatos cotidianos para narrá-los com mais vida e emoção, estimulando uma ponte sensorial com seu público. Trata-se de um exemplo oriundo do jornal impresso, mas que bem ilustra as demais áreas do jornalismo.

Medina lembrou o emblemático ano de 1984, quando saiu derrotada a proposta principal defendida pelo movimento Diretas Já. De acordo com a autora, o jornalismo, coincidentemente, entrou de forma definitiva em outros tempos. Uma fase em que se atribuiu menor valor ao pensamento criativo:

As empresas, então voltadas para a modernização tecnológica (a era da informatização), passam a tolher o que de forma quase orquestrada consideravam ímpetos esquerdistas extemporâneos. Perdem-se ou se atrofiam as grandes narrativas e se valorizam os projetos tecnoformais, como, por exemplo, os recursos de computação gráfica, a fórmula da notícia curta, descarnada, os gráficos da quantificação sobre os comportamentos humanos. Histórias de vida que dão sentido aos contextos sociais ficam à deriva perante a pirotecnia visual e gráfica (p. 32).

Os reflexos desse processo, no entanto, já se manifestavam fortemente a partir da década de 1960, como destacou a pesquisadora Gisela Swetlana Ortriwano, ao comentar um dos efeitos do golpe militar no país em relação ao jornalismo radiofônico. Segundo Ortriwano, as práticas jornalísticas foram limitadas

à sua essência puramente adjetiva: textos redigidos e entrevistas editadas, sempre extremamente curtas (dificilmente eram mantidas as perguntas feitas pelos repórteres), limitando-se à informação sobre algum fato, nunca permitindo a exposição de juízos de valor, a sustentação de opiniões, a discussão de ideias (o que requer um tempo mais longo, uma vez que é necessário apresentar argumentos para que a opinião expressa conquiste adeptos) [...] os jornalistas não precisavam mais falar de improviso (1998, p. 19).

A pesquisadora entendia que não somente o jornalismo radiofônico perdera, mas também os profissionais, seriamente afetados: “[...] toda uma geração de jornalistas não pôde exercer suas funções de acordo com os requisitos exigidos pelas próprias características do meio radiofônico” (p. 10).

O retorno da democracia ao Brasil representaria a chance de um jornalismo mais plural e criativo no rádio. E a partir

dos anos 1990 ficou mais evidente a separação entre as emissoras que utilizavam a informação como referência em sua programação e as demais. Segundo Meditsch, naquela época o jornalismo praticado no rádio “em sua manifestação realmente significativa como produção de conhecimento sobre a realidade” (2001, p. 31) situava-se cada vez mais nas emissoras especializadas. As demais optaram pelo jornalismo para o cumprimento da lei e obtinham as notícias, inclusive, das rádios informativas.¹

Em 1991, a Central Brasileira de Notícias (CBN-AM),² emissora do Sistema Globo de Rádio, conseguiu sucesso ao optar por colocar no ar notícias durante todo o dia, inclusive nos fins de semana, nas praças de São Paulo e Rio de Janeiro. Grupos que controlavam emissoras perceberam no jornalismo um filão a ser explorado novamente.

Entre o fim dos anos 1980 e o da década de 1990, havia na cidade de São Paulo emissoras com muitas equipes de jornalistas e com um número razoável de repórteres. Frequentemente, os profissionais faziam longas narrações gravadas ou ao vivo. Ouvintes podiam perceber a ambientação sonora, acompanhar diálogos entre o repórter e o entrevistado a partir do local de transmissão. O cenário descrito por Ortriwano estava mudando. Até emissoras consideradas populares, ou seja, que não possuíam o jornalismo como característica principal de sua programação e tinham como público-alvo as classes C, D e E, resolveram investir na reportagem. A Rádio Capital AM, por exemplo, teve entre os anos de 1997 e 1998 dez

² Segundo Ferraretto (2007, pp. 174-5), somente a partir da década de 1980 é que se pôde falar em emissoras dedicadas à programação cujo conteúdo principal era o jornalismo. A Rádio Jornal do Brasil AM (RJ) foi a primeira a mudar a programação e a passar à transmissão de notícias 24 horas por dia. Tomou por base o formato norte-americano *all-news*. A experiência começou em maio de 1980, mas, devido à falta de investimentos em equipamentos e pessoal mais habilitado, seis meses depois, a emissora desistiu do modelo. A Rádio Gaúcha, de Porto Alegre, também adotou o jornalismo como carro-chefe da programação. A emissora investiu na cobertura regional em tempo integral, fato que, inclusive, influenciou a CBN.

repórteres que atuavam ao longo do dia, número interessante para uma emissora não jornalística.

Curiosamente, porém, a crescente industrialização no país e a expansão do capitalismo e do pensamento neoliberal pelo Ocidente – onde se tornara quase uma unanimidade – pesaram mais sobre as empresas jornalísticas. E no rádio não foi diferente. A abertura política que se instalara no Brasil e permitira um jornalismo diferente de até então veio acompanhada por um modelo que aos poucos ganhava força.

As redações começaram a adotar novos padrões de comportamentos teóricos e práticos. As narrativas³ foram condensadas devido à inquietação com o fator tempo e à política que privilegiava cada vez mais o aumento do número de anunciantes. Isso significou também a redução gradual do tempo das reportagens veiculadas. Tal preocupação em relação aos procedimentos adotados pode ser observada na recomendação de Maria Elisa Porchat, autora de um dos manuais jornalísticos mais conhecidos entre os já escritos no país, o da Rádio Jovem Pan AM, de São Paulo:

Faz parte, entretanto, da racionalização do radiojornalismo moderno gravar as matérias, por economia de tempo. Perdem-se a instantaneidade e um pouco da espontaneidade, em troca de tempo e de uma forma aperfeiçoada, já que a gravação permite que cortes e correções sejam feitos (1993, p. 54).

Na visão da nova geração de empresários e jornalistas-gestores dos anos 1990, era preciso adequar cada vez mais o tempo da reportagem veiculada e, para isso, exigia-se um trabalho de edição, o que significava cortar tudo o que supostamente não era neces-

³ Entende-se por narrar o ato de contar uma história, relatar um acontecimento ou fato. Para Sodré, a narrativa tem uma função integradora que mistura “realidade histórica com imaginário coletivo” (2009, p. 15) e é uma das características do jornalismo.

sário, inclusive os sons ambientes ou efeitos sonoros. O trabalho do jornalista fora afetado: seu *modus operandi* e pensante se modificou. Valorizavam-se mais os modelos, os padrões e as regras. Atribuía-se menor importância às singularidades de cada sujeito, aos detalhes, às percepções em torno dos cenários nos quais o jornalista utilizava todos os seus sentidos para realizar seu trabalho.

Narrativas empobrecidas

O rádio foi conhecido desde a sua origem como o *medium* capaz de emitir informação de forma mais rápida que os demais *medias*. Mesmo com o surgimento da internet e a simplificação da tecnologia que oferece suporte ao funcionamento da televisão, o jornalismo no rádio ainda é apresentado aos ouvintes como o mais ágil e imediato para se divulgar uma notícia, e a conduta do jornalista atuante nesse *medium* não é diferente, como observa Salomão:

No trabalho de construção da notícia, o repórter de rádio lida com o acontecimento geralmente ainda em processo. O rádio deve buscar noticiar não o ocorrido, mas o que está ocorrendo. Um misto de participante/ testemunha/ narrador, o repórter de rádio, nas transmissões ao vivo, tenta ‘presentificar’ a notícia para o ouvinte com o acontecimento ainda se desenrolando (2003, p. 81).

A noção em torno do termo tempo real ganha na contemporaneidade cada vez mais importância para o trabalho do jornalista no rádio e está intimamente ligada a competência, agilidade, liderança, credibilidade, onipresença, abrangência e velocidade. Cumpre-se o que os manuais sugerem: receber o máximo de informações, selecioná-las, editá-las e emití-las. Com isso, o ouvinte tem a impressão de que não perdeu o que realmente importa à sua vida.

As emissoras “vendem” a ideia de que podem facilitar a vida do ouvinte e antecipam as condições do tempo e do trânsito; orientam como aplicar o dinheiro; aconselham sobre a criação dos filhos etc. Cria-se para o ouvinte a sensação em torno da realidade de num ciclo no qual, compulsivamente, o trabalho do jornalista também segue o mesmo ritmo.

Na atualidade, o cerceamento do trabalho dos jornalistas também ocorre por meio do enxugamento das equipes e do orçamento e até mesmo pelas facilidades que as novas tecnologias oferecem: a internet e a gravação de uma entrevista a partir de um estúdio na emissora são exemplos. Opta-se por ficar na redação e observar o fato a distância, colhendo-se informações burocraticamente. É a faceta negativa da tecnologia.

O resultado dessa combinação de fatores foi o empobrecimento das narrativas, a utilização parcial ou cada vez menos usual da correta e completa linguagem radiofônica⁴ e a perda ou redução dos vínculos⁵ entre ouvinte e *medium*. Então, como escapar do paradigma descrito até aqui? Seria possível voltar a construir amplamente uma narrativa que se afaste da racionalidade excessiva dos tempos modernos? Uma narrativa que aproxime os interlocutores, expresse o pensamento humano para ajudar a organizá-lo, conforme explicam Künsch (2006) e Medina (2003)?

Antes de começar a responder a essas questões, é necessário compreender qual a perspectiva que se adota em torno do termo

⁴ Compreende-se por linguagem radiofônica o “conjunto de formas sonoras e não sonoras representadas pelos sistemas expressivos da palavra, da música, dos efeitos sonoros e do silêncio, cuja significação vem determinada pelo conjunto dos recursos técnico-expressivos da reprodução sonora e pelo conjunto de fatores que caracterizam o processo de percepção sonora e imaginativo-visual dos radiouvintes” (Balsebre, 2000, p. 27).

⁵ Entendem-se “vínculos” na perspectiva de Baitello Junior: “[...] ter ou criar um elo simbólico ou material, constituir um espaço (ou um território) comum, a base primeira para a comunicação” (1999, p. 87). Nas relações comunicativas, ocorrem, portanto, processos que, por serem permeados pela cultura, podem gerar maior proximidade ou distância entre os protagonistas vinculados.

comunicação: ela é entendida a partir da proposta dos pesquisadores que integram a denominada Escola de Palo Alto ou Colégio Invisível.⁶ Observa-a como partilha, “colocar algo em comum”, e não mais no sentido de “transmitir”. A comunicação é estabelecida a partir de um conjunto de variáveis que dialogam entre si e são permeadas pela cultura na qual estão inseridas, assim como está aquele que participa da comunicação, como é o ouvinte de rádio. Ele não é a origem ou o ponto de chegada da comunicação, mas participa do processo.

Retoma-se, assim, a gênese do termo latino *communicare*: pôr-se ou ficar em contato, unir-se, compartilhar. É, portanto, um termo que se identifica com as pesquisas desenvolvidas pela Escola de Palo Alto. Seus pesquisadores entendem comunicação como um

processo social permanente que integra múltiplos modos de comportamento: a fala, o gesto, o olhar, a mímica, o espaço interindividual etc. Não se trata de fazer uma oposição entre a comunicação verbal e a ‘comunicação não verbal’: a comunicação é um todo integrado. [...] Assim como os enunciados da linguagem verbal, as ‘mensagens’ oriundas de outros modos de comunicação não têm significação intrínseca: só no contexto do conjunto dos modos de comunicação, ele próprio relacionado com o contexto da interação, a significação pode ganhar forma (Winkin, 1998, p. 32).

José Eugenio de Oliveira Menezes (2008a) destaca que esses pesquisadores de formação antropológica chamam a atenção para o fato de que se deve “despertar para uma leitura comunicacional

⁶ Trata-se de um grupo de pesquisadores americanos que ficou mais conhecido a partir dos anos 1950: Erving Goffman, Edward T. Hall, Gregory Bateson e Ray Birdwhistell, entre outros. Realizavam estudos, cada um em sua região. Trocavam experiências e acompanhavam os trabalhos uns dos outros, sem, no entanto, se reunir presencialmente como um grupo constituído.

do mundo social e um método etnográfico de análise dos fenômenos” e, quando se referem a “método etnográfico”, defendem as investidas a campo, estar *in loco*. Essas ideias vão ao encontro do jornalismo. Medina, quando dialoga sobre a necessidade de o jornalista manter maior contato com os acontecimentos diários, entende que isso o ajudará a estabelecer uma relação mais estreita com seu público. Para a autora, ao seguir cartilhas, o profissional vai deixando o sensível dar lugar ao racional: “A razão treinada para resultados imediatos perde a força do afeto e não dá margem a um *insight* criativo” (2003, p. 49).

O ouvinte que participa da comunicação ao entrar em contato com as mensagens radiofônicas será também protagonista: receberá informações e influenciará quem as emite. Assim, o discurso no rádio informativo é determinado tanto por quem o faz quanto por quem o ouve (Meditsch, 2001, pp. 54-5). Isso significa que há uma interação entre profissional e ouvinte.

O antropólogo Ray Birdwhistell complementa a ideia ao afirmar que “não nos comunicamos, participamos da comunicação” (apud Winkin, 1998, p. 14). Significa que, por estar inserido numa cultura, mesmo sem haver comunicação gestual ou oral, pode-se dizer algo ou influenciar alguém. Winkin utilizou o termo “comunicação orquestral” para ilustrar o conceito: “Em sua qualidade de membro de determinada cultura, o ator social faz parte da comunicação, assim como os músicos fazem parte de uma orquestra. Mas, nessa vasta orquestra cultural, cada um toca adaptando-se ao outro” (p. 14).

Ao se distanciar fisicamente do outro, ao permanecer nas redações, por exemplo, o jornalista tem menos oportunidade de desenvolver uma narrativa mais vinculadora. Mas como seria hoje a “comunicação” nas principais emissoras de rádio informativo paulistanas?

Pesquisadores da cidade de São Paulo pouco registraram, na primeira década do século XX, em relação a movimentos que

apontem na direção da produção de um jornalismo mais vinculador, narrativas envolventes que permitissem levar o ouvinte a uma quase vivência do fragmento de realidade que lhe é apresentado. Alguns estudiosos, no entanto, realizaram pesquisas que indicam haver tais experiências, mesmo não sendo frequentes.

Destacam-se as reportagens produzidas e apresentadas entre 2002 e 2003 pela jornalista Filomena Saleme, na Rádio Eldorado,⁷ empresa do grupo *O Estado de São Paulo*, e pesquisadas por Menezes (2007). Entre as peças radiofônicas analisadas, há uma que chama a atenção: a série “Retratos da fome”.⁸ O autor a utilizou como objeto de sua pesquisa a respeito da criação de vínculos sonoros que ligam o corpo e o *medium*; que estabelecem uma ponte sensorial entre ouvinte e jornalista; que amarram o tempo cronológico e o mitológico.

Menezes observou numa das reportagens como é importante realizar um jornalismo radiofônico que ligue estreitamente *medium* e ouvinte:

Através da narração, a jornalista Filomena Saleme tece uma história, apresenta personagens, articula os fios de experiências de vida, repercute a dimensão sonora da comunicação, ‘provo-ca’ os ouvidos dos paulistanos que – às sete da manhã – já estão trabalhando ou realizando outras atividades vinculadoras (2007, p. 105).

⁷ A empresa é conhecida hoje por Rede Eldorado de Rádio devido às parcerias que firmou com outras emissoras.

⁸ A série veiculada entre novembro de 2002 e o início de 2003 recebeu prêmio da Fundación para um Nuevo Periodismo Ibero-Americano. A repórter viajou pelo país e traçou um paralelo entre problemas encontrados e relacionados ao tema e que, ao mesmo tempo, estão muito próximos dos moradores da cidade de São Paulo. É uma composição entre a narração da repórter e os depoimentos de habitantes dos locais visitados. Apresenta sons característicos que estimulam os sentidos e a memória do ouvinte.

Entre os exemplos que levam em conta os conceitos abordados, ressalta-se, ainda, a série de reportagens realizada pelo repórter Flávio Guimarães Perez na mesma emissora, mas veiculada entre setembro e outubro de 2008. O trabalho foi objeto de pesquisa do autor deste texto (Cardoso, 2010). O repórter da emissora percorreu o cenário em que se encontra o rio Tietê, da nascente à foz. Perez levou ao ouvinte como é a relação que envolve o Tietê e os moradores das cidades banhadas pelo rio, inclusive São Paulo. Os sons dos ambientes e as vozes características de pessoas de cada região auxiliam o ouvinte a praticamente “sentir” as radioreportagens.

Outra experiência observada envolve a Rádio CBN (Cardoso, 2010). Ouvintes relatam suas histórias sobre a capital paulista – no quadro “Conte sua história de São Paulo”⁹ – e estabelecem estreitos vínculos entre o âncora da emissora, Milton Jung, e demais ouvintes. No blog do jornalista, o ouvinte lê e escreve suas histórias. Os relatos são recontados no rádio após serem sonorizados. As narrativas são capazes de provocar vínculos que unem presente e passado e possibilitam a comunicação no sentido já proposto.

Menciona-se também um estudo sobre o *Jornal da CBN* (1ª edição), veiculado na mesma emissora. Menezes (2009) observou a dimensão lúdica da narrativa jornalística em áudio e como os processos de vinculação ocorrem a partir da oralidade mediatizada.

Focos de resistência

O processo que envolve as atividades jornalísticas continua endurecido no cenário contemporâneo. De forma geral, ainda privilegiam-se os esquemas e as normas, reduz-se a importância do não racional, mesmo sabendo que jornalistas são seres que pensam e sentem antes de qualquer prática. É possível, no entanto, encon-

⁹ Disponível em <http://colunas.cbn.globo.com/miltonjung/category/conte-sua-historia-de-sao-paulo/>. Acessado em 22 de maio de 2010.

trar focos de resistência. Podem ser frutos da força de vontade de alguns, de experiências logo abandonadas de outros ou, simplesmente, da vontade legítima de se tentar conectar ao ouvinte, fazê-lo viajar pelas ondas do rádio, ativar seu imaginário, revalorizar a audição e a utilização atenta e criteriosa da linguagem radiofônica.

Certos profissionais mudaram a “relação sujeito-objeto do técnico em informação de atualidade para a relação sujeito-sujeito do mediador social” (Medina, 2003, p. 40). Levam em conta as especificidades do rádio e entendem que o ouvinte é um interlocutor, e não simples receptor de mensagens. São jornalistas que compreendem que o ouvir é mais que apenas a percepção de sons por meio do aparelho auditivo. São ruídos sonoros transformados em informações codificadas pelo cérebro, como destaca Meditsch:

A atividade cognitiva do receptor em relação à informação radiofônica começa na percepção, e o discurso do rádio é percebido pela audição. Toda a maquinação eletrônica e a mediação humana envolvidas na sua produção e expressas na sua forma chegam ao ouvinte como um produto estritamente sonoro. É com esse conteúdo sonoro que o sujeito da recepção se relaciona para extrair um significado, atribuindo-lhe um sentido (2001, p. 255).

Segundo o autor, portanto, o ouvinte também recebe a mensagem do rádio “percebendo-a”. Do contrário, a mensagem oral pode simplesmente se comportar como palavras lançadas ao vento: perdem-se sem sentido. Isso pode ocorrer porque, como é de conhecimento comum, o ouvinte desenvolve, ao mesmo tempo, outra atividade enquanto o som sai do rádio, seja de aparelhos ou mesmo pela internet. De acordo com Meditsch, é nesse instante que a comunicação não verbal se torna mais importante e pode ser grande aliada do emissor para não deixar seu ouvinte se distanciar do que é emitido.

Uma vez sintonizado na emissora e disposto a receber informações jornalísticas ou de entretenimento, o ouvinte deve ser envolvido, evitando-se que sua atenção se disperse. Deve-se ter em mente que os sons apreendidos pelo ouvinte entrarão em diálogo com as experiências de vida, com as emoções, com os sentidos que provocam sensações e atravessam todo o corpo.

E, se a lógica calculante impera como norteadora das empresas de rádio informativo, convém lembrar que tais considerações seguem no sentido do incremento da audiência. Se o jornalismo radiofônico conseguir gerar vínculos e tocar o ouvinte, é muito provável que o mantenha atento¹⁰ e fiel à emissora, por ondas hertzianas, na web ou em aparatos como os celulares.

O segundo argumento relaciona-se com a rapidez com que o homem cria e se deixa envolver pela tecnologia. Há cinco décadas, o importante pensador da contemporaneidade, o canadense Herbert Marshall McLuhan (1999, p. 88), afirmou que uma inovação tecnológica cria novas necessidades na mente humana. Essa mesma evolução técnica pode ser benéfica no sentido de combater o excesso de racionalidade no pensamento jornalístico.

Para que isso ocorra, profissionais e gestores que atuam no jornalismo radiofônico precisam abrir mais espaços às experiências, mas não somente àquelas que permitem aos ouvintes participar da programação por e-mail, mensagens eletrônicas de celulares e outros aparatos. É importante pensar no jornalismo radiofônico considerando a mobilidade e as gerações que estão sendo apresentadas a um mundo já conectado à internet. Deve-se compreender que há uma nova forma de radiofonia, conforme observou a jornalista e pesquisadora Nair Prata (2009, p. 50). Trata-se de um cenário de multiplicidades técnicas, mas também humanas:

¹⁰ Segundo Meditsch (2001, p. 183), estudos indicam que, desde os anos 1950 até a década de 1990, o tempo de atenção contínua do ouvinte ao rádio caiu de 15 minutos para até um minuto e meio.

A web hibridiza o rádio, que passa a apresentar tanto novos gêneros e formas de interação quanto os antigos, no formato original e também reconfigurados, que mesclam os formatos analógicos e digital (p. 213).

É importante, então, pensar num jornalismo radiofônico voltado também aos novos ouvintes. Mesmo diante do quadro apresentado, é possível produzir narrativas que permitam boas conexões com o ouvinte. Com equipes mais numerosas e bem distribuídas, com criatividade e orçamentos menos enxutos, seriam ilimitadas as possibilidades de melhorar essa comunicação.

Referências

- BAITELLO JUNIOR, Norval. *O animal que parou os relógios: ensaios sobre comunicação, cultura e mídia*. São Paulo: Annablume, 1999.
- BALSEBRE, Armand. *El lenguaje radiofónico*. Madri: Cátedra, 2000.
- CARDOSO, Marcelo. *O jornalismo radiofônico e as narrativas vinculadoras: experiências de emissoras paulistanas* (dissertação). Facasper (SP), 2010, 150 f.
- FERRARETTO, Luiz Artur. *Rádio: o veículo, a história e a técnica*. Porto Alegre: Dora Luzzatto, 2007.
- KÜNSCH, Dimas Antônio. “Narrativa jornalística e reconstrução do cosmos”. *Anais do XXIX Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação*. Brasília, 2006, pp. 1-14.
- . “Crise, compreensão e comunicação: contra a certeza do pensamento avassalador”. *Libero*, São Paulo, 2008, n. 22, pp. 43-51.
- MCLUHAN, Marshall. *Os meios de comunicação como extensões do homem*. São Paulo: Cultrix, 1999.
- MEDINA, Cremilda. *A arte de tecer o presente: narrativa e cotidiano*. São Paulo: Summus, 2003.
- MEDITSCH, Eduardo. *O rádio na era da informação: teoria e técnica do novo radiojornalismo*. Florianópolis: Insular/ Ed. da UFSC, 2001, 304 p.
- MENEZES, José Eugenio de Oliveira. *Rádio e cidade: vínculos sonoros*. São Paulo: Annablume, 2007.

- . “Comunicação e cultura do ouvir”. In KÜNSCH, Dimas Antônio e BARROS, Laan Mendes de (orgs.). *Comunicação. Saber, arte ou ciência? Questões de teoria e epistemologia*. São Paulo: Plêiade, 2008a, pp. 153-71.
- . “Cultura do ouvir: os vínculos sonoros na contemporaneidade”. *Líbero*, São Paulo, 2008b, v. 11, n. 21, pp. 111-8.
- . “Rádio informativo e ecologia da comunicação: o *Jornal da CBN* como cenário de vinculação sociocultural”, 2009. Disponível em <http://www.intercom.org.br/papers/nacionais/2009/resumos/R4-1634-1.pdf>. Acessado em 9 mai. 2010.
- ORTRIWANO, Gisela Swetlana. “Rádio: interatividade entre rosas e espinhos”. *Novos olhares*, São Paulo, 1998, n. 1, pp. 13-30.
- PORCHAT, Maria Elisa. *Manual de radiojornalismo Jovem Pan*. São Paulo: Ática, 1993.
- PRATA, Nair. *Webradio: novos gêneros, novas formas de interação*. Florianópolis: Insular, 2009.
- SALOMÃO, Mozahir. *Jornalismo radiofônico e vinculação social*. São Paulo: Annablume, 2003.
- SODRÉ, Muniz. *A narração do fato: notas para uma teoria do acontecimento*. Petrópolis: Vozes, 2009.
- WINKIN, Yves. *A nova comunicação: da teoria ao trabalho de campo*. Campinas: Papyrus, 1998.

Radiojornalismo comunitário: limitações e possibilidades

Dioclécio Luz (UnB)

Para compreender o radiojornalismo das rádios comunitárias, e o porquê de ele existir, é necessária uma visão ampla do pesquisador. É preciso observar o contexto social em que a emissora está inserida, quem são os “fazedores de notícia” ou por que estão ausentes, as limitações de recursos técnicos e humanos, a cultura da comunidade. Neste texto, optamos por observar, entre as muitas variáveis envolvidas, aquelas que nos pareceram as mais importantes por restringir ou ampliar os limites do radiojornalismo. Consideramos *jornalismo* o ato de apurar, produzir e difundir notícias (Marcondes Filho, 2009). Vamos tratar por *radiojornalismo* o jornalismo praticado em emissoras de rádio.

As limitações da lei

A legislação que regulamenta o Serviço de Radiodifusão Comunitária (Lei 9.612/98 e Decreto 2.615/98) tem uma série de restrições, as quais interferem na rotina jornalística e no resultado final, a notícia. Elencamos algumas limitações e analisamos suas consequências para o radiojornalismo:

1. *Potência máxima de 25 watts e alcance de 1 km* – isso limita a audiência. O noticiário da emissora não conterà informes sobre determinado bairro (comunidade) se o sinal da emissora não chegar até lá;
2. *Repressão com base em dispositivo criado pela ditadura militar* – o artigo 70 da Lei 4.117/62 resulta do Decreto-Lei 236/67 (general Castelo Branco) e considera crime, punível com detenção de um a dois anos, a instalação ou utilização de telecomunicações, sem autorização do Estado;
3. *Designação de um só canal de frequências por região* – os sinais das emissoras comunitárias se confundirão, restando-lhes a opção de reduzir a potência ou aumentá-la para superar a outra rádio. O jornalismo da rádio pode refletir a situação, criando animosidades contra a outra emissora/comunidade ou descartando do noticiário os informes direcionados para a comunidade instalada além da fronteira. Além do mais, a Anatel designa esse canal único de operação das rádios comunitárias abaixo da faixa de transmissão em FM (88 a 108 MHz). Fazer rádio para quem se os aparelhos não captam o sinal?¹
4. *Veto à formação de redes entre as emissoras comunitárias* – isso impede a solidariedade entre as emissoras e a troca de informações (via jornalismo) entre comunidades;
5. *Exigência de que os dirigentes da emissora residam no círculo determinado pelo raio de alcance, 1 km* – o jornalismo da emissora está condicionado às lideranças locais. Se em determinada comunidade o dirigente não valoriza o jornalismo, o noticiário é descartado ou feito de forma precária;
6. *Não proteção da emissora da interferência de outros serviços de radiodifusão;*

¹ É o caso da Heliópolis FM, em São Paulo, cuja frequência é de 87,9 MHz.

7. *Proibição da publicidade* – isso permite apenas o “apoio cultural” (sobre o que a legislação não esclarece). Para sobreviver, algumas emissoras optam pela implementação de projetos sociais. São projetos que viabilizam o pagamento de funcionários, o aluguel de salas, a manutenção de equipamentos. Nesse caso, o jornalismo comunitário é favorecido porque é o elemento central do projeto (campanhas de saúde, amamentação, controle da dengue, por exemplo). Portanto, sem querer, a restrição legal fortalece o jornalismo comunitário.

Como as rádios comunitárias, salvo exceções, não remuneram pela atividade, predomina a militância (a paixão pelo rádio). No jornalismo, essa militância se traduz na precariedade da função. Por mais que haja dedicação das pessoas envolvidas, o jornalismo praticado nessas rádios é deficiente. Considere-se ainda que o profissional mais qualificado da comunidade será atraído por empresas que melhor remunerem seu trabalho. Não havendo como remunerar um jornalista profissional, cabe aos da emissora fazerem o jornalismo que lhes pareça correto.

Mas essa é uma questão ainda em aberto. Conforme Edisvânio Nascimento, da Santa Luz FM,² não basta colocar um jornalista formado na emissora. Santa Luz fez essa experiência no passado, e o profissional, por desconhecer o que é uma rádio comunitária, tentou implantar nela um jornalismo de emissora comercial. Não deu certo. Segundo Edisvânio, “o ideal é alguém que dialogue conosco, que venha para cá disposto a ouvir a comu-

² A rádio está situada no município de Santa Luz, sertão baiano, a 260 km de Salvador. Foi fechada cinco vezes pela Polícia Federal e a Anatel. A autorização de funcionamento saiu em 2008. Mesmo com a rádio funcionando sem autorização, em 2007 Edisvânio foi um dos premiados pela Agência Nacional dos Direitos da Infância (ANDI), com o título de *jornalista amigo da infância*.

nidade, a aprender com ela, aprendendo assim o que é jornalismo comunitário. Ele ensina e aprende. Uma troca”.³

Via de regra, a falta de qualificação faz com que o jornalismo da emissora se resume à leitura de revistas, jornais impressos ou informes da internet (agências, blogs etc.). Difunde-se o superficial: horóscopo, joguinhos, novela, “você sabia”, cultura inútil... Reproduz-se o pior das emissoras comerciais. É um jornalismo descolado das finalidades das rádios comunitárias.

De modo geral, a legislação gera medo e insegurança. Situações como funcionar fora da faixa do dial, não ter a proteção do Estado quanto à interferência de outros sistemas de radiodifusão e submeter-se à repressão estatal baseada em “lei” criada no regime de exceção acabam gerando um clima de marginalidade, mesmo nas emissoras autorizadas. Se o medo (das autoridades, da Anatel, da Polícia Federal, do Ministério das Comunicações) é uma constante, o jornalismo pode manifestar baixa autoestima; pode ainda favorecer o sentimento de exclusão e submissão aos abusos dos poderes estatais.

Princípios

A questão de princípios define o *modus operandi* da emissora e, por extensão, seu jornalismo. Se determinados princípios orientam a emissora para um tipo de noticiário, em sentido inverso pode-se também afirmar que esse noticiário é que vai determinar a rádio. O hábito jornalístico faz a emissora; e o habitat (a emissora) também determina o hábito do jornalismo.

Dois artigos da Lei 9.612/98 estabelecem como a emissora deve pautar sua atuação na comunidade. O artigo 3º diz qual é sua finalidade; já o 4º institui os princípios:

³ Depoimento ao autor, que viajou a Santa Luz, em 24 de setembro de 2009.

Art. 3º O Serviço de Radiodifusão Comunitária tem por finalidade o atendimento à comunidade beneficiada, com vistas a:

- I – dar oportunidade à difusão de ideias, elementos de cultura, tradições e hábitos sociais da comunidade;
- II – oferecer mecanismos à formação e integração da comunidade, estimulando o lazer, a cultura e o convívio social;
- III – prestar serviços de utilidade pública, integrando-se aos serviços de defesa civil, sempre que necessário;
- IV – contribuir para o aperfeiçoamento profissional nas áreas de atuação dos jornalistas e radialistas, de conformidade com a legislação profissional vigente;
- V – permitir a capacitação dos cidadãos no exercício do direito de expressão da forma mais acessível possível.

Art. 4º As emissoras do Serviço de Radiodifusão Comunitária atenderão, em sua programação, aos seguintes princípios:

- I – preferência a finalidades educativas, artísticas, culturais e informativas em benefício do desenvolvimento geral da comunidade;
 - II – promoção das atividades artísticas e jornalísticas na comunidade e da integração dos membros da comunidade atendida;
 - III – respeito aos valores éticos e sociais da pessoa e da família, favorecendo a integração dos membros da comunidade atendida;
 - IV – não discriminação de raça, religião, sexo, preferências sexuais, convicções político-ideológico-partidárias e condição social nas relações comunitárias.
- § 1º É vedado o proselitismo de qualquer natureza na programação das emissoras de radiodifusão comunitária.

§ 2º As programações opinativa e informativa observarão os princípios da pluralidade de opinião e de versão simultâneas em matérias polêmicas, divulgando, sempre, as diferentes interpretações relativas aos fatos noticiados.

§ 3º Qualquer cidadão da comunidade beneficiada terá direito a emitir opiniões sobre quaisquer assuntos abordados na programação da emissora, bem como manifestar ideias, propostas, sugestões, reclamações ou reivindicações, devendo observar apenas o momento adequado da programação para fazê-lo, mediante pedido encaminhado à direção responsável pela rádio comunitária.

Esses princípios e finalidades moldam o jornalismo das rádios comunitárias. Portanto, é possível imaginar um jornalismo direcionado à comunidade, com o objetivo de integrar seus membros, de educá-los no sentido ético e cultural e até na prática da liberdade de expressão.

Além destes, podemos considerar outros elementos que caracterizariam a rádio comunitária. A professora Cicília Maria Peruzzo⁴ assinala alguns deles:

- a) Caráter público – pertencer a uma coletividade geograficamente definida;
- b) Democracia – possuir sistemas de gestão compartilhada funcionando com órgãos deliberativos coletivos, tais como conselhos gestores, editoriais e assembleias públicas;
- c) Controle social – a programação deverá ser acompanhada e fiscalizada, no sentido de verificar sua adequação aos interesses da comunidade e aos princípios da lei, por um conselho formado por entidades da comunidade local;

⁴ Professora de Comunicação da Universidade Metodista (SP).

- d) Pluralismo – ser plural, no sentido de permitir que todos os segmentos da comunidade tenham o direito de se expressar no veículo em igualdade de condições;
- e) Não ter fins lucrativos – os recursos da propaganda devem ser destinados a custeio, manutenção, pessoal e/ou reinvestimento no próprio veículo ou em ações para a comunidade;
- f) Compromisso social – promoção de ações que visem ao desenvolvimento e à organização da comunidade;
- g) Conteúdo local – valorização e incentivo da produção local;
- h) Sem proselitismo – as religiões não podem usar a rádio para realizar cultos, missas, pregações;
- i) Educar para a cidadania – compromisso com a educação para a cidadania no conjunto da programação.

Aos critérios definidos por Peruzzo, acrescentaríamos outros, que representam um conjunto de princípios determinantes para a linha de conduta das rádios comunitárias:

- a) Jornalismo com a comunidade – fazer um jornalismo que tem na comunidade seu foco. Não um jornalismo para, mas com a comunidade: ela faz o jornalismo que lhe interessa;
- b) Programação musical de qualidade – valorizar a diversidade de expressões musicais; promover os artistas locais; não receber remuneração para tocar música (jabá); não tocar canções que estimulem a violência, o racismo, a discriminação, a exclusão. Pode ser construída uma estética da comunidade, que estabelece seus valores estéticos;
- c) Postura educacional – rádio é escola. Sua missão é transmitir o saber. O que melhor reflete isso é a proposta de comunicação dialógica de Paulo Freire.

O radiojornalismo

O que seria um modelo possível de radiojornalismo comunitário diante das configurações determinadas pela legislação, por seus princípios deontológicos e pelas expectativas da comunidade? Tal modelo passa necessariamente por uma questão de fundo: o fato de qualquer pessoa da comunidade – independentemente de status social e formação – poder ocupar o microfone e “transmitir notícias”. Não apenas jornalistas, mas o motorista de ônibus, o gari, o médico, o vendedor ambulante, o professor, enfim, qualquer um pode ser “jornalista” nas rádios comunitárias. E é assim que elas funcionam hoje. É típico delas.

A vantagem desse jornalismo feito por “qualquer um” é que ele toma como ponto de partida a cultura (em seu sentido antropológico) e a geografia social do lugar, o que facilita a comunicação e instiga a pessoa a procurar novos saberes. Disso, resulta um fenômeno já observado por vários autores, como Paiva (2007), Peruzzo (s. d.) e Luz (2004, 2007): muita gente de rádio comunitária voltou a estudar ou resolveu estudar depois de ter passado a atuar nela. A desvantagem é a precariedade e o amadorismo desse radiojornalismo.

Neste ponto, podemos considerar que o radiojornalismo comunitário está em processo de construção e apontar alguns elementos desse processo:

- 1) Não há um referencial, um modelo, um projeto comum. Ficou por conta de cada emissora desenvolver seu radiojornalismo ou o que entende como tal;
- 2) Na falta de um modelo próprio, as emissoras comunitárias seguem os disponíveis, que estão nas rádios comerciais. A não ser via internet, a população do interior não tem acesso a um modelo de jornalismo que valorize a informação, a notícia;

- 3) Prevalece a cultura local. Isto é, cada qual faz radiojornalismo a partir de seu saber, de seu aprender, do acesso aos demais veículos de comunicação. Bons e maus exemplos podem ser incorporados ao radiojornalismo da emissora comunitária;
- 4) O caos. Considerando-se que são quase quatro mil rádios autorizadas hoje, e um número incalculável de não autorizadas, podemos afirmar que o radiojornalismo nessas emissoras é um imenso campo de experiências, incluindo desde os mais tradicionais processos de corta-e-cola de notícias até as maiores aberrações. Do mesmo modo, é possível encontrar práticas jornalísticas que seguem os princípios e finalidades preconizados para as rádios comunitárias. E os melhores exemplos são configurações nascidas a partir de elementos da própria comunidade. É o caso da Santa Luz FM (BA), da Valente FM (BA), da Utopia FM (DF), da Heliópolis FM (SP), entre outras.

Tomando como base essa conjuntura, os princípios/fundamentos de uma rádio comunitária estabelecidos na legislação, os critérios colocados por Peruzzo e por nós, podemos inferir um modelo de radiojornalismo comunitário:

- 1) A comunidade e a rádio: a comunidade produz e veicula a notícia; seleciona o que é notícia; ela é notícia; o formato do jornalismo é determinado pela comunidade; ela determina a pauta do jornalismo;
- 2) O que é notícia: aconteceu na comunidade; tem a ver com o cotidiano dela; é de interesse da maioria; é uma ação do povo organizado; é uma ação do homem comum; promove a educação, a arte e a cultura local; promove a integração da comunidade; aconteceu no Brasil e diz respeito a todos;

- 3) As fontes: a comunidade; instituições públicas (prefeitura, hospital, escolas, delegacia, conselhos estaduais e/ou municipais, biblioteca etc.); as pessoas da comunidade, os saberes locais; as lideranças e autoridades da comunidade; movimentos sociais, ONGs, sindicatos; outros veículos de comunicação (jornais, revistas, agências de informação, rádio e televisão).

O jornalismo cívico

Diante do que foi visto, podemos afirmar que há uma aproximação muito grande entre o jornalismo das rádios comunitárias e o jornalismo cívico. Segundo Traquina,

o jornalismo cívico que Merrit defende envolve as seguintes mudanças: 1) ir além da missão de dar notícias para uma missão mais ampla de ajudar a melhorar a vida pública; 2) deixar para trás a noção do ‘observador desprendido’ e assumir o papel de ‘participante justo’; 3) preocupar-se menos com as separações adequadas e mais com as ligações adequadas; 4) conceber o público não como consumidores, mas como atores na vida democrática, tornando assim prioritário para o jornalismo estabelecer ligações com os cidadãos. Assim, para o jornalismo cívico, torna-se imperativo que o jornalismo encoraje o envolvimento do cidadão na vida pública, desenvolvendo nos jornalistas uma nova perspectiva – a perspectiva do ‘participante justo’ (*fair-minded participants*) – com a utilização de um novo conjunto de instrumentos de trabalho (1997, p. 178).

Podemos considerar que esse jornalismo cívico diz respeito também ao fato de que todos podem ser testemunhas da história. É o direito de testemunha, ou o direito de ser e estar no mundo. Con-

forme Silva, “a visibilidade dos fatos não é um privilégio apenas da imprensa, mas de todos que o podem testemunhar” (2002, p. 260).

A rádio comunitária é, potencialmente, um espaço de horizontalidade da prática democrática que vai além do jornalismo. O jornalismo é “apenas” um elemento a mais nesse espaço “eternamente” marcado por disputas, uma vez que a comunidade, constituída por pessoas com diferentes visões do mundo, é sempre fonte de conflitos.

Considerações finais

Apesar das muitas restrições impostas pela legislação, existe potencial para um jornalismo democrático, que é também jornalismo cívico. É possível identificar um modelo de jornalismo em rádio comunitária regido por princípios singulares desse tipo de emissora, alimentando uma visão otimista. Isso nos leva às possibilidades do que a rádio comunitária pode fazer em termos de jornalismo, educação e cultura. Como está em Luz,

uma rádio comunitária não centraliza conhecimentos, nem ideias, nem decisões. Ela divide. Ela distribui o conhecimento com a comunidade, favorecendo a cultura, a inteligência, a melhor qualidade de vida.

Ela faz a soma ao integrar a comunidade em torno de objetivos comuns, em que o objetivo único maior é o desenvolvimento da comunidade. Se falta esgoto, se falta uma ponte, escola ou posto de saúde, a rádio comunitária soma os interesses da comunidade em torno do objetivo para resolver o problema. Ao fazer isso, ela divide a responsabilidade com todos, e também o sucesso. A conquista é uma conquista da comunidade (2004, p. 17).

Referências

- LAKATOS, Eva Maria e MARCONI, Marina de Andrade (orgs.). *Fundamentos de metodologia científica*. 3 ed. São Paulo: Atlas, 1991.
- LUZ, Dioclécio. *Trilha apaixonada e bem-humorada do que é e de como fazer rádios comunitárias, na intenção de mudar o mundo*. 2 ed. Brasília: Ind., 2004.
- . *A arte de pensar e fazer rádios comunitárias*. Brasília: Ind., 2007.
- MARCONDES FILHO, Ciro (org.). *Dicionário da comunicação*. São Paulo: Paulus, 2009.
- MOUILLAUD, Maurice e PORTO, Sérgio Dayrell (orgs.). *O jornal – da forma ao sentido*. Brasília: UnB, 2002.
- PAIVA, Raquel Paiva (org.). *O retorno da comunidade: os novos caminhos do social*. Rio de Janeiro: Mauad X, 2007.
- PERUZZO, Cicília Maria. “Participação nas rádios comunitárias no Brasil”, s. d. [sem mais dados].
- SILVA, Luis Martins da. “Imprensa, discurso e interatividade”. In MOUILLAUD, Maurice e PORTO, Sérgio Dayrell (orgs.). *O jornal – da forma ao sentido*. Brasília: UnB, 2002.
- TRAQUINA, Nelson (org.). *Jornalismo: questões, teorias e “estórias”*. Lisboa: Vega, 1997.

Parte IV
Análises regionais

Aonde só o rádio chega

Luciana Miranda Costa (UFPA)

Já se tornou lugar comum dizer que o Pará é um estado de dimensões continentais, com seus 1.247.689,515 km². A informação é correta, mas não suficiente. O Pará, com seus 144 municípios, teve de se conectar pelo rádio para vencer a distância. Nenhum outro veículo conseguiu alcançar localidades cujo acesso, somente por barco, levava mais de dois dias. Nenhum outro veículo conseguiu levar informações, avisos, recados, música, entretenimento e notícia para os paraenses, especialmente os analfabetos, aonde nem o correio chegava. A energia elétrica, a televisão, a internet e os celulares já alcançaram muitos lugares no Pará, mas só o rádio chegou a todos. Com ele, veio também a notícia. A informação de última hora sobre os problemas políticos brasileiros, campanhas de vacinação, a chegada e a saída de barcos nos portos do interior, crimes hediondos e a cotação de gêneros agrícolas no mercado interno e externo.

O rádio paraense, um senhor respeitável, de mais de oitenta anos (a primeira emissora, a Rádio Clube do Pará PRC-5, foi fundada em 1928), ajudou a construir a história do estado, noticiando diariamente os principais acontecimentos da capital e do interior, da Amazônia e do Brasil. Hoje, o radiojornalismo paraense encontra nas emissoras educativas seu principal sustentáculo. Algumas delas, como a Rádio Cultura do Pará (FM e OT),

mantêm repórteres e radiojornais diários. A maioria das rádios comerciais, no entanto, sem anunciantes expressivos, com verba modesta e profissionais sem formação superior, especialmente no interior do estado, tem buscado na antiga leitura de jornais e na internet a principal fonte de informação para seus breves noticiários de hora em hora. A exceção é a Rádio Liberal/CBN FM de Belém (*all-news*), que produz parte de sua programação na própria cidade, retransmitindo no restante do tempo a programação jornalística do Sistema Globo de Rádio.

O período áureo do radiojornalismo paraense começou em meados da década de 1950 e durou até o final dos anos 1970. Na década de 1940, as notícias nacionais ainda eram enviadas por agências especializadas, por código Morse. A Rádio Clube do Pará (RCP), soberana no *dial*, teve de contratar telegrafistas para traduzir as informações e transmiti-las pelas ondas radiofônicas. As notícias eram veiculadas num informativo de cinco minutos, ao longo da programação, intitulado *Jornal Relâmpago*. O informativo era eclético, apresentando notícias políticas, esportivas, culturais e policiais. Também havia os noticiários de uma hora, transmitidos na hora do almoço e à noite. Até hoje, algumas rádios de Belém reproduzem a forma de radiojornalismo aplicada pela RCP.

Os programas noticiosos da década de 1950 e 60

Na década de 1950, fazia sucesso o *Grande Jornal Falado*, da RCP, um programa com notícias locais e internacionais, de meia hora de duração. Um dos quadros de maior audiência, inclusive no interior, por meio das ondas tropicais (OTs), eram as informações sobre os preços dos principais gêneros agrícolas regionais. Para a produção do *Grande Jornal*, os redatores ficavam no sistema de radioescuta, gravando as notícias da Rádio Nacional e da BBC de Londres. À noite, a audiência ficava informada pelo *Jornal Falado* (2ª edição), sempre às 19 horas, que apresentava o

boletim do Sistema de Navegação da Amazônia e Administração do Porto do Pará, com informações da posição dos navios. Isso dava uma previsão aos ouvintes do interior sobre o horário de chegada das embarcações.

O esporte também utilizava o sistema de radioescuta, divulgando os últimos resultados dos jogos de futebol no mundo. O Departamento de Esporte da RCP tinha o programa *Grande Jornada Esportiva*, que começava às 13h e só terminava minutos antes de começar a partida, que naquela época era às 16h, em virtude da falta de iluminação nos estádios.

A reportagem já fazia parte do cotidiano das duas principais emissoras de Belém na década de 1950 – a Clube e a Marajoara, dos *Diários Associados* –, e conseguir furos jornalísticos por meio de radioescuta era considerado um feito para época. Luís Neri Solano foi um dos grandes repórteres da Marajoara. Foi o primeiro a noticiar a morte do governador do Pará, Magalhães Barata, em 1959, ao se fazer passar por um médico. Em 1954, outros repórteres também fizeram história. Linomar Bahia, Grimoaldo Soares e Avelino Henrique, quando trabalhavam na RCP, conseguiram entrevistar o presidente Café Filho ao furar o rigoroso bloqueio da segurança. Os dois primeiros também fizeram uma reportagem exclusiva com o herói da aviação portuguesa, o almirante Gago Coutinho, que estava visitando Belém. Outro fato que marcou a história da RCP, lembrado pelo radialista Meirelles Fayal,¹ aconteceu durante a apresentação do *Grande Jornal Falado*:

J. Mininéia apresentava o jornal, mas, como ele chegou atrasado, não houve tempo para redigir a notícia sobre o tremor de terra que tinha abalado Belém. Só deu tempo de pegar o jornal e ler a notícia. Ele leu a notícia do tremor de terra, inclusive com a

¹ Entrevista concedida a Andreza G. Gomes em 18 de fevereiro de 1999, como parte da pesquisa *Os setenta anos do rádio em Belém* (UFPA), coordenada pela professora Luciana Miranda Costa.

parte 'conforme mostra a foto acima'; imediatamente o apresentador levou uma suspensão.

Já a Rádio Liberal, que iniciou suas transmissões em 1960, alcançava bons índices de audiência com os programas jornalísticos ancorados no debate. A crítica era dirigida aos problemas econômicos, políticos e sociais da época. A Marajoara também apresentou programas nesse estilo, como o *Questão em foco*, conduzido por Abílio Couceiro e levado ao ar às quinta-feiras, às 21h. Porém, na Liberal a polêmica era maior, visto que alguns apresentadores chegaram a ser presos durante a ditadura militar. Entre os programas, merece destaque o *Conversa franca*, apresentado por Joaquim Antunes, às 23h30. O patrocínio era da empresa Eccir-Pavinorte-Macon. Antunes também apresentava o *Banco de praça* e *Bolso do repórter*, que mantinham o teor crítico do *Conversa franca*. Numa dessas ocasiões, ele denunciou o aumento salarial dado aos militares, criticou as Forças Armadas e acabou detido.

Na Rádio Guajará, também fundada em 1960, ia ao ar o *Rádio atualidades*, das 6h às 7h, apresentado por Carlos Cidon e Diel Carvalho. O redator era Lucinerges do Couto. A reportagem era conduzida por Eduardo Ferraz e Dalvino Flores. O *Rádio atualidades* era um programa semanal, noticioso e cultural, que oferecia aos ouvintes informações de utilidade pública, entretenimento, noticiário local, nacional e internacional, além de curiosidades históricas, que provocavam grande interesse dos estudantes, professores e do público em geral. Os programas educativos na década de 1960 mantinham altos índices de audiência no Pará.

A televisão abre espaço para os radiojornais e para a utilidade pública

A inauguração da TV Marajoara em 1961 desequilibrou por um instante a disputa entre as rádios Clube e Marajoara pela

audiência. O rádio cedeu para a televisão seu espaço cativo na sala das casas dos ouvintes. Nesse momento, as rádios começaram a reformular suas programações. Abriu-se mais espaço para a prestação de serviços e a informação local, procurando atingir também com os noticiários o público do interior. Se os radiojornais já alcançavam bons índices de audiência, com a regionalização conquistaram um público bem maior. Nessa nova fase, os programas mais ouvidos eram os jornalísticos, destacando-se o gênero policial, como *A patrulha da cidade* e os radiojornais.

A história do jornalismo policial nunca mais foi a mesma depois de *A patrulha da cidade*. A música “é uma tristeza, uma infelicidade, ouvir meu nome na *Patrulha da cidade*” abria o programa, que estreou na Marajoara em 1965. Era produzido pelo então diretor da rádio, Adwaldo Castro. O nome e o formato do programa foram adotados da Rádio Tupi, do Rio de Janeiro. Até então, não havia no rádio paraense um programa específico sobre os fatos policiais. As notícias eram veiculadas em outros noticiários e durante a programação. Os primeiros repórteres policiais foram Adamor Filho, Osvaldo Rodrigues e Aclésio Moura. O programa também trazia muita informação de utilidade pública, o que era a garantia da participação popular. J. Miranda redigia o roteiro do programa, apresentado em duas sequências: “A ronda da cidade”, que mostrava em pequenas histórias os fatos investigados na Central de Polícia; e “Os dramas da cidade”, que com bom humor transformava os fatos trágicos do dia a dia em novela, cuja tônica era a comédia. *A Patrulha* teve vários apresentadores, entre eles Luiz Solano, Ronald Pastor, Antunes de Carvalho, Costa Filho, Wladimir Conde e Paulo Ronaldo, repórter policial do jornal *A Província do Pará*, que, em pouco tempo, tornou-se uma das mais expressivas figuras do rádio paraense, com sua voz fina, de “taquara rachada”.

Na capital do estado, as rádios Clube do Pará e Marajoara ajudaram a construir a história do radiojornalismo com, respec-

tivamente, o *Jornal Falado C-5* e o *Jornal Marajoara*, que disputavam de igual para igual a audiência nos anos 1960. O *Jornal Falado C-5* era veiculado em duas edições: às 7h da manhã, com duração de 45 minutos, e às 20h, com duração de meia hora. Já o *Jornal Marajoara* era veiculado de segunda a sexta, em quatro edições. A última, que acontecia às 22 horas, tinha uma hora de duração. As outras duravam cerca de trinta minutos. Aos domingos, havia apenas uma edição. Além dos radiojornais, havia também os informativos. Na Clube, era o *Informativo C-5*, veiculado de hora em hora, com duração de cinco minutos; na Marajoara, havia o *Informativo E-20*, cuja distribuição era a mesma dos radiojornais, mudando apenas o tempo de duração. A primeira edição durava uma hora e as demais, cinco minutos.

As notícias internacionais ainda eram obtidas pelo sistema de radioescuta e pelo telégrafo. As fontes eram as rádios BBC de Londres, Voz da América, Voz de Moscou e as agências de notícia UPI, Meridional e France Press. Na cobertura local, os repórteres eram distribuídos estrategicamente nos principais pontos da cidade: Assembleia Legislativa, palácio do governo e pronto-socorro municipal.

Durante toda a década de 1960, o rádio funcionou como um importante meio de comunicação entre o interior e a capital, pois, nesse período, o sistema de transporte no estado era bastante precário. Na RCP, havia o *Mensageiro do interior* e, na Marajoara, o *Alô alô interior*. Na RCP, o programa funcionava como um correio entre os ouvintes do interior. Isso fez com que, em 1960, um diretor da empresa Correios e Telégrafos solicitasse que o *Mensageiro do interior* fosse retirado do ar. Para evitar o grande prejuízo, Edgar Proença, presidente da RCP na época, foi até Brasília com um mapa do Pará em punho e explicou ao ministro das Comunicações a importância do programa para o estado, onde as longas distâncias tornavam o trabalho dos correios muito demorado. O ministro decidiu que o *Mensageiro do interior* iria continuar. Durante toda a programação, eram veiculados boletins informativos

sobre a posição dos navios que faziam a linha para as cidades do Pará e do Amazonas e sobre os preços dos produtos regionais. Era divulgada a cotação do feijão, do arroz e de outros gêneros no mercado nacional e internacional.

Furos de reportagem

As cassações de mandato e a prisão de pessoas pelo governo militar eram assuntos recorrentes entre os repórteres. O ambiente era propício para a proliferação de boatos. A pressa em ser o primeiro a noticiar o fato foi a causa de muitas inverdades veiculadas por rádios e jornais paraenses. O jornalista Carlos Rocque, repórter de *A Província do Pará* na década de 1960, lembra os boatos criados pela especulação da imprensa radiofônica:

Com a instauração do Inquérito Militar para apurar se há ou não fundamento nas acusações assacadas contra os governos do estado e do município, a cidade de Belém esteve sexta-feira última vivendo momentos de grande expectativa, aumentada sensivelmente com onda de boatos que infestou todos os quadrantes, onda essa que teve como principal veículo as emissoras de nossa capital. Certos radialistas, na ânsia de sensacionalizar seus noticiários, não procuram investigar a veracidade das informações que lhes chegam. Resultado: as maiores balelas eram ditas como fatos consumados.²

Devido a esse clima de incerteza, o governador Aurélio do Carmo custou a acreditar na notícia, dada em primeira mão pelo repórter da PRC-5, Edson Salame, sobre sua cassação. O repórter conseguiu o furo local ouvindo a Rádio Nacional de Brasília,

² *A Província do Pará*, 23 mai. 1964, p. 10.

emissora oficial do governo militar. E, para comprovar sua versão, Salame mostrou a gravação com a notícia para Aurélio do Carmo.

Já o repórter da Rádio Guajará, Almir Silva, foi o primeiro a noticiar as indicações, feitas pelo general Taurino Rezende, de Jarbas Passarinho e Alacid Nunes para ocuparem, respectivamente, os governos estadual e municipal. Foi a equipe da Marajoara, no entanto, composta pelos repórteres Roberto Jares, Ivo Amaral e Abílio Couceiro, que transmitiu com exclusividade o pronunciamento do então governador Jarbas Passarinho, pouco tempo depois de ele ter sido eleito para o cargo pela Assembleia Legislativa. A entrevista durou vinte minutos, sendo gravada e reprisada no *Grande Jornal Marajoara*.

Outro fato que marcou a história do radiojornalismo parense foi a queda do avião Constellation PP-PDE, da companhia Panair do Brasil, na madrugada do dia 14 de dezembro de 1962. O avião transportava 47 passageiros e ia de Belém para Manaus. Não houve sobreviventes. O resgate dos corpos foi difícil. As equipes de socorro da FAB e da Petrobras só conseguiram chegar ao local do acidente, um trecho fechado da Floresta Amazônica, quando já se haviam passado sete dias do desastre. O Constellation era um dos maiores aviões da época.³ A notícia causou grande comoção na sociedade. A RCP obteve a informação ouvindo a Rádio Globo, cujo repórter trabalhava na Salvaero. A emissora conseguiu se antecipar até mesmo às fontes oficiais. Nem o gerente da Panair no Pará sabia do acidente.

Os problemas técnicos e financeiros da época limitavam muito a atividade jornalística, o que tornava difícil enviar ou manter um correspondente nos outros estados brasileiros. Às vezes, a questão financeira era contornada com a criação de um *pool*, no qual as rádios, em parceria, faziam a cobertura jornalística. Mas geralmente o sistema de radioescuta era a maior fon-

³ Ibid., 15 dez. 1962, pp. 9-10.

te dos noticiários nacional e internacional. Foi novamente por meio desse sistema que a Guajará saiu na frente das demais concorrentes ao noticiar dois importantes fatos políticos: a renúncia do presidente Jânio Quadros, em agosto de 1961, e o assassinato do presidente dos Estados Unidos John Kennedy, em 22 de novembro de 1963.

A exclusividade da notícia exigia muito do radiorepórter. Em junho de 1963, José Travassos ficou cerca de uma semana de plantão na Guajará, inclusive sem fazer a barba, para ser o primeiro a divulgar a morte do papa João XXIII, cujo estado de saúde era grave. Travassos obtinha as informações da rádio do Vaticano, em Roma, que veiculava de hora em hora boletins em vários idiomas sobre o quadro clínico do papa. Numa dessas ocasiões, a rádio estava transmitindo em espanhol, quando anunciou a morte de João XXIII. Travassos, que entendia um pouco do idioma, ganhou as glórias do furo.

Fatos engraçados também marcaram a história do radiojornalismo paraense. Um deles ocorreu durante a visita do ministro das Minas e Energia, Shigeaki Ueki, a Belém, em 1976. Os jornalistas foram esperá-lo no aeroporto e conversaram cerca de dez minutos sobre o petróleo na Amazônia, as pretensões do Brasil e outros temas relacionados. Ao final, o repórter Paulo Ferrer, da Marajoara, encerrou a transmissão dizendo: “Acabou de falar, o Amarelinho”. O ministro agarrou o radialista pelo braço e perguntou se aquilo era uma brincadeira. O repórter lembrou, então, que os japoneses também eram conhecidos como amarelos. Para acalmar os ânimos do ministro, o governador Aloísio Chaves teve de interceder, dizendo que o repórter era conhecido como Amarelinho (por causa da cor do carro de reportagem). Foi só aí que o ministro entendeu o que se passava. Além de amarelo, o carro tinha o slogan da rádio. Como o radialista Paulo Ferrer era o único que andava no carro, ficou conhecido como Repórter Amarelinho. O equipamento Motorola foi adaptado ao veículo da emis-

sora e transmitia de qualquer lugar de Belém. A novidade deixava os ouvintes na rua impressionados com o alcance da transmissão.

Outra história que marcou o radiojornalismo paraense foi a fuga de presos para a cidade de Barcarena, no interior do estado. No município, havia apenas um telefone, que funcionava das 15 às 18 horas. Naquela época, quando os 16 presos fugiram para o município, todas as emissoras seguiram para o local, munidas apenas de gravador. Os repórteres gravavam sonoras com os moradores e a polícia e tinham de mandar o material por telefone. O problema é que a Telepará (empresa estatal responsável pela telefonia) tinha horário e tempo estabelecidos; quem os ultrapassasse corria o risco de perder a notícia para as outras emissoras. Em virtude desses problemas, muitos repórteres tiveram de voltar para Belém. Foi então que o repórter da RCP, Paulo Ronaldo, teve a ideia de bloquear o único telefone da cidade para a rádio dele, deixando as outras emissoras sem opção.

A Marajoara, onde trabalhava Paulo Ferrer, decidiu mandar o Amarelinho para Barcarena. Lá, perceberam que com o Motorola era possível manter contato direto do município com a rádio, em Belém. Enquanto isso, a emissora concorrente gravava e passava o material por telefone. A Marajoara entrevistava presos e polícia ao vivo na programação. Nos 15 dias que passou em Barcarena, até ser preso o último fugitivo, o Repórter Amarelinho foi o centro das atenções.

Novos tempos e velhas fórmulas para o adiojornalismo paraense

Passada a época dos radiojornais que dominavam a audiência na capital e no interior por meio das OTs, as décadas de 1980 e 1990, especialmente, foram marcadas pelo avanço da tecnologia. Por um lado, nunca foi tão fácil levar a notícia ao ouvinte de forma tão imediata. Por outro, a programação das rádios de Belém

teve sua qualidade questionada intensamente, e o jornalismo não conseguiu o espaço que merecia na grande maioria das emissoras.

Em vez da esperada especialização na área do jornalismo crítico e investigativo, voltado para a informação dos problemas sociais, houve um crescimento do número de programas sensacionalistas, que utilizavam uma linha de denúncias sem fundamentos concretos para atrair a audiência, atendendo a interesses comerciais. Na FM, apenas a Rádio Cultura, mantida pelo governo do estado graças à Fundação Paraense de Radiodifusão (Funtelpa), teve um núcleo de reportagem articulado, comprometido com a versão oficial dos fatos. Atualmente, o radiojornalismo paraense ainda encontra nas emissoras educativas seu principal sustentáculo, tanto na capital quanto no interior. Como assinalado, com exceção da Rádio Liberal/CBN (*all-news*), a maioria das rádios comerciais tem buscado na antiga leitura de jornais e na internet a principal fonte de informação para seus breves noticiários de hora em hora.

Referências

- COSTA, Luciana M. “Os encontros e desencontros do rádio e da política em Belém”. *Anais do XXIV Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação*. Campo Grande, 2001. Disponível em <http://www.intercom.org.br>.
- . “Terceirização, promoções e jornalismo: o rádio em Belém busca nova identidade”. In MOREIRA, Sonia Virgínia e DEL BIANCO, Nélia Rodrigues (orgs.). *Desafios do rádio no século XXI*. São Paulo: Intercom; Rio de Janeiro: UERJ, 2001.
- . “Tiros e gritos: apenas o som não convence mais”. *Anais do XXV Congresso Brasileiro de Ciências de Comunicação*. Salvador, 2002. Disponível em <http://www.intercom.org.br>.
- . “Em nome de Deus: as ondas radiofônicas louvam cada vez mais ao Senhor”. *Anais do XXVI Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação*. Belo Horizonte, 2003. Disponível em <http://www.intercom.org.br>.
- . *Universidade no ar: ensino, pesquisa e extensão com as ondas do rádio*.

Relatório final da pesquisa PROINT 2006. Belém: UFPA/ PROEG/ PROPESP/ PROEX, 2007. (Mimeo.)

- ; DANIN, Ana E. S.; NÉRIS, Elenilce C. R.; MORHY, Erika; SARMENTO, Liane; GOMES, Andreza; CAVALCANTTI, Alexandra; SANTOS, Luís C.; VIDIGAL, Enize; FILGUEIRAS, Lorena; MAIA, Monica; MAUÉS, Thilon; e AMARAL, Tatiana. *Os 70 anos do rádio em Belém*. Relatório de pesquisa do Departamento de Comunicação da UFPA. Belém: UFPA, abril de 2001. (Mimeo.)

Site consultado

<http://www.oparanasondasdoradio.ufpa.br>

Radiojornalismo nas rádios de fronteira do Sul e Centro-Oeste do Brasil*

Vera Lucia Spacil Raddatz (Unijuí)

O radiojornalismo de fronteira descreve e interpreta o cotidiano de regiões caracterizadas por diversidades, diferenças e similaridades, que vão das questões econômicas e políticas às culturais. Esse território – tradicionalmente marcado por limites geopolíticos estabelecidos pelas contingências e situações históricas relacionadas à sua formação e origem – compreende registros simbólicos e existenciais, além de sentimentos de pertença e identidade. O radiojornalismo que se produz nas fronteiras brasileiras denota os movimentos de integração e tensão pelos quais passam os povos e as nações ali localizados.

Neste texto, analisamos o jornalismo das emissoras de fronteira das regiões Sul e Centro-Oeste do Brasil, a partir do exemplo de emissoras de rádio pesquisadas durante a elaboração de minha dissertação – *O rádio de fronteira e o Mercosul* (2000) – e de minha tese – *Rádio de fronteira: da cultura local ao espaço global* (2009). Este estudo permite que pensemos como se produz e se constrói o radiojornalismo de fronteira, o que gera uma ideia de como o mesmo ocorre ao longo de toda a fronteira brasileira. Tanto no rádio AM quanto no FM existem programas de jornalismo por

* Texto baseado na tese *Rádio de fronteira: da cultura local ao espaço global* (UFRGS, 2009) e na dissertação *O rádio de fronteira e o Mercosul* (UMESP, 2000).

meio dos quais podemos observar as rotinas de captação, produção e difusão das informações.

São foco deste trabalho emissoras situadas nas fronteiras que compreendem os limites do Brasil, Argentina, Uruguai, Paraguai e Bolívia. São elas: Charrua AM e 96 FM, de Uruguiana (RS-Brasil); Cultura AM e RCC FM, de Santana do Livramento (RS-Brasil); Cultura AM, de Foz do Iguazu (PR-Brasil); Internacional AM, de Rivera (Uruguai); Continental LT 12 General Madariaga, de Paso de Los Libres (Argentina); Parque, de Ciudad del Este (Paraguai); Amambay FM, de Pedro Juan Caballero (Paraguai); e Transamérica Hits, de Corumbá (MS-Brasil).

A escolha recaiu sobre emissoras situadas nessas fronteiras porque muitos desses espaços permitem uma aproximação dos povos não só pela geografia, mas também pela radiofonia, considerada uma comunicação sem fronteiras; afinal, os limites geopolíticos não impedem que as ondas do rádio os ultrapassem. As fronteiras brasileiras, do sul ao norte do país, são caracterizadas fisicamente como conurbadas ou semiconurbadas, ou seja, os limites do Brasil com os outros países podem ser definidos apenas por uma rua que separa duas cidades ou dados por um acidente geográfico, como uma serra ou um rio.

As fronteiras conurbadas, como Livramento/Rivera (BR-UY) ou Ponta Porã/Pedro Juan Caballero (BR-PY), formam grupamentos urbanos que unificam cidades de países diferentes. Olhadas de cima, ou por quem chega, podem ser classificadas como uma só, tal a integração natural dos ambientes e o movimento de pessoas e carros, que circulam livremente, do mesmo modo que os negócios se desenvolvem. Ali, duas línguas são faladas, compreendidas e até mesmo misturadas no fluxo contínuo e natural das relações. As moedas de troca também são duas e aceitas na proporção das diferenças do câmbio. Não haveria limites, não fossem os estabelecidos pela legislação do lugar. Já as fronteiras semiconurbadas, caso de Foz do Iguazu/Ciudad del

Este e Uruguaiana/Paso de Los Libres, são visivelmente distanciadas pelo fluxo das águas de um rio. Para chegar ao outro lado, é preciso cruzar a ponte para que se deem a integração, o contato e os negócios, vigiados pelas aduanas, instaladas nos limites dos dois países. A aduana representa a barreira e, em muitos casos, é o lugar do conflito, onde se estabelecem situações de tensão geralmente ocasionadas por questões de ordem econômica, política e social.

Devido à grande extensão territorial do Brasil, em alguns pontos, como Barra do Quaraí (RS), Bella Unión (Uruguai) e Monte Caseros (Argentina); Foz do Iguaçu (PR), Ciudad del Este (Paraguai) e Puerto Iguazu (Argentina); e Tabatinga (AM), Letícia (Colômbia) e Santa Rosa (Peru), o espaço territorial forma uma tríplice fronteira. O primeiro ponto ao sul do Brasil ainda é considerado uma fronteira virgem, ou seja, não contaminado pela proporção dos maiores problemas das outras duas fronteiras: o narcotráfico, o desemprego, as migrações irregulares e o trabalho informal.

Nas fronteiras estudadas, entre as emissoras AM, a primeira rádio que surgiu foi a Internacional de Rivera, em 1930. Somente 16 anos depois, a vizinha Santana do Livramento inauguraria a Cultura AM (1946). A situação se inverteu na fronteira do Brasil com a Argentina, quando Uruguaiana instalou a Charrua AM, para 16 anos após, em 1952, Paso de Los Libres inaugurar a Continental LT 12 General Madariaga. Na fronteira do Brasil com o Paraguai, o rádio chegou bem mais tarde, no final dos anos 1950, quando o Brasil novamente deu o primeiro passo, instalando em Foz do Iguaçu a Cultura AM, em 1956. Oito anos depois, em 1964, nasceu a Parque AM, de Ciudad del Este (Paraguai). No segmento FM, entre as emissoras analisadas, a mais antiga é a de Uruguaiana, criada em 1978, que passou a funcionar em 1981 como Pampeana FM. A Amambay FM, de Pedro Juan Caballero (Paraguai), fronteira conurbada com Ponta Porã (MS), é de 1979;

a RCC FM, de Santana do Livramento, nos limites com Rivera, no Uruguai, é de 1983; e a Transamérica Hits, de Corumbá (MS), divisa com Puerto Quijarro (Bolívia), é de 1992.

Jornalismo: narrativa do cotidiano

Costumamos repetir que o rádio é um contador de histórias. Segundo Traquina (2005), o jornalismo pode ser considerado um conjunto de estórias, estórias de vida, das estrelas, de triunfo e de tragédia. Desse ponto de vista, as notícias são construídas como narrativas. Desse modo, há sempre uma proximidade entre o narrador e o leitor, como se refere Benjamin (1986, p. 85) em “O narrador”. O princípio é de que o narrador busca em suas vivências e experiências cotidianas os subsídios para contar a história que será lida ou, no caso de uma comunicação radiofônica, ouvida.

Toda produção envolve algum critério de seleção e escolha, e esses critérios são preferencialmente de ordem técnica, mas não podemos ser ingênuos e pensar que não há nenhum tipo de interferência ideológica ou subjetiva nesse momento de criação, pois ele envolve o elemento humano. Por outro lado, o que se prega no jornalismo é perseguir o máximo de objetividade, o que não é impossível. Entretanto, entre a notícia e seu produtor, pressupõe-se existir a linguagem: “A linguagem é, pois, a possibilidade da subjetividade, visto que ela contém sempre as formas linguísticas apropriadas à sua expressão, e o discurso provoca a emergência da subjetividade” (Benveniste, 1966, p. 260). Portanto, não é possível que o produtor ignore totalmente seu estado de ser na hora de exercer o jornalismo. Ao fazer uso da linguagem, o jornalista não só se utiliza das técnicas para elaboração do texto, mas também deixa falar o sujeito que tem um discurso e articula suas ideias a partir de um conjunto de elementos que fazem parte de seu código de existência.

Pensar no fazer jornalístico pressupõe pensar nas formas de produção, transmissão e recepção dos conteúdos produzidos. Até pode-se considerar cada uma das fases em separado, sabendo, entretanto, que elas constituem um processo. Desde muito tempo, o exercício do jornalismo está cercado da ideia de que os jornalistas representam o quarto poder e aquilo que é veiculado pela mídia sempre tem um grande impacto na sociedade. É inegável que há algum tipo de influência sobre a sociedade, mas é certo também que os receptores não absorvem integralmente como verdade absoluta os conteúdos e reconhecem que, quando a notícia ou mensagem é fabricada, há mediações (Martín-Barbero, 2001) que interferem nesse processo.

Como campo específico, a tendência que parece configurar-se é que o jornalismo não muda de preceito ou valor de acordo com o meio. Todos os meios atribuem ao fato jornalístico um referido valor que se assemelha. Isso depende dos *componentes da noticiabilidade*, aquilo que Wolf chama de *valores-notícia*. Ele diz que “são as diferentes relações e combinações que se estabelecem entre diferentes valores/notícia, que recomendam a seleção de um fato” (1999, p. 175). Esses valores-notícia são definidos também por Wolf como “critérios de relevância espalhados ao longo de todo o processo de produção” (p. 175).

Os valores-notícia servem para dar dinamicidade e rapidez à prática jornalística. São fixados pelas redações e mudam com as épocas e os contextos, o que significa que estão sempre em movimento. Um fato começa “a constituir notícia, a ultrapassar o limiar da noticiabilidade”, quando se torna significativo para o interesse público ou para as “exigências dos mass media” (p. 178).

A notícia numa emissora de rádio de fronteira, por exemplo, varia de acordo com critérios estabelecidos pelos conceitos do que prega o jornalismo, mas regulados pelas dinâmicas do lugar. A notícia é selecionada por quem a faz, considerando sempre que o espaço da fronteira não é um lugar comum, envolve os mais

variados interesses que impactam diretamente em duas nações, dependendo do teor da informação. Mas, de modo geral, o principal valor-notícia apontado pelos produtores de informação nas emissoras de fronteira é o interesse do público.

As representações da fronteira no rádio

O rádio é elemento articulador das relações que ocorrem nas comunidades de fronteira. Não só narra os acontecimentos e os fatos históricos e sociais, como também representa o cotidiano e difunde as práticas socioculturais presentes nesse contexto. O rádio local tem uma dimensão bi ou trinacional, o que muda a perspectiva do tratamento dos fatos e da elaboração das notícias, por exemplo, pois é preciso considerar o tipo de repercussão que a informação geraria no momento de sua veiculação, pela abrangência e a significação desse local. Não se trata de esconder ou omitir informações, mas de medir as consequências e autogerir o processo de produção, dado o possível impacto dele advindo.

Encontrar a representação das práticas socioculturais e das identidades fronteiriças no rádio é um exercício de observação que envolve vários elementos dentro do processo. Não podemos pensar que o meio reproduz apenas aquilo que a globalização automaticamente vai instituindo como cultura. O rádio ainda é um veículo de comunicação que centra sua pauta mais no local do que em outras esferas e define-se muito pela documentação do que está mais próximo de si, constituindo cotidianamente uma memória coletiva do espaço de fronteira. Vai registrando em sua programação os problemas, as preocupações, os eventos, a política e as histórias daquele lugar que o circunda. E, desde a incorporação e a adaptação às novas tecnologias, como a internet, ele está passando de veículo local para glocal.

O rádio cria representações da fronteira, primeiro a partir dos próprios elementos que ela lhe fornece. Mas não é surdo. Ouve

também aquilo que está nas redes de comunicação e amplia a dimensão dos fatos locais. Assim, dá uma dimensão glocal (Trivinho, 2001) aos acontecimentos. Todas as inovações, como o satélite, o celular e a internet, permitiram o avanço do rádio como veículo. Dentro de suas características e potencialidades, procurou adaptar-se às transformações. Muito do desenvolvimento das técnicas de produção só foi possível graças à incorporação desses novos elementos. Isso influenciou no modo de fazer rádio, mas não modificou o uso da matéria-prima básica: os fatos de interesse local.

Em entrevistas com produtores e apresentadores de programas de rádios de fronteira, constatamos que não há uma preocupação intencional com a questão fronteiriça, e que o objetivo principal das emissoras não é exclusivamente proporcionar uma comunicação voltada para a fronteira. Porém, sem admitirem essa intenção, está explícita no conjunto de pautas dos programas a prática jornalística que reflete o cotidiano e a realidade da fronteira. As sessões de recados enviados pela rádio para a região, em território brasileiro e estrangeiro, os pedidos musicais, a reportagem diária sobre a cotação da moeda, o plantão policial, as notícias sobre política e economia referentes ao país vizinho são indicativos de que há uma gama de temas de interesse comum entre os povos da fronteira.

As comunidades de fronteira não querem ser reconhecidas como “marginais”, que reúnem áreas de defesa nacional, locais de tensão ou redutos de tráfico de drogas, armas ou contrabando. As fronteiras são mais do que isso e quem vive nelas menciona sempre a importância do caráter da integração, justificado por meio de práticas cotidianas que ensinaram que a harmonia entre os povos, o intercâmbio e as trocas de fato encorajam a população a superar os principais problemas de sua realidade.

Ao pautar assuntos que refletem questões das populações de fronteira, o rádio, de forma articulada, propicia e estimula a discussão de temas recorrentes a populações unidas por muitas afinidades,

interesses e circunstâncias que requerem atitudes comuns. O rádio funciona, então, como um dos porta-vozes dos interesses dessas sociedades e fator potencial para a construção das identidades desses povos. Pode ser olhado como um dos elementos organizadores do coletivo, porque graças a ele são visualizadas as similaridades e as diferenças desses grupos. Os sujeitos se ouvem no rádio, ao mesmo tempo que ouvem os demais. Isso permite ao fronteiro o desenvolvimento de uma visão crítica em relação a si mesmo e aos outros.

O rádio de fronteira funciona como a representação concreta das relações que se estabelecem na sociedade, a partir dos interesses e desejos desta, decorrentes das crises, conflitos e necessidades que se criam no dia a dia de vizinhança. É a antena capaz de captar esses fluidos e energias que estão no ar e transformá-los não apenas em notícia, mas em voz. Incorpora também os elementos fundamentais da vida cotidiana, como as relações sociais, os fatos do dia, a música que identifica pessoas e aproxima os povos, diminuindo as distâncias geograficamente mensuráveis. Essas relações encontram nele um espaço público para a sedimentação e se ampliam, porque não estão restritas ao plano pessoal. Ao mesmo tempo que supõe e propicia a ligação entre os ouvintes de nações vizinhas, o rádio se apropria das mensagens para também fortalecer sua função de meio de comunicação num espaço de domínio público. Ao transmitir o recado de um ouvinte brasileiro para um paraguaio, por exemplo, pelo modo como o comunicador emite a mensagem, o rádio cria um vínculo com outro espaço e com quem nele está inserido.

Por meio da programação e dos sujeitos que a dinamizam, produz representações dessa mesma sociedade em que está inserido, reproduzindo seus falares, suas músicas, seu jeito de viver e suas preocupações de ordem econômica, política e social. O rádio de fronteira revela e cria, além disso, identidades. É um olhar sobre a atmosfera fronteira, que acompanha seu cotidiano e, portanto, a trajetória de sua gente, que nele encontra afinidade e significações

para aquilo que vem construindo. O rádio de fronteira estabelece com ela uma relação também de identidade, porque se manifesta por ela e através dela. E, nesse exercício, parece estar criando consciência de seu papel junto à sociedade a que pertence, pois tem propiciado espaço para que as diversas representações sociais ali se encontrem, ganhem voz e se expressem em toda a sua complexidade.

O radiojornalismo em emissoras de fronteira

Observamos as emissoras, para fins de estudo, principalmente das 7h às 19h, porque esse é o período em que é reproduzida a maior parte dos programas jornalísticos e porque é o horário em que o rádio tem maior audiência; afinal, à noite a preponderância é da televisão. Entre as emissoras AM, as estrangeiras dedicam mais horas de sua programação ao radiojornalismo, com destaque para a Parque (11h30min), a Continental (4h30min) e a Internacional (4h15). As emissoras da Argentina, do Uruguai e do Paraguai apresentam um radiojornalismo ostensivo, denso, com um caráter de maior formalidade e objetividade jornalística. Outra característica dessas emissoras é o número de apresentadores e repórteres que comandam esses programas, geralmente de três a quatro profissionais. Em sua maioria, são homens. No Uruguai e na Argentina, duas mulheres trabalham com quatro homens em média, mas elas estão presentes na leitura dos noticiários dos três países.

Essa realidade se constrói um pouco diferente nas emissoras AM do Brasil. A Charrua, de Uruguaiana, apresenta um número considerável de horas de radiojornalismo (5h20min) e, entre apresentadores e repórteres, tem apenas uma mulher, cujas funções estão restritas à produção, a algumas entrevistas e à locução de noticiários. A Cultura de Santana do Livramento e a de Foz do Iguaçu se assemelhavam em termos de radiojornalismo no final dos anos 1990. A primeira mantinha 1h55min de jornalismo; a segunda, 1h30min. Hoje, a de Foz, que inaugurou recentemente sua nova

sede, chega a seis horas diárias de jornalismo, com planos de ampliação. Atinge uma área populacional superior a um milhão de habitantes no Brasil e 435 mil no Paraguai e na Argentina e hoje se intitula a “rádio da informação”. A Cultura AM de Santana do Livramento apresenta cerca de três horas e meia de jornalismo em sua programação diária. Ambas estão atualizadas tecnologicamente.

É importante registrar ainda que todas as emissoras mantêm seus programas jornalísticos nas primeiras horas da manhã e os noticiários ao meio-dia. Quanto ao jornalismo esportivo, emissoras AM brasileiras e estrangeiras costumam concentrar programas do gênero no final da tarde e as transmissões à noite e nos fins de semana. Durante a semana, o espaço é um pouco menor e aparece fragmentado dentro dos noticiários.

Entre os temas que servem como pauta aos repórteres entrevistados e às equipes de produção jornalística das emissoras AM, destacam-se aduana/ponte internacional (no caso das fronteiras semiconurbadas), câmbio, polícia, política, eventos, esporte, utilidade pública, turismo, dados climáticos e notas sociais. Aparecem nas primeiras posições, por unanimidade, aduana, câmbio, polícia, política e eventos. Os temas apontados servem como parâmetro do que de fato interessa à comunidade da fronteira. As observações sublinham a ideia de que o mundo da fronteira é um universo voltado basicamente para o cotidiano e para questões comuns tanto do lado brasileiro quanto do argentino, uruguaio ou paraguaio. Os temas refletem a posição do rádio como elemento aglutinador de fatos que abrem a cortina do dia a dia.

No que diz respeito ao rádio FM, procuramos observar as emissoras Amambay FM, de Pedro Juan Caballero (Paraguai), umas das mais ouvidas em Ponta Porã (MS); a 96 FM, de Uruguaiana, na divisa do Rio Grande do Sul com Paso de Los Libres (Argentina); a RCC FM, de Santana do Livramento, nos limites do Rio Grande do Sul com Rivera (Uruguai); e a Transamérica Hits, localizada em Corumbá, nos limites do Mato Grosso do Sul com a

Bolívia, na região Centro-Oeste do Brasil. Um dos critérios para a escolha dessas FM, entre outras situadas na mesma faixa de fronteira, era ter sua programação disponível também na internet, tendo em vista nosso objeto de estudo: rádios FM on-line nessas fronteiras.

Uma das características do rádio FM é a supremacia da música sobre a informação, que aparece geralmente diluída na programação, dentro de espaços voltados para o rádio-revista ou mesmo programas musicais. Interessa-nos sobremaneira analisar um pouco mais como são selecionadas as informações para o FM nessas fronteiras, pois não se tem muito registro desse gênero, sobretudo procurando perceber especificamente dois aspectos – o rádio como espaço de tensão e como espaço de integração –, dada a dualidade existente nessas regiões.

Entre as quatro emissoras, as únicas que mantêm programas exclusivamente jornalísticos são a RCC FM e a Transamérica Hits. A RCC inicia com 45 minutos de programa próprio voltado para a informação, das 8h15 às 9h da manhã; depois, do meio-dia a uma da tarde – seguido da transmissão do *Sala de redação* pela rede Gaúcha SAT –, no final da tarde, das 18h às 19h30, e à noite, das 20h10 às 21h10, totalizando quatro horas e meia de jornalismo. Já a Transamérica Hits, por estar atrelada à Rede Transamérica, dedica apenas uma hora de sua programação com produção local ao jornalismo, com o programa *Transnotícias*, que vai ao ar das 7h às 8h da manhã.

Na Amambay FM e 96 FM, não existe programa de radiojornalismo na grade e as informações aparecem diluídas dentro dos programas ou sob forma de programetes. A 96 FM divulga informações geralmente direcionadas a concursos públicos e eventos promovidos pela comunidade. O *Drops*, um programete de cerca de dois minutos, atualiza as informações diariamente. Na Amambay, um dos programas de maior audiência – o *Bom dia* – é apresentado por um brasileiro – Márcio Santos –, que fala para o Paraguai e o Brasil em português.

Para definir quais informações vão entrar no programa, o locutor usa como primeiro critério o interesse para o ouvinte. O segundo critério é buscar as notícias que não sejam tão chocantes, mas que também não fujam da realidade. Pelo fato de a rádio não ter um departamento de jornalismo e repórteres disponíveis, o comunicador precisa dar conta sozinho de todo o processo de produção e transmissão da informação para o ouvinte. Por isso, não vai muito longe, nem sai do estúdio. Usa a internet e os jornais. Mesmo assim, nota-se nos procedimentos de seleção das informações e no modo de divulgá-las aquele senso de vigília em relação ao que vai para o ar, principalmente no que diz respeito ao país vizinho. Matérias sobre política, economia e segurança que dizem respeito mais diretamente à vida paraguaia são selecionadas com cuidado. Isso quer dizer que a fronteira como lugar de integração passa também pela ideia do espaço de tensão, pois, para que a primeira se suceda, a outra tem de entrar em ação. Se os radialistas não forem vigilantes em relação ao que colocarem no ar, terão de responder pelas consequências.

E não é apenas o apresentador Márcio Santos que tem esse cuidado. Na Amambay AM, na Mburucuya AM, na Cerro Corá FM, em Pedro Juan, na Super Rádio Fronteira AM e em seu canal de FM, a Nova FM, de Ponta Porã, os locutores⁵ com os quais mantivemos contato declararam sempre ter cuidado com o que vão dizer no ar em relação ao país vizinho, pois estão muito próximos, e um fato comum, dependendo da forma como for abordado, pode gerar uma ação política de repercussão internacional. Não que os comunicadores estejam sempre preocupados com isso! Mas, em suas regras de trabalho, em sua ética diária do fazer radiofônico, seguem essa norma como um princípio.

⁵ Entrevistas concedidas em julho de 2008 por Ed Moreno, DJ Fabrício, Carlos Maria Centurion, Aníbal Cataluppi, Tito Telles e Alejo Mendieta, radialistas de Ponta Porã e Pedro Juan Caballero.

Assim, a ética de fazer rádio na fronteira não é determinada essencialmente por leis e códigos gerais da comunicação, mas pelos princípios extraídos da prática diária do exercício da profissão. A zona de impacto não está apenas próxima; os radialistas estão dentro dela, em constante vigília profissional, e são parte responsável por muitas das questões que ali se sucedem. Então, o zelo não é involuntário; é intencional. Por causa da ética e da política da boa vizinhança, muitas coisas deixam de ser ditas e muitos fatos não vêm a público. Nesse sentido, a liberdade de expressão fica comprometida pelo sentimento de proteção do profissional e do contexto em que ele está inserido.

No dia 23 de julho de 2008, na Amambay, o locutor leu uma notícia sobre uma operação especial na fronteira do estado, o que mostrou a fronteira como espaço de tensão e denotou um de seus principais problemas, o narcotráfico:

O exército brasileiro realizou ontem uma operação em diversos pontos de fronteira de Mato Grosso do Sul para coibir crimes fronteiriços e ambientais. [...] Carros blindados, tanques de guerra e dois helicópteros auxiliam nos trabalhos de fiscalização das estradas de forma aleatória em toda a faixa de fronteira. A operação acontece pelo menos quatro vezes por ano. Esta é a terceira vez em 2008. A primeira mobilização aconteceu em março e a segunda em junho, quando foram apreendidos produtos contrabandeados, além dos 80 kg de cocaína e 60 de maconha [...].

Na Transamérica Hits, não há uma equipe de jornalismo para produzir os programas do gênero. É o próprio locutor quem seleciona as pautas e as informações, escolhe os entrevistados e faz as entrevistas, ao vivo, por telefone ou gravadas no dia anterior. Pode até dispor de um repórter, mas geralmente cobre o plantão policial, registra as ocorrências no hospital e dá conta de matérias vendidas junto a empresas. O programa se nutre de informa-

ções de caráter político e econômico, segurança, saúde, esporte e educação, com enfoque principalmente local, regional e estadual. Na abertura, todos os dias, o apresentador Pedro Paulo diz que o programa é sobre as notícias de Corumbá e Ladário – municípios brasileiros conurbados – e de toda a região do pantanal e do Mato Grosso do Sul. Em relação ao país vizinho, a Bolívia, o locutor parece ter segurança quanto ao fato de que os *hermanos* ouvem o programa, pois todos os dias, quando abre o *Transnotícias*, ressalta a audiência boliviana.

A questão da fronteira como lugar de integração fica evidente por meio dessas manifestações, mas, no mesmo programa, no dia 16 de julho, o repórter Costa Filho entrou com informações do setor policial. A questão da segurança foi tratada em matéria sobre ação da polícia boliviana, feita pelo mesmo repórter e em seguida comentada por Pedro Paulo, salientando a ação conjunta de fronteira. O caráter da ação revela a fragilidade da região. Uma das causas do problema das drogas em Corumbá é o fato de o país vizinho ser um grande produtor de entorpecentes:

Estamos numa fronteira, com a Bolívia; eu digo isso não com a intenção de denegrir a imagem da Bolívia ou dos nossos *hermanos* bolivianos, mas não é segredo para ninguém, todo mundo sabe, que a Bolívia é produtora de entorpecentes, juntamente com a Colômbia, e nós aqui somos corredor; há muito tempo Corumbá já deixou de ser corredor e passou a ser consumidora também. E isso é verdade, não precisa esconder isso de ninguém... Não precisa ter melindre em comentar isso (*Transamérica*, 21 jul. 2008).

É nessa zona que são percebidas ou sofridas de modo mais imediato e visível as consequências de qualquer ação, por causa da proximidade do território. A fronteira como espaço de tensão, e, por causa disso, em constante vigília, pode ser vislumbrada princi-

palmente nas últimas frases da sonora: “[...] não precisa esconder isso de ninguém... Não precisa ter melindre em comentar isso...”. Isso denota uma postura dos locutores, de sempre se colocarem em posição de alerta, quanto à forma como abordam determinados assuntos, a fim de não causar constrangimentos que possam ganhar repercussão maior do que deveriam e transtornos de relacionamento entre as nações vizinhas. Quando Pedro Paulo afirma que não é preciso ter melindre, está implícito que normalmente há esse cuidado em não provocar problemas por causa das notícias dadas.

Considerações finais

Os profissionais de rádio que atuam nas emissoras de fronteira se guiam por um princípio básico de constante vigília em relação às rotinas do fazer radiofônico e demonstram ter isso internalizado quando estão ao microfone. A esse respeito, destacam-se os cuidados que precisam ter quando os temas são relacionados às políticas e às temáticas de fronteira, para que a emissão de suas falas não venha a ferir o país vizinho. As relações são sempre delicadas, porque se trata de um lugar de integração e de um espaço de tensão.

Qualquer problema de má interpretação pode deflagrar uma crise. Como a língua é de domínio dos sujeitos, seres interpretantes e interpretados, a informação requer um cuidado maior. Fazer acusações por suposição, ventilar ideias que não possam ser justificadas, veicular informações que possam atingir a integridade do país vizinho, apontar culpados por uma ou outra situação, tudo isso é sempre uma preocupação para quem trabalha no rádio de fronteira, numa proporção maior do que para os profissionais de emissoras de outras regiões, porque ali o vizinho está muito próximo e responde, de modo direto e imediato, com ações cotidianas ao que lhe agrada ou desagrade. O impacto é maior na região de fronteira, por causa da possibilidade do corpo a corpo e porque qualquer decisão tomada nessa área pode comprometer as

relações de modo mais intenso, provocando incidentes de nível às vezes internacional, dependendo da repercussão.

O acompanhamento das rotinas produtivas nas rádios de fronteira mostrou que as emissoras, por meio de suas direções e equipes de trabalho, vão continuar apostando, por muito tempo ainda, na programação local, principalmente por causa do vínculo com o ouvinte do lugar, que participa diretamente do dia a dia das rádios por meio do telefone, da internet, ou até mesmo de forma presencial.

Apesar de a fronteira ser um lugar de integração para os cidadãos, e por aquilo que se ouve nas emissoras, os profissionais do rádio não costumam trabalhar de forma integrada. Nos pontos analisados, percebemos que não há ações conjuntas que contemplem uma integração entre os radialistas na produção das rotinas de trabalho, a não ser em situações específicas, que envolvam fatos de repercussão nacional e internacional. Nesses casos, as emissoras costumam fornecer boletins ao vivo para as coirmãs, facilitando o processo de comunicação e informação.

O que presenciamos nas fronteiras foi o fato de existirem brasileiros fazendo rádio em emissoras bolivianas, paraguaias e argentinas; porém, o contrário não acontece, até por uma questão de legislação. Mas uma integração de fato entre os profissionais, trocando boletins e pautas, produzindo informação sobre e para o país vizinho, não ocorre em nenhuma das fronteiras estudadas. O trabalho de abastecer a programação sobre a cidade fronteiriça é isolado, e depende de cada emissora considerar o fato importante a ser divulgado na programação. Essa falta de contato dos profissionais resulta em maior desconhecimento da realidade. A troca de informações somente se dá em situações que interessem aos dois países.

As fronteiras analisadas vivem em harmonia, sendo que em duas delas – Santana do Livramento-Rivera e Ponta Porã-Pedro Juan Caballero – esse aspecto é mais evidente, porque as cidades são conurbadas, parecendo ser apenas uma. Não existem obstá-

culos naturais ou aduanas controlando o ir e vir dos cidadãos. O trânsito é livre e isso cria a sensação de que o espaço não tem limites. Mesmo assim, existem problemas comuns também às outras fronteiras, como Uruguaiana-Libres e Corumbá-Puerto Quijarro, ou seja, contrabando, violência, narcotráfico, o que pode no cotidiano ameaçar essa harmonia.

A escolha do fato de maior interesse para a comunidade é o critério mais importante para se definir a informação nas rádios de fronteira, e a pesquisa na internet ajuda a globalizar os fatos regionais. É preciso, nesse contexto, trabalhar com a notícia generalizada, não só de enfoque para os brasileiros, e pensar, na medida do possível, nos dois países que fazem fronteira.

Na fronteira sul e na centro-oeste, a linguagem própria dessas regiões, marcada sensivelmente pelo sotaque diferente e o “portunhol”, está enraizada nos apresentadores, e eles, consequentemente, levam isso para a programação das emissoras, bem como as informações que se ligam às vivências dos cidadãos, que são as que mais interessam ao ouvinte. Isso demonstra novamente o caráter que o rádio está assumindo: apesar de dar grande importância aos temas e interesses locais, envolve-se com as questões globais; e, como meio de comunicação, nem pode ser diferente, se quiser mesmo satisfazer as necessidades de seu público, que hoje não se alimenta apenas do rádio, pois tem muitas outras formas de acessar a informação.

O próprio fato de os radialistas trabalharem hoje numa realidade diferente em termos de condições estruturais para produzir a notícia os deixa cada vez mais distantes daquilo que tinham como ideal da profissão. Poucos realizam o trabalho de muitos e executam várias tarefas ao mesmo tempo, pelas facilidades das tecnologias de informação e pela racionalização de custos.

Pelo rádio, a problemática e as práticas socioculturais da fronteira vão se desnudando. Olhar a fronteira por essa perspectiva é um passo importante para construir sua identidade, que não

é estabelecida apenas pelas relações comerciais, mas por um conjunto de elementos presentes na história, na cultura e na memória da região, que estão representados, de algum modo, pela programação das emissoras de fronteira. Quando pensamos que isso está disponível na grande rede mundial, amplia-se a possibilidade de um conhecimento maior sobre essa região, normalmente esquecida. Essas relações aproximam os povos e diminuem as diferenças.

Referências

- BENJAMIN, Walter. “O narrador. Considerações sobre a obra de Nikolai Leskov”. *Obras escolhidas I: magia e técnica, arte e política*. São Paulo: Brasiliense, 1986.
- BENVENISTE, Emile. *Problèmes de linguistique générale*. Paris: Gallimard, 1966, v. 1.
- MARTÍN-BARBERO, Jesús. *Dos meios às mediações*. Rio de Janeiro: Ed. da UFRJ, 2001.
- RADDATZ, Vera Lucia Spacil. *O rádio de fronteira e o Mercosul* (dissertação). UMESSP, 2000.
- . *Rádio de fronteira: da cultura local ao espaço global* (tese). UFRGS, 2009.
- TRAQUINA, Nelson. *Teorias do jornalismo: a tribo jornalística – uma comunidade interpretativa transnacional*. Florianópolis: Insular, 2005, v. 2.
- TRIVINHO, Eugênio. “Glocal: para a renovação da crítica da civilização mediática”. In SILVA, Dinorá Fraga e FRAGOSO, Sueli (orgs.). *Comunicação na cibercultura*. São Leopoldo: Unisinos, 2001.
- WOLF, Mauro. *Teorias da comunicação*. Lisboa: Presença, 1999.

Entre o *gilete press*, o *press release* e a internet: os jornalistas e a produção da notícia no rádio do sul da Bahia

Eliana C. P. Tenório de Albuquerque (UESC)

O contexto

Distribuída entre 54 municípios e ocupando uma área de 25.513 km², a região sul da Bahia tem população superior a um milhão e quinhentos mil habitantes (SEI, 2008). O processo de ocupação e formação histórica dessa região iniciou-se em 1534, quando a capitania de São Jorge dos Ilhéus foi doada ao fidalgo português Jorge de Figueiredo Correia e este enviou o castelhano Francisco Romero para, em seu lugar, tomar posse e colonizar aquele pedaço de terra desconhecida. Romero chegou à costa brasileira em 1535, fundando no alto de um morro – depois designado como Outeiro de São Sebastião – a Vila de São Jorge dos Ilhéus (Barbosa, 1994, p. 34).

Em 1754, foi incorporada à capitania da Bahia, já pertencente à Coroa. Em 1761, passou a ser Comarca de Ilhéus, tornando-se independente da Bahia, até que, em 1881, por meio de lei provincial, foi elevada à categoria de cidade do estado da Bahia, preservando o nome de São Jorge dos Ilhéus (Oliveira, 2002, p. 76). Assim, o atual município de Ilhéus e a região sul da Bahia,

mais que temas adocicados (ou apimentados) que servem para romances, filmes e novelas, são berços onde foram embalados e criados lugares, histórias e populações posteriormente designados como “civilização cacauera” (Andrade, 2003, p. 17).

O termo forjou-se na primeira metade do século XX, quando os municípios da região – especialmente Ilhéus e Itabuna – ganharam forte importância econômica e política nas esferas estadual e federal. Nessa época – e sob a liderança absoluta de Ilhéus –, a região era a maior produtora brasileira de cacau e uma das três maiores do mundo, respondendo por mais da metade dos recursos gerados pela Bahia para o país. Foi em meio a essa supremacia econômica e a um clima de arrogância, violência e intensas disputas políticas que nasceu o rádio regional, com a inauguração da primeira emissora: a Rádio Cultura de Ilhéus, em 1949.

Vale ressaltar que a inauguração da rádio foi um importante acontecimento para o processo de dominação e controle da opinião pública, que teve seu início em 1901, quando os grupos políticos locais começaram a organizar os primeiros jornais impressos, estando alguns deles entre os mais antigos da Bahia (Aquino, 2000, p. 67).

Os jornais – e depois as rádios – foram responsáveis por alguns dos momentos mais tensos da história regional quando se tornaram trincheiras de luta para grupos políticos antagônicos, que controlavam a região. Como consequência, o uso da violência para calar jornalistas e radialistas passou a ser comum, com a ocorrência de espancamentos, assassinatos e outros crimes, sempre a mando de algum coronel¹ a quem se fazia oposição. O governo da

¹ Sobre os coronéis, Maria da Palma Andrade (2003, p. 17) explica que havia dois tipos deles: os que compravam a patente na Corporação dos Oficiais da Guarda Nacional e os que eram formados por homens ricos, com poder político e o respeito da população, que, em sinal de respeito, os chamava de “coronéis”. Era o caso dos “coronéis de cacau”.

Bahia, que se beneficiava política e economicamente dessas lutas, assistia aos fatos sem interferir (Lins, 1988, p. 97).

Costume vigente então, todos os que tinham qualquer relação com os jornais (desde tipógrafos até proprietários das empresas) eram denominados de “jornalistas”. Com a inauguração da Rádio Cultura, muitos deles migraram para o rádio e passaram a ser “radialistas”, o que também valia para todos, indiscriminadamente: do porteiro ao dono da emissora. Esse fato criava certa desorganização no mercado de trabalho, com funções múltiplas sendo exercidas por poucos e transformando o jornalismo – e depois o radiojornalismo – em espécie de “bico”, de onde se tirava pouco dinheiro, mas uma boa cota de prestígio e inserção social.

A situação começou a mudar a partir da década de 1950, quando novas emissoras se consolidaram e o rádio transformou-se no principal meio de comunicação da região.

O rádio regional

Desde a fundação da Rádio Cultura, o meio passou a ser olhado com desconfiança e cobiça por parte dos diversos grupos de poder. Isso apressou a fundação de outras emissoras, como a Rádio Clube de Ilhéus (1950), a Rádio Clube de Itabuna (1956), a Santa Cruz (1959) e a Baiana de Ilhéus (1961), além de outras não autorizadas (chamadas de piratas), que funcionavam restritamente em bairros periféricos, povoados ou feiras livres. São dessa época os grandes nomes do radialismo regional, que ganharam fama, prestígio e poder, a ponto de galgar cargos políticos importantes no estado, como foi o caso do ex-governador Paulo Souto, antes comentarista esportivo da Santa Cruz de Ilhéus.

Outras emissoras foram fundadas e o rádio cresceu com programações variadas e populares, dando ênfase às radionovelas, aos programas esportivos e interativos, com a participação direta dos ouvintes, além dos boletins e flashes de notícias, geralmente

voltadas para a regionalidade. As narrativas esportivas marcaram especialmente essa fase e ganharam feições de grandes acontecimentos, assim como os noticiários, que pautavam as conversas das cidades regionais, contribuindo para definir políticas, movimentos, alianças, eleições e golpes, entre outras coisas (Albuquerque e Rocha, 2008, p. 9).

O radiojornalismo, tal como estabelecido hoje, ainda não existia nas práticas cotidianas do rádio regional, mas esboçava-se um modelo, como explica Adocival Araújo, o Zé Tiro Seco, um dos mais antigos radialistas regionais ainda vivos:

Havia muitos repórteres e um editor, que geralmente era o dono da emissora ou alguém de sua confiança; as notícias eram buscadas com a pessoa envolvida e as informações eram sempre confirmadas no lugar, senão não ia pro ar. A maior vergonha para um repórter ou locutor era ter que desmentir uma coisa dita (informação verbal prestada em março de 2008).

Ou seja, já havia alguma noção do que deveria mover o radiojornalismo. Sentimentos como o compromisso com a verdade e a preocupação com a checagem e a transmissão correta das informações já existiam, mas tudo de forma mais intuitiva que regulada. Foi essa preocupação com a apuração da verdade e a necessidade de dar conta do volume de trabalho que isso agregava que fez o rádio começar a absorver mais profissionais, ainda que a maioria deles não tivesse qualquer experiência anterior na área.

A dinâmica dos radiojornais da época era diferente do que se vê hoje: as notícias eram longas e cansativas, os textos grandes e complexos, intercalados por comentários dos locutores. Estes, sim, simples e de fácil entendimento para o público. Aliás, era nos comentários que os locutores se expressavam livremente, com palavreado próprio e do jeito que o público realmente entendia. Daí o sucesso de

tantos comentaristas e a afirmação do radiojornalismo como gênero preferido de boa parte da população.

Conforme o Sindicato dos Radialistas de Ilhéus (SITERT),² a partir da década de 1950 o número de repórteres contratados pelas emissoras aumentou, chegando aos anos 1960 com uma média de cinco profissionais no radiojornalismo de cada uma das quatro emissoras da cidade, sem contar aqueles que faziam a cobertura esportiva e eram considerados “radialistas esportivos”.

Os repórteres, assim como pauteiros, redatores, revisores e editores, recebiam a denominação de “radialistas”, e não de jornalistas (como ocorre ainda hoje). Percebe-se que, embora executassem atividades inerentes ao jornalismo, os profissionais de rádio não se consideravam como tal, tampouco eram assim tratados.

O gosto pelos programas noticiosos – especialmente os boletins de notícias – também aumentou a partir da prática adquirida no período da Segunda Guerra Mundial, quando as pessoas procuravam ouvir emissoras de outros locais em busca de informações. Isso acelerou a fundação da primeira rádio regional, a Cultura de Ilhéus.

A partir da década de 1970, quando a televisão passou a emitir imagens, ainda que de modo precário, para algumas das principais cidades regionais, e as telenovelas começaram a ganhar o público feminino, o rádio começou a adaptar-se. Sem abandonar totalmente a dramaturgia, mas talvez já percebendo as mudanças rápidas por que passariam os meios de comunicação nas próximas décadas, passou a dedicar mais espaço à notícia. Com isso, aproximou-se ainda mais do ouvinte porque falava do que ele via em sua rua, bairro e cidade; e fez isso de modo barato, a custos baixos.

Como explica McLeish, o rádio é “um amigo íntimo do seu ouvinte” (2001, p. 46), cria com ele uma relação de proximidade e rotina, consolidada pela acessibilidade do meio e pelos custos bai-

² Depoimento prestado pelos diretores do SITERT, Elias Reis e Dino Rocha, em outubro de 2009.

xos dos aparelhos. Ou seja, qualquer pessoa pode ter seu radinho, ainda que seja movido à pilha.

Essas facilidades, entre outros aspectos, fizeram com que a notícia se tornasse a base da programação das emissoras de Amplitude Modulada (AM), as mais ouvidas na região. Para Elias Reis, presidente do SITERT,³ isso ocorreu especialmente depois que a televisão começou a transmitir sua programação, mais atraente por conta da imagem. Já os telejornais, apesar da força que tem a imagem, passaram a priorizar notícias nacionais e internacionais, além de o fazerem de forma pouco aprofundada, diferentemente daquelas que o público encontrava no rádio. Além disso, o rádio transmite notícias locais em maior quantidade que a televisão, e, com esse entendimento, as emissoras passaram a investir em notícias e no esporte.

Mesmo assim e com um volume de trabalho que justificaria a abertura de novas vagas de empregos, o número de profissionais de jornalismo nas emissoras de rádio da região era – e ainda é – ínfimo. Resta perguntar: quem faz as notícias no rádio? Com esse questionamento, partiu-se para investigar os profissionais que trabalham nas dez principais emissoras da região, todas situadas em Ilhéus e Itabuna, maiores mercados empregadores e consumidores do sul da Bahia.

Encontrou-se um total de 168 empregados, sendo que, desses, apenas 79 têm empregos fixos, com carteira assinada, como radialistas. Os demais são prestadores de serviço ou funcionários terceirizados de alguém que arrendou o horário. Esta pesquisa desconsiderou essa divisão e ouviu 80 deles, entre outubro e novembro de 2009.

Gilete press, press release, internet – o radiojornalismo sem jornalistas

De acordo com Martins (2007, p. 13), o Brasil tem 7.509 estações de rádio, que chegam a 88% dos domicílios e a 83% dos

³ Informação verbal prestada por Elias Reis, em outubro de 2009.

automóveis. Ou seja, segundo seus cálculos, são 134 milhões de aparelhos em 47 milhões de casas e 19,4 milhões de rádios nos automóveis. Um número significativo, que se torna ainda maior, se for levada em conta a existência de milhares de rádios comunitárias e piratas que funcionam regularmente no país. Com esses dados, poder-se-ia afirmar que o Brasil é um país com grande potencial para aqueles que atuam no meio, uma espécie de Eldorado radiofônico. Pena que a lógica do mercado é outra, especialmente para os jornalistas. Conforme Francisco Sant'Anna,

embora rico em estações e em audiência, o rádio não é um grande empregador de radiojornalistas e, portanto, é pobre na produção e difusão de conteúdos jornalísticos próprios. As emissoras comunitárias, em sua quase totalidade, não contratam jornalistas e as comerciais, muito pouco (2008, p. 75).

É o que se vê na região sul da Bahia. Nas dez emissoras pesquisadas, apenas numa delas foi encontrado um jornalista, que, assim mesmo, trabalha como locutor e, logo, fora de sua função. Ou seja, em 90% das emissoras não há jornalistas e, nos 10% em que há, ele está fora de suas funções.

Cabe então repetir a pergunta: e quem faz as notícias do rádio? Quem forneceu essa resposta e suas nuances foram oitenta profissionais, entrevistados entre outubro e novembro de 2009, todos atuantes e com algum tipo de vínculo com as emissoras regionais.

Questionados sobre como chegam às informações, 60% deles responderam que retiram as notícias de *press releases*, jornais (o *gilete press*) e da internet. Desses, apenas 10% se preocupam em checar as informações de alguma outra forma que não a simples leitura. Partem do princípio de que, se foi publicado por alguém, é verídico.

Outros 30% disseram que as notícias aparecem de fontes diversas: telefonemas dos ouvintes, *releases* e outras fontes (aí cabem

todos: políticos, órgãos públicos, jornais, outras emissoras, televisões, polícia, informantes, entre outras). Novamente constatou-se que não há uma checagem adequada. Apenas em 10% dos casos a emissora checa a informação recebida e geralmente só o faz quando esta vem diretamente dos ouvintes.

Os últimos 10% afirmaram que, ao receberem qualquer informação, mesmo que esta venha de *releases*, procuram checar. Se a informação tiver sido veiculada na internet ou em outros meios, procuram ver se esta é coincidente em mais de um deles. Se for, publicam. Mas, conforme disseram, a maioria das informações é buscada na rua, diretamente no palco dos acontecimentos e com a fonte primária.

Perguntados sobre como funcionam suas equipes de trabalho e quais as rotinas de produção, 40% responderam que há tarefas definidas, mas que isso nunca funciona porque as equipes são muito reduzidas, geralmente compostas por um operador de mesa e um locutor-apresentador, que também faz a produção e, às vezes, a parte comercial. Já 30% disseram que a equipe é formada por um locutor-apresentador, que funciona como uma espécie de diretor e editor, um repórter-redator, que vai para a rua quando é preciso, e por um(a) secretário(a), que marca entrevistas, agenda participações e outras tarefas da produção, além de fazer o serviço de *office boy*: pagar contas em bancos, resolver pequenos problemas com transporte, comprar material etc.; ou seja, um “faz-tudo”.

Os restantes 30% disseram funcionar com uma rotina bem planejada, em que as pessoas já sabem suas tarefas e o tempo-limite que têm para cumpri-las. Trabalham com ordens de serviços e pautas, no caso do radiojornalismo. Segundo informaram, suas equipes são compostas por um produtor, um repórter-redator, um editor, um contato comercial e um serviços-gerais, além de um técnico de som. Observou-se que, entre estes, estão profissionais que trabalham nas emissoras de rede (como a Globo e a Aleluia).

Sobre o radiojornalismo, 100% disseram ser o carro-chefe do rádio e que atuam nessa área, mas, perguntados sobre quantos deles eram jornalistas, apenas 0,8% respondeu afirmativamente. Ou seja, 99,2% fazem radiojornalismo, mas não são jornalistas. Questionados sobre o motivo disso, a resposta pareceu sincera: não há jornalista que aceite trabalhar no pique exigido pela dinâmica de uma rádio, recebendo um salário pouco maior que setecentos reais, média paga na região.

Foi ainda perguntado sobre com que critérios e técnicas eles produzem as notícias: 70% responderam usar o “bom-senso” (próprio, pessoal, aprendido na vida) e 30% disseram usar técnicas da proximidade, da prioridade à informação mais próxima do ouvinte e outras semelhantes. Nesse caso, há uma confusão entre as características do rádio, relacionadas por McLeish (2001), e o que sejam as técnicas e rotinas de produção da notícia. Ou seja, a notícia é produzida por meio de critérios pessoais, flutuantes e incertos, que podem ou não dar conta da importância de sua função social.

Mais grave é perceber que muitos deles, pelo fato de o rádio ser um veículo eminentemente oral, conseguem “dar seu recado” sem precisar escrever. E é o que lhes salva, já que apenas 23% destes possuem ensino médio completo; 42% têm primeiro grau; e 28% sabem ler, mas não escrevem. Os demais estão fazendo curso superior.

Questionados sobre como veem seu papel social, a maioria (90%) disse que cumpre plenamente seu papel, na medida em que coloca à disposição da população a possibilidade de reclamar dos problemas da rua, do bairro, do vizinho, do mercadinho da esquina. Ou seja, considera como seu um papel social que é do veículo: o caráter regional do rádio e a proximidade que tem com o ouvinte.

Por fim, 70% dos entrevistados consideraram natural fazer certos “arranjos” no conteúdo das notícias se isso vier a ferir interes-

ses econômicos seus ou da emissora. Ao que parece, o sentido da ética jornalística, nesses casos, passou ao largo. Já 20% esquivaram-se do assunto, dizendo que os problemas comerciais ficam no departamento comercial, mas admitiram que já tivessem sofrido algum tipo de corte em assuntos de interesse desse departamento. Apenas 10% afirmaram não aceitar interferências de outras áreas em seu trabalho. Curiosamente, todos esses eram mulheres.

Essa situação, que a princípio parece ser rara e restrita a essa região, apresenta-se muito mais comum que parece. Em outros locais da Bahia consultados, a situação é semelhante. Na região do Sisal, onde o rádio é tão forte que incitou a Universidade do Estado da Bahia (UNEB) a abrir um curso de Rádio e TV na cidade de Coité, a média de escolaridade dos radialistas é do primeiro ao segundo grau incompleto. A maioria escreve como fala e vice-versa e lá também não há jornalistas atuando em rádio.

Essas informações, apresentadas pelos estudantes e professores de Coité na VI Semana de Comunicação da Universidade Estadual de Santa Cruz (UESC), em 2009, mostram que a complexidade da situação está muito mais imbricada em outras questões. Algumas delas são a forma como o rádio formou seus quadros e a falta de investimento no setor, mesmo sendo a principal mídia de acesso às populações de áreas mais afastadas.

Outra preocupação está refletida no trabalho de Francisco Sant'Anna, quando ele aponta o risco de o rádio passar a operar na condição de “mídia das fontes”, ou seja, a serviço de organizações ou “atores sociais sem tradição na radiodifusão ou no jornalismo” (2008, p. 79). Nesse caso, a informação jornalística estará, obviamente, condicionada de modo explícito a interesses particulares, porém com a fachada da imparcialidade⁴ que se insiste em imputar aos meios de comunicação, sejam eles de quem forem e como atuem.

⁴ Os conceitos de isenção, independência e imparcialidade no jornalismo, surgidos a partir da Revolução Industrial, passam a ser difundidos no Brasil a partir da

Por outro lado, esse modelo mantém a hipocrisia que rege historicamente as relações da mídia com o público, porque, mesmo que este saiba quem manda naquela informação e tenha a chance de colocar-se diante dela de forma crítica, a “mídia das fontes” apresenta-se respaldada pela “aura” do jornalismo: objetividade-imparcialidade-veracidade (Miège, 2000, p. 53) e pela credibilidade dos atores sociais que a controlam. As chances de manipulação ou condução da informação tornam-se iguais ou até maiores que as da mídia convencional.

No caso regional, percebe-se bem como se dá esse processo. A partir da década de 1980, com a chegada do sistema de Frequência Modulada (FM) e das emissoras de televisão na região, o bolo publicitário foi dividido, cabendo às estações AM menos de 10% dos recursos que recebiam. Para conseguirem se manter, passaram a vincular-se mais estreitamente ao poder político, dele dependendo cada vez mais (Albuquerque, 2004).

Acentuou-se a concepção do “jornalismo atrelado”, que, para Ciro Marcondes Filho (1986), é aquele que anda a reboque da vontade das classes politicamente dominantes. Na região sul da Bahia, essas classes são majoritariamente expressas pelo grupo político-empresarial de propriedade da família do ex-senador Antônio Carlos Magalhães (a Rede Bahia) ou por grupos religiosos, como a Rede Vida, de propriedade da Igreja Universal do Reino de Deus.

Apesar do poderio econômico, esses grupos mantiveram a lógica capitalista da mais-valia ao “otimizar” os profissionais do rádio e do jornalismo (ou vice-versa). Por exemplo, locutores fazem simultaneamente o trabalho de pauteiro, produtor, entrevistador, repórter, editor e operador de mesa, entre outros. Mas sempre com um – e apenas um – salário de radialista, que é regionalmente menor que o de jornalista.

dominação capitalista norte-americana, especialmente do final do século XIX até a primeira metade do século XX (Lage, 2001, p. 67).

Outras emissoras desvinculadas desses grupos – o que não quer dizer independentes de suas políticas e interesses – enfrentam maiores dificuldades financeiras e apelam para meios alternativos de sobrevivência, como o arrendamento de horários ou a venda de espaços expressivos para prefeituras, vereadores, empresas particulares e outros. Nesses casos, cada espaço arrendado tem sua própria equipe, geralmente formada por um locutor que é também contato comercial, repórter, pauteiro, redator, relações públicas, entrevistador, entre outros.

Ou seja, no contexto do rádio regional, é muito difícil precisar quem de fato é radialista ou radiojornalista, uma vez que as funções, como colocadas, se misturam e se confundem. Mas, levando-se em conta que os radialistas recebem salários equivalentes à metade do piso salarial dos jornalistas (na Bahia, estipulado em cinco salários mínimos), pode-se imaginar por que na Bahia há ainda menos jornalistas em rádios.

Os radialistas, por sua vez, completam o salário minguaço animando festas, desfiles e eventos oficiais. Outros passam a “comercializar politicamente” seu trabalho, como foi popularizada a prática de receber pagamento por notícias que sejam – ou deixem de ser – veiculadas, a depender do interesse do anunciante. E aí se rompe o princípio básico do radiojornalismo, que é justamente o compromisso com a verdade.

Agravando ainda mais esse contexto, 48,8% da população regional não são alfabetizados, e é grande o número de moradores de áreas rurais onde a informação está basicamente restrita à oralidade, aqui materializada pelo rádio. Ou seja, é pelo rádio que eles se comunicam com o mundo.

Pesquisa realizada pelo Programa Regional de Pós-Graduação em Desenvolvimento e Meio Ambiente (PRODEMA) e pela UESC (Albuquerque, 2004, p. 122) comprova isso quando constata que 99,7% das pessoas que moram em zonas rurais de Ilhéus possuem aparelho de rádio e 61,3% mantêm a audiência diária. Entre os ouvintes constantes, 76% são analfabetos ou chegaram até o primeiro

grau, 21% têm segundo grau e apenas 3% estão cursando ou concluíram o terceiro grau. A renda média de 82% está em até um salário mínimo e o restante não ultrapassa cinco salários por mês. No mesmo universo, apenas 3% leem jornais ou revistas diariamente.

Se essas circunstâncias fazem com que a audiência do rádio seja maior entre as camadas mais pobres da população, também fazem com que a quantidade de anunciantes para esses veículos seja muito aquém do que é preciso para sua manutenção. E isso contribui ainda para a continuidade do sistema de “ajuda financeira” (espécie de mesada paga às emissoras por órgãos públicos ou privados, políticos, profissionais liberais e comerciantes para que veiculem apenas informações favoráveis aos pagantes, omitindo qualquer outra que não se enquadre nessa categoria) e de subjugação total dos meios ao capital. Nesse caso, não se trata da “mídia das fontes” (Sant’anna, 2008), mas de uma mídia a serviço das fontes.

A informação, que para as populações locais é tão valiosa – até porque muitas vezes é a única –, pode estar truncada, manipulada, omitida ou inventada, a depender da situação econômica em que se encontre a empresa radiofônica ou o âncora do programa, no caso dos horários arrendados. A eles, cabe decidir o que é ou não informação. E com os critérios que conhecem. Mas o rádio do sul da Bahia completou 61 anos e a maioria das emissoras que iniciaram sua história ainda está ativa. Isso alivia os espíritos e mostra que sempre há esperança.

Referências

- ALBUQUERQUE, Eliana C. P. Tenório de. *A comunicação impressa em áreas de proteção ambiental – o caso da APA da Lagoa Encantada, em Ilhéus, Bahia* (dissertação). Mestrado em Desenvolvimento Regional e Meio Ambiente. UESC/PRODEMA, 2004.

- e ROCHA, Marlúcia M. da. “Observações sobre a história do jornalismo na região cacauceira da Bahia”. *Congresso Brasileiro de História da Midia da Rede Alcar*. UFF, 2008.
- ANDRADE, Maria da P. *Ilhéus: passado e presente*. 2 ed. Ilhéus: Editus, 2003.
- AQUINO, Ramiro. *De Tabocas a Itabuna – 100 anos de imprensa*. Itabuna: Agora, 2000.
- BARBOSA, C. R. A. *Notícias históricas de Ilhéus*. 3 ed. Ilhéus: Colorgraf, 1994.
- LAGE, Nilson. *Ideologia e técnica da notícia*. 3 ed. Petrópolis: Vozes, 2001.
- LINS, Wilson et al. *Coronéis e oligarquias*. Salvador: Ianamá, 1988.
- MCLEISH, Robert. *Produção em rádio: um guia abrangente de produção radiofônica*. São Paulo: Summus, 2001
- MARCONDES FILHO, C. *Quem manipula quem*. Petrópolis: Vozes, 1986.
- MARTINS, Roberto Pinto. “Rádio digital”. Palestra realizada na Comissão de Ciência, Tecnologia, Inovação, Comunicação e Informática do Senado Federal em 22 nov. 2007. Disponível em http://www.senado.gov.br/web/comissoes/cct/ap/AP20071122_MinCom_RobertoPintoMartins.pdf. Acessado em 3 mai. 2010.
- MIÈGE, Bernard. *O pensamento comunicacional*. Petrópolis: Vozes, 2000.
- OLIVEIRA, Edivaldo dos Santos. *História da capitania dos Ilhéus e missão jesuítica – 1534/1600* (dissertação). Mestrado em História. Pontifícia Universidade Gregoriana de Roma, 2002.
- SANT’ANNA, Francisco. “Radiojornalismo no Brasil: um jornalismo sem jornalistas”. *Revista Libero*, dez. 2008, ano XI, n. 22, pp. 75-92.
- SODRÉ, N. Werneck. *História da imprensa no Brasil*. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 1996.
- SUPERINTENDÊNCIA de Estatística Econômica e Social da Bahia (SEI). Disponível em <http://www.ba.gov.br>. Acessado em 12 fev. 2008.

Evolução do radiojornalismo em João Pessoa

Moacir Barbosa de Sousa (UFRN)

Primórdios

No jargão televisivo, “uma imagem diz tudo”. Ela possibilita, por exemplo, acreditar que o homem realmente desceu na Lua. Todos se lembram do estudante chinês desafiando o tanque de guerra durante o Massacre da Praça da Paz Celestial. Todavia, esse meio eletrônico está sujeito à seleção de imagens de agências noticiosas, criando a chamada ditadura da imagem: muitos fatos importantes deixam de ser noticiados quando não se têm as imagens correspondentes. O telespectador acostumou-se ao ritmo das imagens na televisão e às notícias lidas com imagens. Porém, ele mesmo já deduziu que, se um fato é noticiado sem imagem, é porque é muito importante.

No rádio, à falta de imagens, busca-se o texto forte, informativo e de boa qualidade, embora também seja possível a seleção, como na televisão. A entrevista gravada ou ao vivo é o recurso que substitui a imagem. É utilizada uma gama variada de estímulos sonoros, e a voz do locutor será um fator de capital importância. A impostação de voz, o timbre, a altura e o simples “atenção ouvintes!” serão suficientes para dar credibilidade

à informação. A exibição de imagens na televisão leva ao esquecimento da análise dos fatos que geraram aquelas imagens que são mostradas.

Além da seleção das imagens pelas agências internacionais, existe a ditadura do colonialismo ianque, que privilegia fatos ocorridos em terras americanas: dez pessoas que morrem nos Estados Unidos são uma notícia mais importante do que cem mortos na Bolívia. Os conflitos na Somália foram esquecidos pela imprensa mundial até o dia em que somalianos assassinaram soldados americanos. A miséria local e a história dos conflitos foram colocadas de lado em razão da imagem do rosto do piloto americano capturado pelos revoltosos. Nessa seleção, à imprensa brasileira coube boa parte da culpa, pois habituou o ouvinte/telespectador/leitor a se interessar apenas por assuntos dos países desenvolvidos. As agências internacionais vendem aos brasileiros seus atletas, artistas, culturas e políticas.

O rádio nasceu sob a égide da palavra e com potencialidades educativas e jornalísticas. As primeiras emissões foram de cunho jornalístico, embora na ocasião não tomasse esse título. O jornal *The Times*, de Londres, cobriu a revolução soviética de 1917 utilizando um posto de radiotelegrafia durante as 24 horas do dia, mandando as notícias para o resto do mundo. Por essa façanha, o jornal londrino clama para si o pioneirismo do radiojornalismo mundial.

O *Repórter Esso*, considerado modelo de radiojornalismo, estreou para servir de porta-voz do andamento da Segunda Guerra Mundial, em especial das ações dos exércitos americanos na Europa. Tornou-se logo um dos noticiários de maior audiência no rádio brasileiro. Sua pontualidade era tal que, à fanfarra composta pelo maestro Carioca para sua característica musical, os relógios eram acertados. Seu locutor mais famoso foi Heron Domingues,

cuja carreira começou em Porto Alegre, na Rádio Gaúcha.¹ Em 1944, Domingues transferiu-se para o Rio de Janeiro e se tornou o locutor exclusivo do *Repórter Esso*. A United Press International (UPI), que fornecia matérias para o noticioso, foi fundada em 15 de julho de 1918. Emil Farhat, considerado o “pai do *Repórter Esso*”, criou os slogans “o primeiro a dar as últimas” e “testemunha ocular da história”.

O manual do *Repórter Esso* foi o pioneiro do radiojornalismo brasileiro; entre outras normas, ditava:

É de cinco minutos a duração no ar de cada edição normal do *Repórter Esso*. Vinte segundos a abertura e encerramento, quatro minutos notícias locais, nacionais e internacionais. Quarenta segundos mensagem comercial. [...] Abertura será padronizada: ‘Prezado ouvinte, bom dia (boa tarde ou boa noite). Aqui fala o *Repórter Esso*, um serviço público da Esso Brasileira de Petróleo

¹ Em agosto de 1974, Heron Domingues noticiou o fim da carreira política de Richard Nixon e, em seguida, morreu de ataque cardíaco. Gaúcho de São Gabriel, Domingues nasceu em 1924. Em dezembro de 1941, data do ataque japonês a Pearl Harbor, fez um teste para cantor na Rádio Gaúcha. Como houve falta de locutores na emissora, foi mandado às pressas para o microfone, a fim de noticiar o ataque, o que ele fez sem hesitação e a sangue frio. Durante a guerra, quando apresentava o *Repórter Esso* na Rádio Nacional, ficava direto na estação informando o desenrolar do conflito. Dormia numa cama exclusiva, colocada no próprio estúdio, com os fones colocados nos ouvidos e uma linha direta com a United Press International (UPI), que originou grandes furos jornalísticos. No entanto, o locutor Carlos Frias, da Rádio Tupi, furou o *Repórter Esso* ao divulgar o fim da Segunda Guerra. Os ouvintes não acreditaram na notícia porque não fora veiculada pela Nacional. Indignado, Domingues ligou para a UPI, e de lá responderam: “Deve ter sido a Associated Press passando adiante dos fatos. Aguarda-se o fim da guerra a qualquer instante, mas ainda não se tem confirmação”. Chamando uma edição extraordinária, Domingues anunciou que o *Repórter Esso* estava atento, à espera da confirmação do fim do conflito, que a UPI não tinha notícias acerca do acontecimento e que os fatos divulgados ainda eram prematuros. A Rádio Nacional teve de ser protegida pela polícia, porque agitadores acusavam o *Repórter Esso* de derrotista e fascista e ameaçavam apedrejar a emissora. Mas a guerra realmente acabara, como anunciou Carlos Frias. Um professor de Direito da Faculdade Cândido Mendes chamou Domingues, na frente dos alunos, de “gênio da califasia” – a arte de bem pronunciar as palavras.

e dos revendedores Esso com as últimas notícias UPI'. Encerramento: 'O *Repórter Esso* voltará ao ar logo mais (ou amanhã) às [...] horas. Até lá, muito bom dia (boa tarde ou boa noite) e... lembre-se: dá gosto parar num posto Esso'.

Ainda segundo as normas, o texto deveria ser escrito sempre na ordem direta, evitando-se as orações intercaladas. Cada edição do informativo deveria conter 40% de notícias locais, 40% de notícias nacionais e 20% de notícias internacionais. O conceito de “furo” subordinava-se à verdade do acontecimento; era preciso dar a notícia certa e, se possível, em primeira mão. Heron Domingues fundou em 1948, na Rádio Nacional, uma seção de jornais falados e reportagens com a finalidade de dar uma linguagem própria ao radiojornalismo. Até essa época, e pouco antes da chegada do manual de redação, o *Repórter Esso* era apresentado com os telegramas lidos da forma como chegavam da UPI. Domingues descobriu a medida de tempo de leitura de uma notícia, que correspondia a 15 linhas por minuto.

Rubens Amaral foi o primeiro locutor a ler um *Repórter Esso* no Brasil. No início de suas transmissões no país, o locutor do horário era encarregado de apresentar as edições do informativo. Só um pouco mais tarde foi adotado o critério do locutor exclusivo. Haroldo Barbosa era uma espécie de fiscal da Agência de Propaganda McCann-Erickson, detentora da conta da Esso, na Rádio Nacional. Era ele quem acompanhava no estúdio a apresentação do programa para verificar se havia entrado no horário e quais os eventuais problemas surgidos durante sua apresentação. Mais tarde, o *Repórter Esso* saiu da Nacional e foi para a Rádio Globo, tendo como locutor exclusivo Roberto Figueiredo, que já ocupava o lugar de Heron desde que este se transferira para a televisão. Em 1968, o *Repórter Esso* encerrou suas transmissões.

Em 3 de abril de 1942, o jornalista Corifeu de Azevedo Marques criou o *Grande Jornal Falado Tupi* para concorrer com

o *Repórter Esso*. Tendo atuado no jornalismo impresso, Marques montou esquema parecido no jornal da Rádio Tupi, com abertura e manchetes (correspondendo à primeira página do jornal impresso) e seções exclusivas: política, nacional, internacional, esportes e local.

Os *Comandos Continental* também revolucionaram o rádiojornalismo brasileiro. Para a cobertura de externas, havia dois caminhões Dodge adquiridos por meio de permuta publicitária. Uma das unidades tinha aparelhagem sofisticada, que permitia a comunicação repórter-estúdio. Quando a imagem de Nossa Senhora de Fátima, de Portugal, foi trazida para o Brasil, a Rádio Continental transmitiu o evento diretamente do navio no Oceano Atlântico, utilizando uma frequência reservada para casos extremos, como naufrágios ou panes em alto-mar, conforme as normas internacionais de navegação na época.

O julgamento de Régis Pacheco, acusado de fornecer informações aos alemães sobre a movimentação dos navios brasileiros no Atlântico, foi conduzido pelo Supremo Tribunal Federal e vedado à imprensa. Um dos pioneiros da Continental, Paulo Caringi, entrou no local do julgamento vestindo-se como funcionário da limpeza e conduzindo um gravador escondido. Ao ser descoberto, já havia gravado grande parte da sessão. Foi preso, mas conseguiu jogar a fita para os companheiros no meio da rua.

Outra ousadia de Caringi foi embarcar no Rio de Janeiro escondido, a bordo do Cruzador Barroso, para cobrir a chegada a Salvador do presidente de Portugal Craveiro Lopes. O clandestino foi logo encontrado pela tripulação, mas o comandante do navio admirou sua coragem e deu-lhe permissão para permanecer no navio.

Caringi também transmitiu ao vivo, diretamente de uma cabine de telefone no Ministério da Guerra, no Rio de Janeiro, o pronunciamento dos militares dispostos a derrubar Getúlio Vargas. Quando o ministro da Guerra noticiaria que Vargas seria afastado definitivamente do cargo pelos militares, chegou a notí-

cia de que o presidente havia se suicidado com um tiro no peito. Caringi furou o próprio *Repórter Esso*.

Por ocasião de um programa na Rádio Continental, Carlos Pallut entrevistava Tenório Cavalcanti ao vivo, quando houve um tiroteio no estúdio: um delegado invadiu a rádio disposto a matar o lendário deputado.

Em 1959, o jornalista Reinaldo Jardim criou na Rádio Jornal do Brasil, no Rio de Janeiro, o primeiro serviço de utilidade pública. Com a ida dos grandes ídolos para a televisão, o rádio começou a perder audiência e espaço publicitário, até que os famosos *achados e perdidos* restabeleceram o contato com os ouvintes. O locutor paulista Kalil Filho montou uma rede de troca-troca no programa *Show da Manhã*, na Rádio Jovem Pan,² em 1969. Havia troca de receitas e pesquisas escolares.

Durante as chuvas e os desabamentos no Rio de Janeiro em 1966, a Jornal do Brasil passou 24 horas no ar irradiando 2.500 notas por dia. A emissora Rio São Francisco, de Penedo (AL), supria a falta de telégrafo com um serviço de recados. Na década de 1980, a população das imensas regiões inacessíveis da Amazônia utilizava os serviços da estatal Rádio Difusora Acreana para comunicação com parentes e amigos, por meio de “mensagens” como esta: “Alô, alô senhor José, na colocação [localidade]. Aroeira, seu filho Manoel pede que mande numerário [dinheiro] pelo portador que sai do seringal às 14 horas de amanhã, pois ele está no hotel precisando de dinheiro para voltar”.

A Rádio Nacional do Rio de Janeiro também foi pioneira no setor da utilidade pública. Em sua fase áurea, informava aos ouvintes do campo as cotações dos produtos agrícolas e as pre-

² A Jovem Pan entrou no ar no dia 3 de maio de 1944, com o nome de Pan-Americana. Em 1965, mudou a denominação para Jovem Pan. Em 1976, foi inaugurada a Jovem Pan 2 FM. Em 1993, teve início o projeto Jovem Pan-Sat, implantado em 1994 com o sinal de áudio digital transmitido via satélite para várias regiões do país. Em 1996, a audiência era de 15 milhões de ouvintes no Brasil.

visões do tempo. Em 1946, chegou a ajudar um avião da FAB que sobrevoava Campo Grande, no Mato Grosso, e apresentava defeito, mas que não podia aterrissar no aeroporto local porque não havia iluminação. O comandante da aeronave fez contato com a base aérea de Santa Cruz, no Rio de Janeiro, que, por sua vez, contactou a Nacional. Pela estação de ondas curtas, que tinha muito audiência nos estados brasileiros, foi lida uma mensagem de socorro para que os motoristas se dirigissem ao aeroporto de Campo Grande e iluminassem o campo com seus carros. Grande número de automóveis que estavam nas ruas tomou o rumo do aeroporto, e o avião posou sem problemas.³

Enquanto isso, na Paraíba

O quadro de locutores da Rádio Tabajara da Paraíba, segundo o slogan adotado, “a emissora oficial do governo do estado”, não ficava nada a dever ao das emissoras do Rio de Janeiro, de São Paulo e de Recife. Antônio Magalhães, Luiz Fagundes, Botelho Luna, Walter Lins e Humberto Rabelo formavam o time de frente dos *speakers* da emissora oficial. No grupo, destacou-se também Jaira Maia, considerada uma das primeiras mulheres a profissionalizar-se no rádio paraibano.⁴ A qualidade desses locuto-

³ Durante a passagem do autor pela Difusora Acreana, em Rio Branco, em 1982, acontecimento semelhante foi presenciado. Os funcionários mais antigos da emissora disseram que era corriqueiro os motoristas auxiliarem com seus carros o aeroporto local, quando alguma aeronave necessitava de pouso de emergência após as 18 horas. Em todas as vezes, a operação teve sucesso.

⁴ A radialista aposentada Nauda de Abreu, que iniciou no rádio paraibano em 1951 como cantora e locutora encarregada da leitura dos *reclames* nos programas de auditório na Rádio Arapuan e abandonou-o em 13 de abril de 1983, conta que a mulher não era bem-vista por trabalhar no rádio. Ela própria, para atuar no veículo, escondida da família, adotou o nome artístico de Nauda de Abreu (seu nome verdadeiro é Maria Avani). As vozes femininas mais famosas do rádio paraibano foram a própria Nauda, promovida a locutora da Arapuan em 1957 por meio de teste, Ana Paula, Irece Botelho (aposentadas) e Zélia Gonzaga, que mora no Paraná.

res levou a direção da emissora a estruturar seu setor de radiojornalismo. O primeiro noticiário com horários determinados, inspirado no *Repórter Esso*, foi o *Mensageiro do Ar Carvalho Dutra*, que evoluiu depois para o *Informativo Tabajara*. A exemplo do noticiário da Esso Brasileira de Petróleo, o *Informativo* passou a ter um locutor exclusivo, o radialista Paulo Rosendo, falecido na década de 1980. Até o tema musical do noticiário paraibano parecia-se com a fanfarrinha composta pelo maestro Carioca. Durante sua gestão à frente da presidência da Rádio Tabajara, na década de 1970, o jornalista Carlos Roberto de Oliveira tentou imprimir ao *Informativo* a fama de pontualidade que caracterizava o *Repórter Esso*. Para tanto, estipulou multas pelos atrasos de sua entrada no ar, descontando os respectivos valores da gratificação que o apresentador Paulo Rosendo recebia pela emissora, já que tinha salário fixo como funcionário do estado.

O surgimento de novas emissoras deu origem a programas jornalísticos que deixaram sua marca no rádio paraibano. Na Arapuan, destacou-se o *Plantão Arapuan*, irradiado diretamente da Central de Notícias Dulcídio Moreira, onde os radioescutas e noticiaristas varavam o dial do receptor à cata de notícias. *Antena política* e *Dramas e comédias da cidade* foram programas que também obtiveram grande aceitação pelo público ouvinte da Arapuan. Na Correio da Paraíba, destacaram-se o *Rádio repórter CP*, o *Cidade aberta* e o *Diário íntimo da cidade*.

O formato dos noticiários seguia um padrão tradicional. Tinham duração corrida de trinta a sessenta minutos, divididos em blocos de notícias locais, nacionais e às vezes internacionais. Na parte local, dava-se ênfase aos assuntos políticos e administrativos, havendo necessariamente cobertura do dia a dia do Executivo, da Assembleia Legislativa e da Câmara de Vereadores.

Na fase de profissionalização, o radiojornalismo paraibano era feito com a ajuda de radiotelegrafistas que, de fone nos ouvidos, captavam os boletins enviados pelas agências noticiosas em código

Morse. Nas redações, era comum a figura do *tradutor*, o encarregado de dar forma às notícias nas longas tiras de papel remetidas pelos telegrafistas. Quando assumiu a direção da Rádio Tabajara, Antônio Lucena criou o radioespetáculo e incentivou o radiojornalismo na emissora oficial, graças a uma estrutura física que deu melhores condições de trabalho aos redatores, repórteres e telegrafistas. As edições dos jornais radiofônicos na época eram longas, discursivas e com características musicais bombásticas, geralmente dobrados brasileiros e marchas do americano John Philip Sousa.

Atualmente, poucas emissoras da Paraíba dedicam espaço ao jornalismo. A Rádio Cidade Verde, afiliada à Rede Jovem Pan Sat, tinha em 1997 na grade de programação matinal o *Programa Germano Barbosa*,⁵ que mobilizava repórteres com *flashes* de acontecimentos da cidade e um informativo de hora em hora, seguindo a linha jornalística da Jovem Pan AM. A Rádio Tabajara levava ao ar dois jornais diários, apresentados no início da manhã e no começo da noite, respectivamente, totalizando, juntos, uma hora e meia de duração. O governo do estado pagava às estações retransmissoras, e talvez por isso algumas rádios de oposição, como era a Difusora Cajazeiras, também entravam em cadeia. Às quintas-feiras, era praxe (até 1995) as emissoras de orientação oficial retransmitirem o programa *Palavra de honra*, com o governador da Paraíba.

A Tabajara foi uma emissora privilegiada no paupérrimo radiojornalismo paraibano. Sua conexão por meio da cadeia estadual promovia intercâmbio regular e diário com as emissoras dos principais municípios, abastecendo seu Departamento de Radiojornalismo. Não dispondo até 1995 de fax e telefone celular, os repórteres suavam a camisa para cobrir os fatos na capital do estado. Contavam apenas com uma linha telefônica exclusiva, pela qual se

⁵ Quando a Cidade Verde foi vendida à Igreja Universal do Reino de Deus, ao final de seu programa, Germano Barbosa foi chamado à sala da direção da emissora e foi secamente comunicado que o programa não iria mais ao ar no dia seguinte. Ele e quase todos os funcionários da emissora foram sumariamente demitidos.

revezavam apurando as informações. Só em 1995 seu carro de FM começou a ser usado com maior frequência nas reportagens externas. O antigo teletipo da emissora teve de ser desativado porque não foi mais possível renovar o contrato com as agências de notícia. A questão foi minimizada com o aluguel de um canal de satélite, que facilitava o contato com outras emissoras, mas ainda assim era insuficiente para cobrir os acontecimentos nacionais, fazendo-se necessário manter funcionando um serviço de rádio e tevê-escuta.

Nas emissoras do sistema Correio, que incluía a Central Brasileira de Notícias (CBN), os próprios locutores faziam as vezes de repórteres, apelando para o *gilete press*. A Rádio Sanhauá, com um Departamento de Radiojornalismo que dependia de um Departamento Comercial pouco atuante, dispunha de um carro de externa que só em 1995 começou a atuar mais sistematicamente nos trabalhos de apuração jornalística. Antes, como a viatura se prestava a outros afazeres, os repórteres chegavam a utilizar os próprios transportes.

Na virada do século

O quadro exposto reflete a atitude dos empresários da comunicação na Paraíba, que subestimam a qualidade do veículo rádio. Não investem em produção porque, acham eles, não teriam retorno publicitário, criando-se, assim, um ciclo vicioso que não aponta para qualquer mudança em curto prazo. O principal setor afetado nas emissoras AM é o do jornalismo, que, ao contrário das FMs, demanda um mínimo de produção. Algumas emissoras dispõem de departamentos afins, mas a maioria se limita a reservar um ambiente para os poucos jornalistas contratados. As emissoras FM, além de possuírem uma infraestrutura com bastante vida útil ainda e atraírem maior volume de publicidade, despendem muito pouco em produção. As despesas praticamente são oriundas dos encargos gerais e de pessoal, que, na maioria, nunca ultrapassa

os dez funcionários, incluindo os *locuoperadores*, que são comuns em grande parte das rádios e ajudam a racionalizar os recursos humanos.

O jornalismo paraibano apresenta também um fenômeno comum ao que é exercido na maioria das capitais brasileiras. A baixa remuneração dos profissionais leva um em cada três jornalistas paraibanos a exercer a função de assessor de imprensa em órgãos públicos e, o que é pior, em assessorias parlamentares. A tendência, no estado, é fazer com que as assessorias sejam ocupadas por um jornalista político.

Referências

- BARRETO, Adalberto. “Rádio Tabajara, meu amor”. In MELLO, José Octávio de Arruda e VIEIRA, Nilton Tavares (orgs.). *Rádio Tabajara 50 anos: 1937-1987*. João Pessoa: A União Editora, 1987, pp. 31-2.
- JUREMA, Abelardo. “A radiofonia paraibana de Argemiro a Ruy Carneiro”. In MELLO, José Octávio de Arruda e VIEIRA, Nilton Tavares (orgs.). *Rádio Tabajara 50 anos: 1937-1987*. João Pessoa: A União Editora, 1987, p. 29.
- LOURENÇO, Otinaldo. “Como manter viva a Rádio Tabajara”. *Correio da Paraíba*, João Pessoa, 8 ago. 1993. Caderno Cidade, p. 4.
- NELSON, Chico. “Repórter Esso, o primeiro a dar as últimas”. *Revista de Comunicação*, Rio de Janeiro, mai. 1993, n. 32, pp. 17-9.
- OLIVEIRA, Carlos Roberto de. “Radiojornalismo e reformas nos anos 70”. In MELLO, José Octávio de Arruda e VIEIRA, Nilton Tavares (orgs.). *Rádio Tabajara 50 anos: 1937-1987*. João Pessoa: A União Editora, 1987, p. 34.
- ORTRIWANO, Gisela Swetlana. *A informação no rádio: os grupos de poder e a determinação dos conteúdos*. São Paulo: Summus, 1985, 117 p.
- (org.). *Radiojornalismo no Brasil: dez estudos regionais*. São Paulo: Com-Arte, 1987, pp. 99-108.
- . *Os (des)caminhos do radiojornalismo* (tese). USP, 1990.
- RAMOS, Severino. “Os 50 anos da Rádio Tabajara”. In MELLO, José Octávio de Arruda e VIEIRA, Nilton Tavares (orgs.). *Rádio Tabajara 50 anos: 1937-1987*. João Pessoa: A União Editora, 1987, pp. 30-1.

REGO FILHO, Antônio Serafim. *Síntese histórica do radiojornalismo na Paraíba*. [S. l.: s.n.], [ca. 1980].

SAMPAIO, Mário Ferraz. *História do rádio e da televisão no Brasil e no mundo: memórias de um pioneiro – comemorativa do 60º aniversário da radiodifusão brasileira*. Rio de Janeiro: Achiamé, 1984, 345 p.

Radiojornalismo e recepção radiofônica: a Era de Ouro do rádio na percepção de ouvintes de São Paulo e Porto Alegre

Graziela Bianchi (Unisinos)

Marta Regina Maia (UFOP)

Colocado no móvel principal da sala de estar, e no imaginário de uma multidão que tem rosto, nome e opinião, o rádio deixou marcas indeléveis no ambiente social de determinado período histórico. Marcas que permanecem impregnadas nos quadros de memória dos ouvintes, que têm papel fundamental na recuperação da memória afetiva desse veículo tão profundamente arraigado na sociedade brasileira.

Este texto tem por objetivo, portanto, situar as elaborações, percepções e sentidos produzidos por radiouvintes, acerca do radiojornalismo, nos “anos dourados” do rádio, correspondentes às décadas de 1930, 40 e 50, situando a audiência nos municípios de São Paulo e Porto Alegre. Tendo como pressuposto a formação de certo espaço público possibilitado pelo rádio, discorre sobre seu lugar na construção do imaginário de uma época, a partir de determinadas mediações. Discute, ainda, o sentimento de pertencimento dos radiouvintes ao universo radiofônico, considerando os mecanismos de apropriação por parte do sujeito e localizando o rádio como componente das práticas culturais de uma época.

Nessa reflexão, é possível indagar sobre a maneira como os processos de escuta do rádio foram se configurando e participando da conformação de uma memória midiática radiofônica de ouvintes hoje idosos, constituindo assim parte de suas histórias de vida. Também é possível pensar em como a cultura midiática radiofônica se desenvolve e gera sentidos, buscando-se descrever e analisar tais processos sob a perspectiva dos ouvintes, especialmente como as memórias do radiojornalismo, pertencentes aos radiouvintes, emergem e se configuram.

Radiojornalismo em São Paulo e Porto Alegre

A veiculação de informações pelo rádio revela seu caráter eficaz justamente pela transmissão instantânea dos acontecimentos. E o rádio soube aproveitar esse aspecto de maneira peculiar, com exceção da década de 1920, quando o radiojornalismo ainda não tinha presença marcante e baseava-se na transmissão de notícias extraídas dos jornais impressos. De qualquer forma, novas tecnologias possibilitaram novas maneiras de cobertura, já que no início da radiodifusão os equipamentos eram bem pesados, o que gerava dificuldades em seu transporte (Ortriwano, 1985, p. 132). Outro aspecto que contribuiu para essa agilidade foi a criação de equipes dedicadas somente a essa área, depois da década de 1930.

É inegável que, após a Revolução Constitucionalista (1932), o povo paulista, em especial o paulistano, reconheceu no rádio um importante instrumento de informação e conexão com a própria cidade, o estado, o país e o mundo. O surgimento de mais emissoras mantém, portanto, relação direta com o potencial demonstrado pelo rádio durante esse movimento. A relação entre o rádio e a Revolução de 1932 já foi comprovada por estudos específicos sobre radiodifusão; entretanto, ainda não foi muito discutida a imagem que ficou no imaginário popular e o que isso representou na própria programação das emissoras: “A utilização do rádio

em favor da causa constitucionalista [...] aproximou ainda mais a população paulistana das emissoras e, principalmente, colaborou para criar o hábito de escutar rádio, sobretudo para manter-se informado (Moraes, 1999, pp. 81-2).

Contudo, foi na década de 1940 que o radiojornalismo recebeu um grande impulso e ampliou sua audiência devido à Segunda Guerra Mundial. A Rádio Tupi criou, em 1942, o *Grande Jornal Falado Tupi*, abrindo espaço, posteriormente, para a transmissão do *Repórter Esso*, pela Nacional do Rio de Janeiro, outro destaque da radiodifusão, que teve sua estreia em 1941. Nos depoimentos dos radiouvintes sobre os momentos marcantes do radiojornalismo, aqueles que mobilizaram de maneira bastante acentuada a vida dos mesmos, as lembranças direcionam-se para um acontecimento: o final da Segunda Guerra Mundial.

O rádio sempre acompanhava os afazeres das pessoas, como conta a senhora Jurema (70 anos),¹ ao retratar como ficou sabendo do final da Segunda Guerra:

O papai plantava milho na época em um sitiozinho lá dentro do Instituto [Butantã] mesmo e, no dia em que terminou a guerra, que agora não me lembro a data direito, sabe, sei que foi final de 45 [...] E nós estávamos debulhando milho num salão muito grande. Reuniu toda a família pra debulhar o milho. Ele já tinha colhido tudo e, quando surgiu no rádio o término da guerra, começamos a jogar milho pra todos os lados. Foi uma maravilha. Todo mundo muito feliz, sabe?

O término da guerra [...] Porque foram cinco anos de guerra. Inclusive um dos nossos parentes, parente não, um dos maridos de uma das minhas primas estava, foi como pracinha. O nome dele era José Pacheco. Ele participou da guerra, tudo, lá, e a gente

¹ Os depoentes serão identificados somente pelo primeiro nome e pela idade. Mais informações nas respectivas teses.

ficou muito feliz quando terminou e ficou sabendo que ele estava vivo e depois voltou. Foi uma coisa bem assim [...] Jogando milho um pro outro assim, sabe. Já tínhamos debulhado muitos, fazia dias que estávamos trabalhando na colheita, então foi uma maravilha. Uma alegria.

Essa minha tia tinha um rádio assim de capelinha [...] estava ligado o rádio lá, no momento em que a gente estava trabalhando no milho e, quando surgiu a notícia, nossa! Foi maravilhoso, maravilhoso! Eu tinha, acho que uns 13 anos, por aí.

O senhor Paulo (77 anos) acompanhou a Segunda Guerra pelo rádio, mas ainda complementava suas informações pelos jornais: “A gente acompanhava diariamente o desenvolvimento da guerra. O *Grande Jornal Tupi* era ouvido praticamente por 99% da população de São Paulo, então eu acompanhava *pari passu*”. Ele também narra suas lembranças sobre o final da guerra:

Acompanhei tudo pelo rádio, ouvia as comemorações. Inclusive, eu estava na escola, quando terminou a guerra; eu estava no último ano da escola. Os colegas estavam lá, todos festejando o fim da guerra. Todo mundo comemorando a bomba atômica. A bomba atômica parecia que ia salvar o mundo [risos]. Mas me lembro perfeitamente, inclusive, logo a seguir, que, quando as tropas brasileiras da FEB [Força Expedicionária Brasileira] retornaram ao Brasil, eles desfilaram aqui na Avenida São João e depois também no Ibirapuera, que ainda era só mato, não tinha ainda essa coisa que foi inaugurada em 1954, né? Esse parque. Então fui lá receber os soldados brasileiros; eu vi quando chegaram as tropas brasileiras de retorno da guerra lá da Itália.

O *Grande Jornal Falado Tupi* era uma grande referência para todos os ouvintes. O senhor Paulo conta que “ouviam todo dia porque a gente acordava cedinho e, enquanto fazia a barba e

as obrigações matinais, a gente já estava com o radinho ligado ouvindo o jornal. Aí saía pra trabalhar, já tinha ouvido alguma coisa”. A comparação com os dias atuais é inevitável, como contou a senhora Zilda (74 anos): “Tinha o *Jornal Falado Tupi*, que era como o *Jornal Nacional* hoje, todo mundo ouvia. Todo mundo. E tinha noticiários assim, quando tinha uma notícia de última hora, eles cortavam e transmitiam, como fazem hoje, igualzinho”. Mesmo tendo como uma das referências centrais o radiojornalismo da Tupi, e ainda o da Record, que tinham muita audiência, o *Repórter Esso* também foi bastante citado pelos ouvintes; porém, há que se ressaltar que o rádio paulistano mantinha uma programação singular, voltada para as questões locais.

A pesquisa realizada com radiouvintes que acompanharam a Era de Ouro do rádio em Porto Alegre também constatou que, durante toda a sua trajetória com o rádio, o valor atribuído à informação se apresenta de maneira bastante forte. Na juventude e na idade adulta, no período laboral, a informação era valorizada pelos assuntos que poderia oferecer, como subsídio para comentários com amigos e colegas, ou mesmo tinha seu valor pelo hábito que instituiu durante os anos.

O grande ícone do radiojornalismo nas memórias dos radiouvintes é o *Repórter Esso*. Nas narrativas dos entrevistados, estes lembram desde a música que caracterizava a vinheta de abertura até o formato e o horário em que o programa era apresentado:

Um programa que eu gostava de escutar, e que minha mãe tinha pavor, era o *Repórter Esso*. Ela me dizia o que eu tinha que me meter em notícia, se aquilo não era pra criança, era pra adulto, ela dizia. Mas eu gostava de escutar (Laura, 69 anos).

Tinha o *Repórter Esso*. Era às oito horas da noite. Aquilo era sagrado. Às sete horas tinha aquele horário nacional, né, mas a gente não dava muita bola pra esse, como é? *A voz do Brasil*.

Depois sim, às vinte horas, o *Repórter Esso* [canta a música de abertura]. Aquela musiquinha... (Valkiria, 69 anos).

Notícia sempre teve. Teve um programa muito famoso, ele esteve anos no ar, o *Repórter Esso*, esse ficou anos no ar. Há pouco faleceu o titular do programa, não lembro o nome dele, agora me fugiu. Era famoso e tinha uma voz bonita, mas agora já era idoso. Ele tava desde o tempo da guerra. Na Segunda Guerra, tinha esse programa. E tinha aquela música que às vezes a gente ainda ouve por aí (Floduardo, 74 anos).

Com o passar do tempo, as emissoras de Porto Alegre foram ocupando primordialmente o espaço de escuta dos ouvintes. Mas nem sempre foi assim. Houve o movimento de escuta de emissoras do interior do estado, onde, em outras épocas, residiram os entrevistados. No decorrer da trajetória de escuta, o público foi conhecendo cada vez mais a programação disponibilizada pelas emissoras da capital, bem como foram desenvolvendo gosto por determinada rádio.

A escuta das emissoras da cidade também estabelece uma relação com componentes da própria cultura local. A proximidade das notícias e a identificação com fatos e personagens presentes num universo local foram fidelizando a audiência das rádios da capital, fato que persiste nos dias atuais: “Hoje o que eu escuto, quase todas as emissoras, mas sempre tem uma, duas ou três de preferência, que são a Gaúcha, a Guaíba, a Bandeirantes, que é muito boa também” (Plauto, 80 anos).

É possível também observar a existência de relatos em que havia uma mescla na escuta: rádios locais, rádios de Porto Alegre, do Rio de Janeiro e até mesmo internacionais, como acontecia com a família de Sidnei, em Pelotas:

Depois do jantar, era a hora de ouvir o rádio, a gente jantava cedo naquela época. Estou falando de década de 40. Na noite

se escutava o noticiário, aí o pai passava na Farroupilha, depois na Difusora, da Difusora para outra, ficava trocando. Eram as mesmas, as notícias eram sempre as mesmas, mas ele achava que sempre tinha alguma coisa diferente, então ele gostava disso. Depois, mais tarde, botava na BBC, e eu sempre do lado dele, sempre escutando. Depois então tinha o noticiário das 23h até a meia-noite, que era na Farroupilha. O pai sempre ia desligar o rádio já era meia-noite, uma da manhã (Sidnei, 75 anos).

A memória e os novos dispositivos tecnológicos informativos

Na atualidade, a busca pela informação segue parte de um hábito de escuta, mas tem-se revelado cada vez mais uma necessidade. Hoje, existe um valor ainda maior em ser uma pessoa bem informada. E, para os entrevistados, o rádio é um aliado nessa tarefa. Em tempos passados, os radiouvintes pesquisados viveram um período em que a informação vinha primordialmente via rádio. Com o passar do tempo, e principalmente após a introdução da televisão, a informação passou a ser obtida a partir de múltiplas entradas.

Esse foi um processo gradativo, que foi acontecendo de forma lenta na vida dos entrevistados. No transcorrer do tempo, puderam desenvolver seus *habitus*, trabalhando também o espaço destinado a cada meio de comunicação, com uma dedicação especial para a televisão. Hoje, a relação com cada meio de comunicação passa por processos de negociação, a fim de que nada do que é importante para cada um seja perdido:

Eu prefiro o rádio, mas aí ligo o rádio e às vezes, se um programa está meio ruim, daí baixo o programa da televisão e levanto o rádio. Até hoje faço assim, rádio e tevê. A minha mulher só diz: 'Th, já tá com os dois'. Aí ela liga a tevê e eu boto o rádio bem

baixinho só pra mim, às vezes boto o fone. Até o final da tarde escuto a Pampa, aí tomo banho e, se eu tô sozinho em casa, das seis em diante boto na Bandeirantes pra escutar... Tem um cara que é crítico, que marreteia, como é, é noticioso também... O Datena. A mulher não gosta, diz que ele só fala de crime e morte. Depois tem uma novela, aí ela bota na novela e eu paro de ver o Datena. Aí não vejo mais. Quando ela está vendo novela, fico lendo. Depois, deito mais ou menos nove, nove e quinze, mas não durmo, fico escutando rádio. Escuto até dez e pouco, daí coloco no canal quatro, da tevê. Aí vejo a Luciana, ela faz de tudo ali, né. Na quarta, é o dia que ela faz o desfile, mas aí faço o seguinte: se tem futebol, vejo futebol. Aí no intervalo boto no desfile [risos].² Esse programa vai até umas onze e meia, mais ou menos. Aí desligo e coloco no rádio de novo. Escuto o noticioso. Se o sono não me pegou, vejo o Jô. Dou uma olhada no que ele vai apresentar, e, se não me interessam, aí desligo. É assim que eu faço (Floduardo, 74 anos).

Hoje vivemos na era digital. E o rádio também acompanhou seu movimento de expansão e desenvolvimento, como meio técnico e mídia, até chegar ao presente estágio. Ele passou por fases distintas e marcadas. O primeiro desafio ocorreu no início de seu desenvolvimento, quando precisou consolidar seu espaço, criando e organizando programações, conquistando e fidelizando públicos. Aos poucos, o número de emissoras de Amplitude Modulada (AM) foi aumentando, bem como se mostrando crescente o número de ouvintes. Com o desenvolvimento e a consolidação do rádio como meio de comunicação mais consumido pela população, veio o espaço para a diversificação de programas, o que deu ao ouvinte a possibilidade de uma gama bastante grande de esco-

² Desfile de lingerie que ocorre às quartas-feiras no programa *Superpop*, apresentado por Luciana Gimenez, na emissora Rede TV!.

lha. Esse movimento apresentou-se eficaz. Quanto mais o rádio ofertava, mais o público consumia.

Na década de 1970, surgiram as emissoras em Frequência Modulada (FM). O desenvolvimento aconteceu gradativamente e ocorreu primeiramente nas metrópoles, para depois ganhar espaço no interior do país. Como característica principal, a música, que ocupava a maior parte de sua programação. Nos anos 1990, começaram a despontar as emissoras caracterizadas como *all-news*, conhecidas especialmente por apresentarem notícias em tempo integral.

Com o desenvolvimento e a expansão cada vez mais intensos dos recursos tecnológicos – e sendo estes utilizados também pelos meios de comunicação –, pode-se dizer que o estágio mais recente vivenciado pelo rádio se refere ao acesso às emissoras via internet. Em outras épocas, o acesso passava pela limitação de alcance das ondas de transmissão. Hoje, vive-se um tempo em que a dependência das ondas para sintonizar uma emissora de preferência já não é um obstáculo intransponível. A possibilidade de acessar emissoras de rádio via internet ampliou enormemente a gama de escolhas do que se ouvir. Não só as emissoras tradicionais estão na rede; é possível também o acesso a rádios criadas especialmente para ser ouvidas na rede, bem como a emissoras de outros países, que, a não ser pela via on-line, nunca poderiam ser acessadas.

No entanto, revela-se aqui um fato bastante característico da audiência pesquisada, especialmente se for considerada sua faixa etária. Para indivíduos que não cresceram numa época de desenvolvimento tecnológico acelerado, como a que se experencia agora, não tem sido tarefa fácil a adaptação às possibilidades oferecidas pelo uso de novas formas de acesso aos meios de comunicação. Mesmo o contato com o computador, meio pelo qual poderiam ter acesso ampliado às emissoras das mais diferentes naturezas, não é muito facilitado.

Esses fenômenos ocorrem, em parte, pela dificuldade de relacionamento que os entrevistados idosos demonstraram quando

o assunto em questão era o uso da tecnologia, pensando-se, nesse caso, no computador. Todavia, isso não parece afetar de maneira substancial suas vidas, e menos a escuta de rádio. A trajetória de escuta construída ao longo da vida lhes parece suficiente. A essa altura da existência, os *habitus* de escuta já estão, de certa forma, consolidados. A inserção do rádio via internet se mostra desnecessária para boa parte dos entrevistados.

A narrativa dos primeiros anos de convivência com o rádio é sempre dotada de muitas lembranças, que remetem aos mais diversos sentidos. São movimentos que refletem a escassez material que se deu em determinado período vivido, o nível de desenvolvimento técnico-tecnológico de uma época, a reação de uma sociedade diante de um fato novo. O surgimento do rádio representou mais que um acontecimento que refletiu um avanço para a sociedade; marcou a vida das pessoas que compartilharam esse momento.

Suas trajetórias foram afetadas para sempre por essa história. As narrativas dão conta de que esse foi um acontecimento que teve uma repercussão pessoal muito forte. As memórias estão relacionadas, sim, às dimensões técnica e econômica do fato, assim como numa perspectiva social. Mas também existem marcas substanciais nessas memórias de como a chegada do rádio foi experienciada e marcada na vida de cada ouvinte:

Os rádios inicialmente eram chamados de galena. E sabe como é construída uma galena? Então, a galena era uma pedra do mineral, que não lembro qual era o nome agora e tinha tipo uma agulha, que era o contato. Era formado de uma bobina e formava um condensador. A junção da bobina com o condensador forma o que se pode chamar de um circuito dissonante, um circuito oscilante. Tinham os livros que ensinavam e a gente montava. Tinha algumas casas que vendiam, mas daí era muito pouco, mesmo porque o poder aquisitivo naquela época era escasso e alguns da-

queles equipamentos eram importados também, bastante difíceis de serem conseguidos. E isso aqui no Brasil. Bom, na história do rádio, depois veio a invenção da válvula (Sidnei, 75 anos).

A riqueza de detalhes contida na narração das experiências revela uma ligação intensa com o meio de comunicação, que, desde o princípio, foi além de um vínculo relacionado à busca por informação ou entretenimento. A inserção do rádio na vida dos ouvintes também foi relacionada a fatos importantes da trajetória de cada um. A escuta de rádio tem a ver com as ligações familiares, os contextos daqueles primeiros anos de audiência, as dificuldades ou alegrias vividas. O rádio estava presente na vida compartilhada com pessoas que hoje já não estão mais aqui:

O pai ouvia mais a Rádio Nacional, do Rio. E se ouvia muito também a Farroupilha e às vezes a Bandeirantes, de Porto Alegre [...]. O sinal da Farroupilha chegava bem, e da Nacional também, muito bem. Só que a Nacional era bom ouvir à noite, porque, durante o dia, havia o problema do *fade-in*, que é o fenômeno que faz a onda desaparecer; então se perdia muita coisa; à noite era mais limpo. E aí fui fazendo a minha cultura, comecei a gostar da guerra, comecei a gostar de política, e o pai conversava muito comigo sobre essas coisas (Sidnei, 75 anos).

Note-se que recorrer aos testemunhos individuais não significa desconsiderar a história social. É importante articular a história individual com a social, sob pena de reduzir o movimento da sociedade a uma visão unívoca de uma época ou qualificar o indivíduo como o demiurgo da realidade: “É ser capaz de sentir uma e outra ao mesmo tempo, e, se apaixonando por uma, não desdenhar a outra” (1992, p. 35), como tão bem destaca o historiador Fernand Braudel.

O rádio, como elemento constitutivo da cultura, também participou do processo de integração nacional e da criação de um conceito de nação, em especial no primeiro governo de Getúlio Vargas. Entretanto, a indústria cultural brasileira ainda era incipiente (Ortiz, 1988, p. 51) e a prática política tinha uma base local muito forte. As emissoras de rádio paulistanas e porto-alegrenses, portanto, mesmo reproduzindo certos valores da sociedade capitalista, tiveram relativa autonomia, o que possibilitou uma diversificação na programação, atingindo quase todos os estratos sociais dessas capitais.

A ressignificação da cultura radiofônica

A importância atribuída ao rádio durante toda a trajetória de escuta dos ouvintes investigados passou por transformações. É clara a percepção de que o rádio nem sempre desempenhou o mesmo papel ou função na vida dos ouvintes. Como a vida das pessoas, o gosto pelo rádio foi modificado gradativamente. Nunca desapareceu, mas passou por ressignificações durante a vida. E isso também porque o rádio mudou. Dos primeiros anos de escuta até hoje, muitas coisas foram transformadas. Emissoras que modificaram suas programações, algumas que deixaram de existir, outras que surgiram.

E essas mudanças vivenciadas no contexto radiofônico são percebidas e refletidas pelos ouvintes. A percepção que existe é que o rádio já passou por momentos muito bons, marcantes. Os entrevistados percebem com muita clareza o que a história dos meios convencionou chamar de Era de Ouro do rádio. Estabelecem as relações entre o rádio no passado e o rádio no presente, citando a anterior escassez de opções e a atual multiplicidade de oferta disponibilizada pelos vários meios. Existe a expressão de saudade por programas, gêneros ou emissoras que já não existem mais. No entanto, há também a consciência sobre a necessidade de desenvolvimento e a satisfação ao perceberem as novas possi-

bilidades que se abrem, especialmente em função do uso cada vez maior de elementos tecnológicos:

Hoje em dia o rádio prevalece, mas já não é tanto assim. Eu vejo que já não é tanta gente que escuta, apesar de que ainda tem gente que gosta de rádio. Antes era bem diferente. O pessoal andava com aqueles enormes rádios para escutar música. Mas, apesar de tudo, acho que o rádio não vai desaparecer. Acho que não desaparece, não. Pode mudar mais coisas, mas ele tá aguentando firme (Floduardo, 74 anos).

Com o passar do tempo, a escuta foi, em alguns pontos, modificada. Isso acontece não somente porque as preferências podem passar por transformações, mas também pelo fato de que nem todas as emissoras da época da infância e/ou juventude dos entrevistados ainda existem. Assim, de acordo com as opções existentes, as preferências são postas em prática.

Como elemento constituinte da cultura, o rádio conseguiu agregar, de maneira especial, uma comunidade virtual de radiouvintes que tinha nesse veículo sua maior referência cultural. Como diz Walter Benjamin, a comunidade de ouvidos já não existe mais (1984, p. 205), dificilmente as pessoas escutam umas às outras. Na Época de Ouro do rádio, é possível então falar de um ambiente de escuta diferenciado dos dias atuais. Como muitas profissões da época ainda eram da área manufatureira, é comum ouvir relatos de costureiras, alfaiates, bordadeiras, empregadas domésticas, donas de casa, entre outros, que realizavam suas tarefas ao som do aparelho. A arte manual, condição essencial para essa escuta, ainda de acordo com Benjamin, tinha a possibilidade de ser exercitada no momento da audição.

As lembranças dos anônimos ouvintes do rádio, entre outras fontes, forneceram assim o testemunho requerido para a afirmação de que o rádio, além de ter introduzido novas práticas

culturais junto à população, propiciou a eles um sentido de pertencimento a uma coletividade extraterritorial imaginada a partir das informações, das vozes e das músicas veiculadas.

Referências

- BENJAMIN, Walter. “O narrador. Considerações sobre a obra de Nikolai Leskov”. *Magia e técnica, arte e política: ensaios sobre literatura e história da cultura*. 6 ed. São Paulo: Brasiliense, 1984.
- BOSI, Ecléa. *Memória e sociedade – lembrança de velhos*. São Paulo: Companhia das Letras, 1994.
- BOURDIEU, Pierre. *A distinção: crítica social do julgamento*. São Paulo: EDUSP, 2007.
- BRAUDEL, Fernand. *Escritos sobre a história*. São Paulo: Perspectiva, 1992.
- KLÖCKNER, Luciano. *O Repórter Esso: a síntese radiofônica mundial que fez história*. Porto Alegre: AGE/ Ed. da PUC-RS, 2008, 315 p.
- MARTÍN-BARBERO, Jesús. *De los medios a las mediaciones: comunicación, cultura y hegemónia*. Santafé de Bogotá: Convênio André Bello, 1998.
- MORAES, José Geraldo Vinci de. “Rádio e música popular nos anos 30”. *Revista de História* (Departamento de História da USP), 1999, n. 140, p. 76.
- ORTIZ, Renato. *A moderna tradição brasileira – cultura brasileira e indústria cultural*. São Paulo: Brasiliense, 1988.
- ORTRIWANO, Gisela Swetlana. *A informação no rádio: os grupos de poder e a determinação dos conteúdos*. 2 ed. São Paulo: Summus, 1985.
- SARLO, Beatriz. *Tiempo pasado. Cultura de la memoria y giro subjetivo. Una discusión*. Buenos Aires: Siglo XXI, 2005.

Estudos sobre o rádio na academia – o caso de Belo Horizonte

Wanir Campelo (Uni-BH)

Waldiane Fialho (Unesa)

Ângela de Moura (Uni-BH)

Sônia Caldas Pessoa (Centro Universitário Newton Paiva)

Nair Prata (Uni-BH)

A trilha dos Trabalhos de Conclusão de Curso (TCCs)

Este artigo traça um breve perfil da produção acadêmica sobre o rádio nas instituições de ensino superior de Belo Horizonte (MG), entre 2005 e 2009. A pesquisa apresenta um levantamento inicial, que tem o objetivo de contribuir para a elaboração de um inventário do que se produz na academia brasileira sobre o tema em questão.

O ineditismo da pesquisa talvez tenha sido um dos dificultadores para a obtenção dos dados. Como parece não haver demanda por informações que reúnam dados completos sobre os TCCs, tais dados nem sempre estão organizados e são de fácil acesso. Muitos TCCs das faculdades, centros universitários e universidades de Belo Horizonte ainda não foram catalogados e não estão disponíveis para consulta nos sistemas on-line das bibliotecas. O local de acondicionamento do material também é bastante

variável e depende da lógica interna da instituição – tanto pode ser a biblioteca ou a sala da coordenação do curso quanto um núcleo de rádio ou laboratório em que se desenvolvam ações relacionadas ao meio. No caso da pós-graduação *lato sensu*, muitas vezes os TCCs não são arquivados nem catalogados nas bibliotecas por falta de espaço e/ou interesse para fazê-lo. A pesquisa de campo teve início no primeiro trimestre de 2008 e foi atualizada no primeiro trimestre de 2010.

O rádio como objeto de estudo

Ao iniciarmos as pesquisas sobre a produção acadêmica em Belo Horizonte com foco no rádio, tentamos fugir do clichê “o rádio é o primo pobre da comunicação”, tanto no quesito divisão do bolo publicitário quanto no lugar que ocupa na academia; tal clichê ainda ronda as instituições de ensino superior.

O rádio figura como objeto secundário no meio acadêmico brasileiro por motivos diversos, especialmente pela cultura arraigada no mercado profissional e na academia do caráter popular do meio e de sua possível inexistência diante de novas tecnologias. Foi assim com a chegada da televisão, mais recentemente da internet e, quem sabe, do que está por vir. A força e a fraqueza do rádio estariam relacionadas simultaneamente ao aspecto social desse meio, indispensável ao cotidiano da população brasileira, e à sua descentralização, possibilitada pela facilidade de implantação das emissoras e pelo baixo custo de instalação.

Os TCCs, sejam eles no Jornalismo ou na Comunicação Social, bem como projetos de pesquisa em programas de pós-graduação, estariam direcionados ao estudo do que se passa na mídia (Braga, 2001). O autor alerta para a importância de conviver com uma abordagem ampla do campo comunicacional sem, necessariamente, restringir as pesquisas às temáticas exploradas pelos meios de comunicação.

Os trabalhos pesquisados por nós podem ser considerados aqueles que integram a terceira e última fase dos registros impressos sobre rádio no Brasil, na perspectiva de Sonia Virgínia Moreira (2005). Seriam os trabalhos de produção acadêmica, característicos da década de 1990 para cá. As duas primeiras fases, segundo a autora, estariam relacionadas às décadas de 1940 e 50, quando predominaram os manuais de redação como registros impressos sobre o rádio, e às de 1960, 70 e 80, com os livros-depoimento. Os trabalhos a partir dos anos 1990 nada mais seriam do que o reflexo da percepção social sobre o meio rádio.

Recortes

A pesquisa por nós realizada obedeceu a alguns recortes, relacionados a seguir: 1) temporal; 2) número de instituições de ensino superior; e 3) foco em cursos de Jornalismo, cursos de pós-graduação *lato sensu* com ênfase em rádio e pós-graduação *stricto sensu*, nas instituições em que há cursos relacionados diretamente ao rádio ou à Comunicação Social, com projetos de pesquisa em rádio. Optamos por pesquisar os trabalhos produzidos nos cinco anos anteriores à realização do levantamento por uma questão de economia interna do grupo e de viabilidade para alcançar os objetivos traçados. O período de 2005 a 2009 é o marco temporal de nosso trabalho, que pode ser ampliado numa etapa posterior, conforme explicamos no início do artigo. O grupo decidiu pesquisar nove instituições de ensino superior, localizadas em Belo Horizonte, que oferecem o curso de Jornalismo. Um centro universitário e três universidades têm também os cursos de pós-graduação *lato sensu* e *stricto sensu*. As instituições pesquisadas estão relacionadas a seguir:

Numeração	Instituição	Cursos	<i>Campi</i> pesquisados
1	Centro Universitário Newton Paiva	Jornalismo (graduação)	Carlos Luz
2	Centro Universitário UNA	Jornalismo (graduação)	Lourdes
3	Centro Universitário de Belo Horizonte (Uni-BH)	Jornalismo (graduação) e pós-graduação <i>lato sensu</i> ¹	Diamantina
4	Faculdade Pitágoras	Jornalismo (graduação)	Timbiras
5	Faculdade Estácio de Sá – Belo Horizonte	Jornalismo (graduação)	Prado
6	Pontifícia Universidade Católica de Minas Gerais (PUC-Minas)	Jornalismo (graduação), Gestão de Comunicação Integrada (graduação) ² e pós-graduação <i>lato sensu</i> e <i>stricto sensu</i> ³	Coração Eucarístico, São Gabriel e Instituto de Educação Continuada (IEC)
7	Universidade Federal de Minas Gerais (UFMG)	Comunicação Social (graduação) e pós-graduação <i>lato sensu</i> e <i>stricto sensu</i> ⁴	Pampulha

¹ O curso Criação e Produção em Mídia Eletrônica – Rádio e TV é o único em Minas Gerais que oferece especialização em rádio. Foi criado em 2004 e está na 11ª turma.

² O curso Gestão de Comunicação Integrada, da graduação da PUC-Minas, unidade São Gabriel, combina habilidades e inserções possíveis entre jornalismo, publicidade e relações públicas. No entanto, selecionamos para esta pesquisa os trabalhos com clara ênfase no jornalismo e na mídia rádio.

³ A UFMG oferece pós-graduação *lato sensu* em Comunicação, além de cursos de mestrado e doutorado em Comunicação divididos em duas linhas de pesquisa: Processos Comunicativos e Práticas Sociais; e Meios e Produtos da Comunicação.

⁴ A FUMEC oferece pós-graduação em Jornalismo e Marketing Esportivo.

8	Universidade Fundação Mineira de Educação e Cultura (FUMEC)	Jornalismo (graduação) e pós-graduação <i>lato sensu</i> ⁵	Cruzeiro
9	Universidade Salgado de Oliveira (Universo)	Jornalismo (graduação)	Nova Floresta

Uma das inspirações para nosso trabalho vem da investigação realizada por Sommer e Oliveira (2007) sobre os TCCs de Jornalismo na Universidade do Vale do Itajaí (Univali), em Santa Catarina. Com apoio em Gil (2002), realizamos pesquisa descritiva e exploratória.

Na primeira etapa, fizemos o levantamento das instituições de ensino superior que oferecem cursos de Jornalismo e pós-graduação relacionados ao tema rádio em Belo Horizonte. Num segundo momento, realizamos pesquisa bibliográfica no sistema on-line dessas instituições para verificar a ocorrência de TCCs com a temática pesquisada. Diante da pouca ocorrência de trabalhos sobre rádio ou até mesmo da inexistência deles em alguns cursos, decidimos ir pessoalmente às bibliotecas das instituições para realizar a pesquisa.⁶ A constatação de que alguns trabalhos no período pesquisado não estavam nas bibliotecas e/ou centros de referência para armazenamento nos levou a contatar orientadores e até mesmo alunos para que a pesquisa não sofresse prejuízos. É evidente que não conseguimos preencher todas as lacunas na pesquisa prevista no sistema on-line e nas visitas às bibliotecas.

⁵ Estudantes que participam do projeto de extensão Radioescola Ponto Com, do Uni-BH, coordenado pela professora Wanir Campelo, participaram da pesquisa realizada na UFMG. São eles: Cláudia Vieira, Ariane Gervásio, Camila dos Anjos, Débora Ferreira, Fernanda Pádua, Fernando Sandim, Juliano Nunes, Leandro Mariano, Renata Martins, Rose Sasaki e Sérgio Santana.

⁶ Estudantes que participam do projeto de extensão Radioescola Ponto Com, do Uni-BH, coordenado pela professora Wanir Campelo, participaram da pesquisa realizada na UFMG. São eles: Cláudia Vieira, Ariane Gervásio, Camila dos Anjos, Débora Ferreira, Fernanda Pádua, Fernando Sandim, Juliano Nunes, Leandro Mariano, Renata Martins, Rose Sasaki e Sérgio Santana.

Optamos ainda por entrevistar, via e-mail, telefone e pessoalmente, os coordenadores dos cursos pesquisados para que fosse feita uma análise da ocorrência de trabalhos sobre rádio, a frequência com que isso acontecia e a percepção do coordenador sobre o tema. Após a exploração do *corpus*, que contou com pesquisa documental, incluindo cópia dos próprios TCCs e de livros de ata de defesa dos trabalhos, iniciamos a descrição e a análise dos dados coletados. Em cada instituição, foram apurados os seguintes itens: título do trabalho, nome do autor e ano de conclusão.

Análise dos dados

Centro Universitário Newton Paiva

Nossa fonte de investigação foi a coordenadora do curso de Jornalismo, Marialice Emboava. Segundo a professora, a instituição criou o Programa de Pesquisa e Iniciação Científica em 1999 e, desde então, já financiou, com fundos próprios, mais de duzentas pesquisas, entre elas quatro relacionadas ao rádio. Em 2009, uma reforma curricular no curso de Jornalismo introduziu disciplinas ligadas às mídias digitais nos períodos iniciais com o objetivo de pensar as plataformas tradicionais também ancoradas na internet. Assim, a carga horária das disciplinas ligadas ao rádio mantém-se em 144 horas – a mesma da mídia impressa e televisiva. No entanto, mudou-se o enfoque dado a essas disciplinas, que devem pensar no “fazer radiojornalismo” à luz das tecnologias que têm impactado o modo de produção jornalística. A instituição conta com dois estúdios de rádio bem equipados e professores que atuaram e ainda atuam em emissoras de rádio. Soma-se à sala de aula o projeto de extensão Amirt – uma parceria entre a Newton Paiva e a Associação Mineira de Rádio e Televisão. No período pesquisado, foram produzidos na instituição 12 TCCs, que tiveram como foco esporte, emissoras comunitárias e mulheres, web-rádio e radiodocumentário.

Centro Universitário UNA

No curso de graduação Jornalismo e Multimídia, da UNA, as fontes consultadas foram a professora Piedra Magnani da Cunha, responsável pelos TCCs de Comunicação, e a coordenadora do curso de Jornalismo, Joana Ziller. A primeira turma de jornalistas se formou no final de 2008 e o rádio foi tema contemplado por cinco estudantes, que fizeram, juntos, uma análise da representação do crime num programa policial líder de audiência em Belo Horizonte. No primeiro semestre de 2009, o rádio foi tema de outros dois trabalhos. Os alunos optaram por jornalismo esportivo e programa de comportamento.

Centro Universitário de Belo Horizonte (Uni-BH)⁷

Na instituição, o levantamento foi realizado numa biblioteca exclusiva de TCCs e no site do curso de Jornalismo (www.unibh.br/jornalismo). Entre 2005 e 2009, foram encontrados 49 trabalhos, que podem ser agrupados a partir das seguintes temáticas: cobertura esportiva (15), rotinas de produção (dez), prestação de serviço (cinco), cobertura política (quatro), rádio na internet (três), rádio comunitária (três), cobertura policial (dois). O rádio também foi tema central para discussões nas áreas do marketing, da música, do humor, da história, do jornalismo científico, do digital e da presença feminina (um trabalho sobre cada tema).

Para o coordenador do curso de Jornalismo do Uni-BH, Luciano Andrade Ribeiro, o grande interesse pelo rádio, um dos temas mais abordados em TCCs, pode ser facilmente explicado:

⁷ Levantamento feito pelos alunos do projeto de extensão Radioescola Ponto Com, do Uni-BH, coordenado pela professora Wanir Campelo: Ana Cláudia Vieira, Ariane Gervásio, Camila dos Anjos, Débora Ferreira, Fernanda Pádua, Fernando Sandim, Juliano Nunes, Leandro Mariano, Renata Martins, Rose Sasaki e Sérgio Santana.

Contamos com três estúdios de rádio à disposição dos alunos; todas as aulas de Radiojornalismo e de Produção e Edição em Rádio são ali ministradas; temos professores com larga experiência em jornalismo radiofônico, um curso de especialização em Mídia Eletrônica: Rádio e TV. Somos um celeiro para as emissoras de rádio de Belo Horizonte ao contratar estagiários e alunos recém-formados.

Já na especialização, são oferecidas aos alunos três modalidades de TCC: produto de rádio, produto de televisão e trabalho teórico (monografia ou artigo). No período pesquisado, foram produzidos, por oito turmas, 45 TCCs que tiveram o rádio como temática, com uma média de 5,6 trabalhos por turma. A produção discente teve 12 artigos sobre os seguintes temas: o radiojornalismo na formação do jornalista moderno; as mulheres na Era de Ouro do rádio brasileiro; como identificar um programa de variedades; radionovela digital; Rádio Liberdade FM; trabalho da televisão e Rádio Assembleia de Minas Gerais nas eleições; rádio digital; técnicas de comunicação utilizadas na conquista de um público que busca apoio sentimental; as imagens na web-rádio; o audiodocumentário; a mídia eletrônica aplicada à comunicação empresarial; e a convergência das mídias eletrônicas. Foram produzidas ainda três monografias, com foco em rádio digital; a mineiridade e a Rádio Inconfidência; e a narração esportiva do rádio. Em maior número, no entanto, foram os produtos de rádio: trinta no total, com produção de programas voltados para vários públicos, sobre temáticas como esporte, economia, lazer, música, prestação de serviços, cidadania e mineiridades, entre outros.

Faculdade Pitágoras

A primeira turma de Jornalismo está hoje no oitavo período e só agora, portanto, está elaborando TCCs. De acordo com a

coordenadora, Nicoli Tassis, o curso de Comunicação Social tem 64% da grade de disciplinas integradas. Durante todo o curso, são vistas matérias relativas às duas habilitações: Jornalismo e Publicidade e Propaganda. Até o momento, só foram graduados publicitários e, nessas turmas, dois alunos escolheram o rádio como tema de TCC. Um deles estudou a participação de ouvintes em promoções feitas por uma rádio FM e o outro optou por estudar o humor no rádio.

Faculdade Estácio de Sá – Belo Horizonte

A fonte de pesquisa foi a coordenadora dos cursos de Comunicação Social, Letícia Lins. Segundo ela, “a instituição implementou, há algum tempo, programas com os projetos de pesquisa, sendo alguns já efetivados. As linhas de pesquisa são ainda macro-organizadas: saúde, humanas e informática-administração. Isto deve mudar com o tempo”. A professora informou que “o rádio está dentro desta linha de pesquisa macro dos saberes humanos, mas não tem uma linha específica, nem trabalhos com projetos organizados para o rádio”. Na biblioteca da instituição, encontramos 12 trabalhos sobre os seguintes temas: esporte (quatro), emissoras comunitárias (três), estudo de casos de programas radiofônicos (dois) e mulheres, webrádio e documentário (um sobre cada tema).

PUC-Minas (campi Coração Eucarístico, São Gabriel e IEC)

Nossa fonte de consulta, no *campus* Coração Eucarístico, foi o Centro de Pesquisa em Comunicação (Cepec). Ao considerarmos o total das produções monográficas e a escolha do rádio como tema das pesquisas, o saldo surpreendeu: dos 241 trabalhos elaborados, de 2005 a 2009, apenas quatro abordavam a mídia radiofônica. Os temas eram radionovela digital, censura militar e jornalismo esportivo (com dois trabalhos). A coordenadora do

curso de Jornalismo, Maria Líbia Araújo Barbosa, explica que o número de trabalhos específicos sobre o rádio condiz com o cenário atual: “A televisão e a telefonia são uma grande tendência e o rádio vai a reboque, buscando se posicionar. Não se pode fugir das discussões em torno do audiovisual e da convergência das mídias”.

Nesse *campus*, há também um programa de mestrado em Comunicação, iniciado em 2007; mas ele não apresentou, até o momento, projetos que contemplassem o rádio. Segundo o coordenador do curso, Júlio Pinto,

estamos apostando muito mais numa lógica midiática, isto é, numa vertente do pensamento sobre a comunicação, que busca compreender a presença de um superargumento de ordem midiática que rege ou colabora para reger a vida social e a própria produção das mídias. Em outras palavras, é uma espécie de pós-mídia.

Segundo a coordenadora do Núcleo de Pesquisa e Experimentação do *campus* São Gabriel, Raquel Furtado, de 2005 a 2009, foram produzidos, nesse *campus*, seis TCCs sobre rádio: quatro sobre emissoras específicas, como a Itatiaia. Já no IEC, identificamos três cursos na área de comunicação: Gestão Estratégica da Comunicação, Comunicação Pública e Jornalismo: Práticas Contemporâneas. Os dois primeiros registraram, em 2007 e 2008, respectivamente, dois TCCs com os seguintes focos: rádios comunitárias e web-rádio.⁸

Universidade Federal de Minas Gerais (UFMG)

Nossa fonte foi o coordenador do curso de Jornalismo, Elton Antunes. Ele explica que, na área de comunicação, existem duas

⁸ Apesar de a pesquisa se restringir aos TCCs do campo da comunicação, registramos no IEC, em 2009, um trabalho sobre rádio digital, oriundo do curso de Sistemas de Telecomunicações.

linhas de pesquisa que reúnem os professores de graduação e pós-graduação: Processos e Práticas; e Meios e Produtos. Segundo o professor, “o rádio pode aparecer como objeto em qualquer delas”. Ele afirma ainda que “o tema rádio é pouco explorado. A UFMG tem carência de docentes nessa área de atuação, o que se reflete diretamente no interesse dos alunos pelo assunto”. E destaca:

Tem ocorrido uma retomada da área de rádio, tanto em termos de produção quanto de reflexão, e os TCCs paulatinamente têm sido um desaguadouro desse interesse. Professores para atuar na área estão sendo concursados, e o curso vai contar por dois anos com o radialista Elias Santos como professor-visitante.

Antunes informa que, com base em alguns dados disponíveis, foi possível fazer um levantamento de trabalhos que tiveram o rádio como temática principal: capítulo de livro (um), resumos publicados em anais de eventos nacionais (quatro), trabalhos completos publicados em anais de eventos nacionais (cinco), artigos completos publicados em periódicos nacionais (sete), tradução de capítulos de livros (um), editoria de periódicos (dois), publicações em jornais/revistas (oito) e resenhas (uma). Estão disponíveis, na biblioteca da UFMG, sete TCCs que têm como foco emissoras localizadas no interior de Minas Gerais, esfera pública e rádio comunitária, além de três TCCs de pós-graduação *lato sensu*, quatro dissertações de mestrado, sendo três delas desenvolvidas na Faculdade de Letras (Fale) e duas teses de doutoramento produzidas também na Fale. Entre os temas abordados, estão rádio e internet, web-rádio, interação face a face e a relação dos ouvintes com o rádio.

Universidade FUMEC

O rádio não tem despertado o interesse dos alunos da FUMEC, para ser estudado em TCCs. Nos últimos cinco anos, ape-

nas quatro trabalhos foram realizados, sendo três deles em 2005 e um em 2006. A partir daí, ninguém mais se interessou pelos estudos da radiofonia. Os critérios de noticiabilidade no esporte, o rádio on-line, a trajetória da mulher no radiojornalismo e as emissoras comunitárias no processo e implantação do rádio digital no Brasil foram os temas abordados.

Universidade Salgado de Oliveira (Univero)

O curso de Jornalismo da Universo teve vida curta. Os primeiros calouros inauguraram o *campus* de Belo Horizonte em fevereiro de 2004, e, um ano e meio depois, o curso deixou de ser ofertado. Desde dezembro de 2007, quando os 12 primeiros formandos produziram individualmente um trabalho monográfico, não houve um aluno sequer interessado em abordar o tema rádio em seus TCCs. É importante ressaltar, contudo, que a Universo não possui estúdio de rádio, nem laboratório em seu *campus*, e as aulas de radiojornalismo foram ministradas em sala de aula. O curso de Jornalismo da Universo foi coordenado, durante três anos, por um profissional da área e, desde 2007, está nas mãos de uma administradora de empresas.

Por fim, apesar de não ter sido objeto de nossa pesquisa, faz-se importante ressaltar que, nos últimos anos, houve a publicação, por professores de jornalismo, de pelo menos cinco livros sobre o tema em Belo Horizonte: 1) *Senhores ouvintes, no ar... A cidade e o rádio*, de Fábio Martins (C/Arte, 1999); 2) *Jornalismo radiofônico e vinculação social*, de Mozahir Salomão (Annablume, 2003) (resultado da dissertação do autor); 3) *Jingles e spots: a moda nas ondas do rádio*, de Graziela Valadares Gomes de Mello Viana (Newton Paiva, 2004) (resultado da dissertação da autora); 4) *Webradio: novos gêneros, novas formas de interação*, de Nair Prata (Insular, 2009) (resultado da tese da autora); e 5) *O rádio entre as montanhas: histórias, teorias e afetos da radiofonia mineira*, de Nair

Prata (org.) (Fundac, 2010) (primeira coletânea sobre o rádio de Minas Gerais, com 13 textos produzidos por pesquisadores e profissionais de rádio).

Considerações finais

Apesar de os estudos radiofônicos terem crescido no Brasil no período de 1990 a 2004, conforme aponta Moreira (2005), especialmente com as atividades e o incentivo dos pesquisadores que constituem o Núcleo de Mídia Sonora da Intercom, o número de trabalhos sobre o tema nas instituições de ensino superior em Belo Horizonte ainda pode ser considerado tímido. Os temas mais presentes são: análise e estudo comparativo de programas; cobertura policial; emissoras comunitárias; esportes; jornalismo público; linguagem; internet; e rádio digital. Três emissoras se destacam nas preferências das pesquisas dos estudantes: Itatiaia, Inconfidência e Favela. Também é importante destacar o pequeno número de teses que têm o rádio como temática principal – nossa pesquisa encontrou apenas três, duas produzidas na Faculdade de Letras e uma na de Direito. Além disso, o doutorado em Comunicação Social, da Faculdade de Filosofia e Ciências Humanas da UFMG, único de Belo Horizonte, é recente (começou em 2004).

Entendemos que a grade curricular dos cursos de Jornalismo não contribui para o desenvolvimento de TCCs que tenham o rádio como tema principal. A maioria das instituições pesquisadas adota uma grade que conta com uma ou duas disciplinas de rádio – uma introdutória, que contempla história, linguagem e redação, e uma segunda, que prevê tópicos relacionados à produção de entrevistas, programas e ancoragem. Geralmente, são lecionadas no terceiro e no quarto períodos ou no quarto, quinto ou sexto período. Relacionamos ainda, como fator que pode contribuir para a pouca exploração do rádio como objeto de estudo, a escolha dos orientadores para os projetos de conclusão de curso. Em alguns

casos, os orientadores são fixos, determinados pela própria instituição, sem necessariamente contemplar todas as áreas de pesquisa ou as mídias.

Referências

- BRAGA, José Luiz. “Constituição do campo da comunicação”. In FAUSTO NETO, Antonio; PRADO, José Luiz Aidar; e PORTO, Sérgio Dayrell (orgs.). *Campo da comunicação – caracterização, problematizações e perspectivas*. João Pessoa: Ed. da UFPB, 2001, pp. 11-39.
- GIL, Antonio Carlos. *Como elaborar projetos de pesquisa*. 4 ed. São Paulo: Atlas, 2002.
- MOREIRA, Sonia Virgínia. “Da memória particular aos estudos acadêmicos: a pesquisa sobre rádio no Brasil”. In — e BRAGANÇA, Aníbal (orgs.). *Comunicação, acontecimento e memória*. São Paulo: Intercom, 2005, v. 1, pp. 124-8.
- SOMMER, V. L. e OLIVEIRA, S. C. “O perfil da produção dos TCCs do curso de Jornalismo da Univali”. *Anais do XXX Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação – Intercom*. Santos, 2007.

Sobre os autores

Ana Baumworcel

Jornalista e professora de Radiojornalismo da Universidade Federal Fluminense (UFF). Mestre em Comunicação, Imagem e Informação (UFF).

Ana Laura Colombo de Freitas

Jornalista e mestranda do Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Informação da Universidade Federal do Rio Grande do Sul (UFRGS).

Ângela de Moura

Jornalista, mestre em Educação pela Pontifícia Universidade Católica (PUC-Minas), professora do curso de Jornalismo e coordenadora do Laboratório de Rádio/TV do Centro Universitário de Belo Horizonte (Uni-BH).

Cida Golin

Jornalista e doutora em Letras pela Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul (PUC-RS). É professora da Faculdade de Biblioteconomia e Comunicação (FABICO) e do Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Informação da Universidade Federal do Rio Grande do Sul (UFRGS).

Debora Cristina Lopez

Doutora em Comunicação e Cultura Contemporâneas pela Universidade Federal da Bahia (UFBA). É professora do Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Universidade Federal de Santa Maria (UFSM) e do Departamento de Ciências da Comunicação no *campus* Frederico Westphalen.

Dioclécio Luz

Mestrando em Comunicação pela Universidade de Brasília (UnB), na linha de pesquisa “Jornalismo e sociedade”. Sua pesquisa intitula-se *Radiojornalismo comunitário – conceitos e práticas* e seu orientador é o professor doutor Luis Martins da Silva.

Doris Fagundes Haussen

Professora doutora do Programa de Pós-Graduação em Comunicação Social da Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul (PUC-RS) e pesquisadora do CNPq.

Edgard Patrício

Jornalista, doutor em Educação e professor do curso de Jornalismo da Universidade Federal do Ceará (UFC), integra o grupo de pesquisa Mídia, Política e Cultura. Coordena o Programa de Extensão Liga Experimental de Comunicação e participa do projeto Segura essa Onda – Radioescola na Gestão Sociocultural da Aprendizagem.

Eliana C. P. Tenório de Albuquerque

Jornalista, mestre em Desenvolvimento Regional e Meio Ambiente pelo PRODEMA da Universidade Estadual de Sant Cruz (UESC), doutoranda em Cultura e Sociedade pela Universidade Federal da Bahia (UFBA). É professora do curso de Co-

municação, habilitação em Rádio e TV, da UESC, e uma das coordenadoras da Rádio UESC.

Flávia Lúcia Bazan Bepalhok

Doutoranda em Comunicação e Linguagens pela Universidade Tuiuti do Paraná (UTP), com mestrado em Comunicação pela Universidade Estadual Paulista (Unesp-Bauru). Professora de Comunicação na Universidade Federal do Paraná (UFPR), com pesquisa nas áreas de história do rádio e reportagem radiofônica.

Francisco Sant'Anna

Jornalista e documentarista na TV Senado, é mestre em Comunicação Social pela Universidade de Brasília (UnB), com pesquisa sobre o papel da imprensa brasileira na integração latino-americana, e doutor em Ciências da Informação e da Comunicação pela Universidade de Rennes 1. É membro do Réseau des Études sur le Journalisme (REJ) e do Núcleo de Estudos sobre Mídia e Política da UnB (Nemp-UnB).

Graziela Bianchi

Professora adjunta da Associação Educacional Luterana Bom Jesus (Ielusc), de Joinville (SC).

Júlia Lúcia de O. A. da Silva

Radialista formada pela Universidade Estadual Paulista (Unesp), mestre em Comunicação e Semiótica e doutoranda pela Pontifícia Universidade Católica de São Paulo (PUC-SP). Atualmente, é docente na Universidade de Santo Amaro (Unisa) e no Centro Universitário Álvares Penteado (FECAP). Autora do livro *Rádio a oralidade mediatizada* (Annablume, 1999) e de artigos na área.

Leandro Olegário

Jornalista e mestre em Comunicação Social pela Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul (PUC-RS). Atualmente, é repórter da TV Record RS. Foi apresentador e repórter da TV Bandeirantes e das rádios Band AM e Bandnews FM em Porto Alegre, além de repórter do Canal Rural/RBS, da Rádio Gaúcha/RBS e da Agência Radioweb de Notícias.

Luciana Miranda Costa

Jornalista, professora da Faculdade de Comunicação da Universidade Federal do Pará (UFPA) e coordenadora da radioweb UFPA. Mestre em Planejamento do Desenvolvimento e doutora em Ciências pela mesma universidade. Autora de duas publicações premiadas, *Comunicação e meio ambiente* (UFPA, 2006) e *Discurso e conflito* (UFPA, 1999) e idealizadora do site <http://www.oparanasondasdoradio.ufpa.br>.

Luiz Artur Ferraretto

Doutor em Comunicação e Informação pela Universidade Federal do Rio Grande do Sul (UFRGS), onde é professor no curso de Jornalismo. Coordenador do grupo de pesquisa Rádio e Mídia Sonora, da Intercom (2007-2010). Autor dos livros *Rádio – o veículo, a história e a técnica* (Sagra Luzzatto, 2001), *Rádio no Rio Grande do Sul (anos 20, 30 e 40): dos pioneiros às emissoras comerciais* (Ulbra, 2002) e *Rádio e capitalismo no Rio Grande do Sul: as emissoras comerciais e suas estratégias de programação na segunda metade do século XX* (Ulbra, 2007).

Mágda Rodrigues da Cunha

Jornalista, mestre em Comunicação Social pela Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul (PUC-RS) e doutora em Letras pela mesma universidade. É professora de Radio-

jornalismo e do Programa de Pós-Graduação em Comunicação Social da PUC-RS.

Marcelo Cardoso

Docente dos cursos de Jornalismo e Rádio e Televisão da Universidade de Santo Amaro, de São Paulo (Unisa-SP), e mestre em Comunicação pela Faculdade Cásper Líbero (Facasper). Atuou nas rádios América, Bandeirantes, Capital e Eldorado, de São Paulo.

Marta Regina Maia

Professora adjunta da Universidade Federal de Ouro Preto (UFOP).

Moacir Barbosa de Sousa

Professor associado da Universidade Federal do Rio Grande do Norte (UFRN), com experiência em radiodifusão, história da mídia sonora, indústria fonográfica e tecnologias. Membro da Academia Paraibana de Cinema.

Nair Prata

Jornalista, doutora em Linguística Aplicada pela Universidade Federal de Minas Gerais (UFMG) e professora da Universidade Federal de Ouro Preto (UFOP), com experiência de 18 anos em emissoras de rádio de Belo Horizonte. Coordenadora do grupo de pesquisa Rádio e Mídia Sonora, da Intercom, e autora do livro *Webrádio – novos gêneros, novas formas de interação* (Insular, 2009).

Natália Pianegonda

Jornalista graduada pela Faculdade de Biblioteconomia e Comunicação da Universidade Federal do Rio Grande do Sul (FABICO-UFRGS).

Nélia Rodrigues Del Bianco

Jornalista, produtora radiofônica e professora da Faculdade de Comunicação da Universidade de Brasília (UnB). Doutora em Comunicação Social (Jornalismo) pela Universidade de São Paulo (USP) e vice-presidente da Intercom (2008-2011).

Nelson Sato

Bacharel em Administração Pública pela Fundação Getúlio Vargas de São Paulo (FGV-SP) e especialista em Economia pela Pontifícia Universidade Católica de São Paulo (PUC-SP). Foi técnico do Departamento Intersindical de Estatística e Estudos Socioeconômicos (DIEESE) entre 1982 e 1999.

Patrícia Rangel

Mestre em Comunicação Contemporânea e doutoranda pela Escola de Comunicação e Artes da Universidade de São Paulo (USP), trabalhou nas emissoras Globo, Gazeta, Nova FM, Tupi e CBN. Especialista em Jornalismo Esportivo, participou de duas Copas do Mundo e duas Olimpíadas. Professora do Centro Universitário Belas Artes e das Faculdades Integradas Rio Branco.

Pedro Sérico Vaz Filho

Jornalista, mestre em Comunicação pela Faculdade Cásper Líbero (Facasper), professor desde 1998 da mesma instituição em disciplinas vinculadas a rádio, TV e jornalismo. Gerente da Rádio Gazeta AM de São Paulo. Desenvolve pesquisa com ênfase nas áreas de mídia eletrônica (rádio e televisão).

Sônia Caldas Pessoa

Jornalista, mestre em Linguística pela Universidade Federal de Minas Gerais (UFMG) e professora temporária da Universidade Federal de Ouro Preto (UFOP). Tem experiência profes-

sional em emissoras de rádio e TV e assessoria de comunicação. Pesquisadora de temas ligados ao rádio e às novas tecnologias.

Sonia Virgínia Moreira

Jornalista, professora e pesquisadora de jornalismo, radiodifusão e comunicação internacional, bolsista de produtividade do CNPq. Doutora em Ciências da Comunicação pela Universidade de São Paulo (USP, 1999) e mestre em Jornalismo pela Universidade do Colorado – Boulder, EUA (1981). Professora adjunta da Faculdade de Comunicação Social da Universidade do Estado do Rio de Janeiro (UERJ).

Valci Regina Mousquer Zuculoto

Jornalista, doutora em Comunicação pela Pontifícia Universidade Católica de Rio Grande do Sul (PUC-RS), professora dos cursos de graduação e pós-graduação em Jornalismo da Universidade Federal de Santa Catarina (UFSC), diretora da Federação Nacional dos Jornalistas. Como co-organizadora ou coautora, publicou diversos livros sobre rádio, jornalismo e comunicação.

Vera Lucia Spacil Raddatz

Professora e pesquisadora do curso de Comunicação Social da Universidade Regional do Noroeste do Estado do Rio Grande do Sul (Unijuí). Seu endereço eletrônico é verar@unijui.edu.br.

Waldiane Fialho

Publicitária, especialista em Novas Tecnologias em Comunicação e mestre em Artes Visuais pela Universidade Federal de Minas Gerais (UFMG). Professora, pesquisadora do curso de Comunicação Social e ouvidora da Faculdade Estácio de Sá de Belo Horizonte. Sua pesquisa atual se intitula *Mudanças e possíveis caminhos dos cursos de Comunicação*.

Wanir Campelo

Jornalista, especialista em Língua Portuguesa e mestre em Comunicação pela Universidade São Marcos. Professora da graduação do Uni-BH, com experiência de 22 anos em emissoras de rádio. Coordenadora do projeto de extensão Radioescola Ponto Com, do Uni-BH, e assessora de imprensa da Secretaria de Estado de governo de Minas Gerais.

Formato 14 x 21
Tipologia: Garamond (texto) Perpetua (títulos)
Papel: Couchê Matte 90g/m² (miolo)
Supremo 250 g/m² (capa)
CTP, impressão e acabamento: Sermograf

Durante toda a era que se chamou “da imagem”, o rádio persistiu como a mídia mais utilizada pelos brasileiros, embora isso fosse pouco divulgado. E, à medida que entramos na era dos computadores, da internet e dos celulares, esses artefatos estão servindo também como novas formas de ouvir o velho meio, que neles converge e se atualiza. Este livro reúne artigos de pesquisadores de todas as regiões do país para celebrar a longevidade do rádio como meio de informação onipresente.

