

**BRUNO MARUN COUTINHO**

**RÁDIO INCONFIDÊNCIA:**  
**uma análise do processo de produção de seus jornais**

**Belo Horizonte**

**2005**

**BRUNO MARUN COUTINHO**

**RÁDIO INCONFIDÊNCIA:  
uma análise do processo de produção de seus jornais**

Monografia apresentada ao curso de Jornalismo, do Departamento de Ciências da Comunicação (DCC), do Centro Universitário de Belo Horizonte – UNI BH, como requisito parcial para obtenção do título de Bacharel em Jornalismo.  
Orientador: Prof. Luciano Andrade Ribeiro

**Belo Horizonte**

**2005**

## RESUMO

O presente trabalho tem por tema o radiojornalismo. Seu objetivo concentra-se em investigar a produção e a apresentação de três radiojornais veiculados pela Rádio Inconfidência AM 880 – Belo Horizonte – MG. Para viabilizar a pesquisa dos radiojornais, o autor criou fatores de análise, com base em recomendações de autores especializados em radiojornalismo, sobre características julgadas indispensáveis em um informativo radiofônico. São identificados os aspectos ligados a: faixa horária de veiculação, tempo de duração e periodicidade da veiculação, estrutura padrão, uso de vinhetas e BG's, uso de entrevistas ao vivo ou depoimentos gravados e padrão de linguagem adotado. O resultado apontou uma significativa consonância entre as práticas de produção e locução dos radiojornais analisados e as técnicas preconizadas pela literatura consultada.

### **Palavras-chave:**

Radiojornalismo; Radiojornal; Rádio; Lead; Nota; BG; Sonora; Vinheta; Locutor; Ouvinte; Inconfidência.

## SUMÁRIO

<b>1 INTRODUÇÃO</b> .....	5
<b>1.1 Objetivos</b> .....	6
1.1.1 Objetivo Geral.....	6
1.1.2 Objetivo Específicos.....	6
<b>2 TEORIAS JORNALÍSTICAS E PRÁTICA</b> .....	8
<b>2.1 A Natureza do Jornalismo</b> .....	8
<b>2.2 Teorias Jornalísticas</b> .....	9
2.2.1 Teoria do Espelho.....	10
2.2.2 Teoria do Newsmaking.....	11
2.2.3 Teoria do Gatekeeper.....	12
2.2.4 Lead e Pirâmide Invertida.....	13
2.2.5 Rotinas Jornalísticas e Seleção de Notícias.....	15
<b>3 HISTÓRIA DO RÁDIO, LINGUAGEM E ESTRUTURA DA INFORMAÇÃO RADIOFÔNICA</b>	
<b>3.1 O Desenvolvimento da imprensa popular escrita</b> .....	18
<b>3.2 A história do Rádio</b> .....	18
<b>3.3 O Rádio no Brasil</b> .....	20
<b>3.4 Redação e Linguagem do Rádio</b> .....	25
<b>3.5 Estrutura da Informação Radiofônica</b> .....	28
<b>4 A INCONFIDÊNCIA E SEUS JORNAIS – METODOLOGIA E ANÁLISE</b>	
<b>4.1 Histórico da Rádio Inconfidência</b> .....	31
<b>4.2 Metodologia</b> .....	33
<b>4.3 Critérios de Análise</b> .....	34
4.3.1 Faixa Horária de Veiculação.....	34
4.3.2 Tempo de Duração e Periodicidade da Veiculação.....	35
4.3.3 Existência de uma Estrutura Padrão.....	35
4.3.4 Uso de Vinhetas e BG's ( <i>Backgrounds</i> ).....	35
4.3.5 Existência de entrevistas ao vivo ou depoimentos gravados.....	36
4.3.6 Existência de um Padrão Adequado de Linguagem.....	37
<b>4.4 Análise</b> .....	37
4.4.1 Faixa Horária de Veiculação.....	38
4.4.2 Tempo de Duração e Periodicidade da Veiculação.....	38
4.4.3 Existência de uma Estrutura Padrão.....	39
4.4.4 Uso de Vinhetas e BG's ( <i>Backgrounds</i> ).....	40
4.4.5 Existência de entrevistas ao vivo ou depoimentos gravados.....	41
4.4.6 Existência de um Padrão Adequado de Linguagem.....	42
<b>5 CONCLUSÕES</b> .....	46
<b>REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS</b> .....	50

## 1 INTRODUÇÃO

A pesquisa, aqui apresentada, tem como propósito desenvolver uma análise dos três jornais da Rádio Inconfidência, a saber: o Jornal das Sete, que vai ao ar às 7 h, o Jornal Meio-Dia, transmitido às 12 h, e o Jornal Seis e Meia, apresentado às 18 h 30 min.

Para efetuar a análise objetivada, foram propostos como fatores de análise, critérios que se constituem em características importantes a que um radiojornal deve atender, segundo renomados autores da literatura da comunicação radiofônica, alguns deles, identificados na metodologia.

A pesquisa examinou os três jornais veiculados no período compreendido entre os dias três e oito de outubro de 2005, tendo como fonte o acervo de gravações diárias da programação da emissora.

A metodologia seguida foi a de analisar fator a fator cada um dos três informativos, buscando identificar sua existência ou ausência, mostrando exemplos consoantes com aquilo que preconizam os autores e concluindo sobre o enquadramento de cada radiojornal dentro das recomendações.

A decisão de adotar o rádio como tema da presente monografia deveu-se a uma íntima identificação do autor com o veículo, desde os primeiros contatos com as transmissões esportivas feitas pela Rádio Itatiaia no início da década de 80. O interesse pelo rádio ampliou-se também após haver o autor cursado as duas disciplinas de radiojornalismo lecionadas no quarto e sexto períodos do curso de jornalismo.

No entanto, o principal fator de escolha prende-se ao fato de que o autor tem, desde março de 2003, como local de trabalho, a Rádio Inconfidência. Após haver passado por diversos setores da emissora, teve aguçado seu interesse específico pelo radiojornalismo.

Outro fator importante que justifica a escolha do tema foi a facilidade de acesso ao processo de produção dos jornais e à informação existente na emissora, seja na forma de registros escritos, gravações e entrevistas com diretores e radialistas.

O projeto tem a ambição de ser útil àqueles profissionais ou estudantes da área que se interessarem em saber como é feita a produção de um jornal radiofônico.

Acima de tudo, o leitor terá acesso a mais um trabalho que teve como objetivo de estudo o rádio, veículo este que ainda merece maior atenção da literatura especializada, pois tanto no Brasil quanto no resto do mundo, as opções de leitura sobre o “companheiro de todas as horas” ainda são relativamente exíguas.

## **1.1 Objetivos**

### **1.1.1 Objetivo Geral:**

- Analisar os jornais da Rádio Inconfidência 880AM – Belo Horizonte (Jornal das Sete, Jornal do Meio Dia e Jornal Seis e Meia), à luz de fatores constituintes dos mesmos, recomendados pela literatura especializada.

### **1.1.2 Objetivos Específicos:**

- Identificar a presença ou ausência de cada fator apresentado como ferramenta de análise, em cada radiojornal;
- Mostrar e comentar exemplos colhidos dentro dos textos dos informativos que justificam a análise feita;

- conclusões a respeito das técnicas de produção e apresentação dos radiojornais segundo os critérios estabelecidos.

## 2 TEORIAS JORNALÍSTICAS E PRÁTICA

Este capítulo inicia-se com uma abordagem a respeito da natureza do jornalismo. Em seguida, apresenta três teorias do jornalismo: a Teoria do Espelho, a Teoria do Newsmaking e a Teoria do Gatekeeper, ao mesmo tempo em que as confronta com a prática jornalística. Aborda, também, o uso do lead e da pirâmide invertida, e se encerra com uma referência às rotinas de produção e a seleção de notícias jornalísticas.

### 2.1 A natureza do jornalismo

Reside no medo do desconhecido a natureza do jornalismo, segundo Pena (2005). Este sentimento leva o homem a buscar exatamente o contrário, ou seja, o leva a uma busca pelo saber, pelo conhecer. Ainda, segundo o autor, essa busca pelo conhecimento leva o indivíduo a sentir-se mais seguro na luta diária, tornando-o mais ousado, fazendo com que ele consiga superar as barreiras impostas pela vida cotidiana. Castillo<sup>1</sup> *apud* Pena (2005) acredita que a fala foi a primeira grande aquisição comunicativa do homem, porém, destaca ele que a comunicação já se fazia presente, mesmo antes do desenvolvimento da fala. O Jornalismo Moderno, segundo Pena (2005), surgiu não só após a passagem de uma cultura oral para a escrita, mas após a invenção dos tipos impressos, conforme será abordado no capítulo dois, que destacará a história do jornalismo impresso.

Kunczik (2001) afirma que o jornalismo é considerado como uma profissão que está inserida na área da comunicação. Ele advoga que o jornalismo tem uma definição mais estreita do que a de comunicador, ainda que na literatura existam grandes divergências.

...a definição de jornalista abrangerá todos os trabalhadores em tempo integral e parcial dos meios de comunicação que participam da reunião, do processamento, da

---

<sup>1</sup> CASTILLO, César A. [et al.]. *Historia de la prensa*. Madrid: Centro de Estudios Ramón Areces, 1994. Colección de información y comunicación.

revisão e do comentário das notícias e/ou entretenimentos... dependendo de sua posição no meio de comunicação e do tipo de mídia (jornal, semanário, rádio, televisão, etc.), as tarefas e a auto-imagem profissional dos jornalistas variam amplamente. (KUNCZIK, 2001:16)

Genro Filho (1987) assinala que, “em geral, o jornalismo tem sido considerado como simples modalidade da comunicação de massa e mero instrumento de reprodução da ideologia das classes dominantes”. Para Belau<sup>2</sup> *apud* Genro Filho (1987), suas quatro características fundamentais são: a periodicidade, a universalidade, a atualidade e a difusão, que, consideradas numa perspectiva histórico-social, formam a dimensão que o autor considera a estrutura do fenômeno jornalístico.

Ao citar a importância dessas quatro características, Genro Filho (1987) comprova a afirmativa de Carvalho (1998), que acredita que o rádio nasceu predestinado a ter no jornalismo o componente mais forte de sua existência. Como exemplo desta dependência, o autor destaca a cobertura de grandes eventos, que marcaram o início da história do rádio. O autor mostra que, “diferentemente de todos os outros meios de comunicação, o rádio é o único que pode ser desfrutado paralelamente a qualquer outra atividade”. Esta afirmativa também dá sustentação à teoria de Genro Filho (1987), no que diz respeito à universalidade e à difusão do Rádio. Carvalho (1998) ainda afirma que é no jornalismo que o rádio encontrou sua linha de serviços e destaca a importância do veículo, quando faz uso do jornalismo, como sendo a única fonte de informação a populações de países miseráveis.

## 2.2 Teorias Jornalísticas

Nesta seção do trabalho são apresentadas, a seguir, três teorias do jornalismo: a Teoria do Espelho, a Teoria do Newsmaking e a Teoria do Gatekeeper, e é feita uma confrontação destas teorias com a prática jornalística, à luz da literatura especializada

---

<sup>2</sup> BELAU, Angel Faus. *La ciencia periodística de Otto Groth*. Pamplona, Instituto de Periodismo de la Universidad de Navarra, 1966.

consultada. É abordado, também, o uso do lead e da pirâmide invertida. A seção se encerra com uma referência às rotinas de produção e a seleção de notícias jornalísticas.

### **2.2.1 Teoria do Espelho**

Segundo a narrativa de Pena (2005), a Teoria do Espelho surgiu no século XIX e a metáfora presente em seu nome a torna auto-explicativa. A base desta teoria é de que o jornalismo reflete a realidade, ou seja, as notícias são do jeito que as conhecemos, porque são um produto da realidade. A imprensa funciona como um espelho do real.

Por essa teoria, o jornalista é um mediador desinteressado, cuja missão é observar a realidade e emitir um relato equilibrado e honesto sobre suas observações, com o cuidado de não opiniões pessoais. Seu dever é informar, e informar significa buscar a verdade acima de qualquer outra coisa. Mas, para isso, ele precisa entregar-se à objetividade, cujo princípio básico é a separação entre fatos e opiniões. (PENA, 2005: 125)

O autor afirma que o surgimento da Teoria do Espelho está diretamente ligado às mudanças na imprensa americana na segunda metade do XIX, como já foi citado, época em que os comentários eram substituídos pelos fatos, refletindo, deste modo, a realidade dos acontecimentos. Para Pena (2005), ainda nos dias atuais, a comunidade jornalística defende a Teoria do Espelho, porque ela dá legitimidade e credibilidade aos jornalistas, classificando-os como imparciais e dotados de uma capacidade de narrar os fatos baseados em métodos científicos, o que garante o relato objetivo dos acontecimentos.

Kunczik (2001) também comunga da mesma opinião do colega brasileiro, quando afirma que a Teoria do Espelho, por ele denominada Teoria Liberal, também nasceu no auge do século XIX, pregando que a imprensa deveria ser um sócio na busca pela verdade, e que, para isso, ela precisaria estar livre da influência de governos e de controles externos. Sua obrigação é com a verdade e, por isso, o jornalista seria a pessoa responsável por passar a notícia exatamente como ela aconteceu.

No rádio, essa teoria encontra abrigo, pois está diretamente ligada à credibilidade. Para Porchat (1993), “não existe meio termo na confiança do ouvinte e por isso não se pode errar na informação. A exatidão da notícia é exigida com todo rigor e seriedade, em todos os setores do jornalismo”.

### **2.2.2 Teoria do Newsmaking**

Em contraposição à Teoria do Espelho, surge a ideia do “Newsmaking”, divulgada por Pena (2005), quando mostra que o jornalismo está longe de ser o espelho do real pois, segundo ele, “é a construção social de uma suposta realidade”. O autor afirma que é por meio do trabalho da enunciação que o jornalista produz os discursos, e estes, submetidos a uma série de operações e pressões sociais, constituem o que o senso comum das redações chama de notícia. Desta forma, a imprensa não reflete a realidade, e sim ajuda a construí-la. Pena (2005) destaca ainda que critérios como a noticiabilidade, construção da notícia e rotinas de produção, são os valores levados em conta pelos jornalistas na hora de se produzir a notícia.

A perspectiva da teoria do newsmaking é construtivista e rejeita claramente a teoria do espelho. Mas isso não significa considerar as notícias ficcionais, sem correspondência com a realidade exterior. Na verdade, o método construtivista apenas enfatiza o caráter convencional das notícias, admitindo que elas informam e tem referência na realidade. Entretanto, também ajudam a construir essa mesma realidade e possuem uma lógica interna de constituição que influencia todo o processo de construção. (PENNA, 2005: 129)

Assim, diante da imprevisibilidade dos acontecimentos, as empresas que detêm o mercado da informação precisam colocar ordem no tempo e no espaço e, para tal, estabelecem determinadas práticas, como noticiabilidade, construção da notícia e rotinas de produção, para se produzir a notícia. É dessas práticas que se ocupa a teoria do newsmaking.

Wolf (1995) também acredita que a teoria do newsmaking é baseada nos critérios de importância e noticiabilidade, que segundo ele estão presentes dentro do processo de produção da notícia. Enquanto questiona a imagem do mundo que é fornecida pelos meios de

comunicação, defende que ela depende de dois aspectos: a cultura profissional do jornalista e a organização do trabalho e dos processos produtivos. Ao afirmar que a noticiabilidade está estreitamente relacionada com os processos de rotinização das práticas produtivas, Wolf (1995) acaba por validar a opinião de Pena (2005), pois ambos compartilham o mesmo pensamento, que tem apoio nos critérios citados acima.

Porém, o autor alerta para o perigo que o uso destes processos de produção da notícia pode causar ao ouvinte e ao telespectador, assim como também pode gerar dificuldade de compreensão ao próprio jornalista .

O conjunto de fatores que determinam a noticiabilidade dos acontecimentos permitem efetuar, quotidianamente, a cobertura informativa, mas dificulta o aprofundamento e a compreensão de muitos aspectos significativos dos fatos apresentados como notícias. (WOLF, 1995: 173)

O newsmaking também ganha uma aliada em Porchat (1993), já que, segundo ela, o fato de uma rádio dar espaço a certas informações significa que as julga importantes e, para isso, é preciso um critério de seleção. Segundo ela, muitas matérias recebem ênfase especial de uma rádio mas, em outra, podem aparecer como simples registros. Em alguns casos, porque foram consideradas irrelevantes, em outros, porque podem trazer problemas para toda uma população.

A divulgação de alguns tipos de crimes e acidentes não representa nada de positivo para a população e pode provocar pânico. Os surtos epidêmicos precisam ter suas dimensões avaliadas com segurança, antes de se transmitirem informações sobre eles. O rádio é rotativo e repetitivo. Devemos pinçar as informações de que o ouvinte precisa e repeti-las várias vezes durante a programação (PORCHAT, 1993:32).

### **2.2.3 Teoria do Gatekeeper**

O conceito do Gatekeeper refere-se à pessoa, no caso o jornalista, que tem o poder de decidir se deixa uma informação ser veiculada ou a bloqueia. Pena (2005) afirma que o próprio nome da teoria é suficiente para explicá-la. Isto acontece porque, no dia-a-dia, o jornalista se vê diante de um grande número de acontecimentos, e só viram notícia aqueles

que passam por uma cancela ou porta (*gate* em inglês). E o profissional qualificado para tomar essa decisão, ou o selecionador (*gatekeeper*), é o próprio jornalista. Para Pena (2005), “ele é o responsável pela progressão da notícia ou por sua “morte”, caso opte por não deixá-la prosseguir, o que significa evitar a publicação.”

Porém, ao longo dos anos, segundo o autor, essa teoria foi perdendo prestígio, substituída por paradigmas como o da construção social da realidade, por exemplo. Chegou-se à conclusão que as decisões do *gatekeeper* estavam mais influenciadas por critérios ligados às rotinas de produção da notícia, como eficiência e velocidade, do que por uma avaliação individual de noticiabilidade.

Wolf (1995) também segue a mesma linha de opinião de Pena (2005). Para ele, as decisões tomadas pelo *gatekeeper* são feitas a partir de critérios profissionais, tais como a eficiência e a rapidez com que as notícias são produzidas, e não levando-se em conta a avaliação individual da noticiabilidade. Ele ainda acredita que cabe ao *gatekeeper* a função de regular todas as formas de controle da informação, “que podem estabelecer-se nas decisões acerca da codificação das mensagens, da seleção, da formação da mensagem, da difusão, da programação, da exclusão de toda a mensagem ou das suas componentes.”

Na prática do jornalismo no rádio, Porchat (1993) cita um bom exemplo de uso da teoria do *gatekeeper*, que é encarnado na figura do editor. Segundo ela, dependendo do volume de informações de um jornal, cabe ao editor realizar cortes na matéria, com o objetivo de deixá-las com o menor tempo possível, porém sem diminuir seu valor informativo. Recomenda que “ao editar, considere a edição do jornal como um todo. Se o volume de matérias for grande, naquele dia, reduza o tamanho do material, sem prejuízo da informação”.

#### **2.2.4 Lead e Pirâmide Invertida**

Até o começo do século XX, os jornais eram essencialmente opinativos, porém não deixavam de publicar a notícia. Esta é a posição de Pena (2005), que registra que, as reportagens não deixavam de trazer as informações, mas expunham explicitamente a posição dos jornais. Passada essa fase, mais precisamente na década de 1950, chega ao Brasil o lead, oriundo da imprensa norte americana que, segundo o autor, foi trazido ao país pelo jornalista Pompeu de Souza, e que prometia revolucionar as redações e trazer objetividade ao jornalismo. A partir daí os veículos de comunicação começaram a fazer uso do lead. O autor define o lead como o relato sintético do acontecimento, que sempre é colocado no começo do texto, e que responde às perguntas básicas do leitor, como: o quê, quem, como, onde, quando e por quê.

Em síntese, pode-se afirmar que o lead exerce uma série de funções no relato. Elas são as seguintes: apontar a singularidade da história; informar o que se sabe de mais novo sobre um acontecimento; lugares e pessoas de importância para o entendimento dos fatos; oferecer o contexto em que ocorreu o evento; provocar no leitor o desejo de ler o restante da matéria; articular de forma racional os diversos elementos constitutivos do acontecimento; e resumir a história, da forma mais compacta possível, sem perder a articulação. (PENA, 2005:43)

Para Genro Filho (1987), o lead é considerado uma importante conquista da informação jornalística, porque representa de forma objetiva a singularidade da experiência individual. Para ele, o caráter pontual do lead, sintetizando algumas informações básicas quase sempre no início da notícia, torna-a mais comunicativa e mais interessante, “pois otimiza a figuração singularizada da reprodução jornalística.”

No rádio, segundo Porchat (1993), o lead aparece na forma de manchete, que são frases ditas no começo do jornal e que apresentam o fato de maior importância, porque, segundo ela, ao abrir a notícia com o lead, o comunicador conquista a atenção do ouvinte. Para Porchat (1993), um lead que sintetize o fato de maior importância e manchetes que sustentem a informação contida no lead, são imprescindíveis para o bom recebimento da

mensagem por parte do ouvinte. A autora ainda destaca que o lead não pode comentários, opiniões, cabendo a um comentarista fazê-las.

Além do lead, conforme Pena (2005), outro marco na história do jornalismo foi a criação da estrutura narrativa que recebeu o nome de pirâmide invertida que, segundo o autor, “consiste em um relato que prioriza não a seqüência cronológica dos fatos, mas escala em ordem decrescente os elementos mais importantes”. As informações essenciais são expostas em uma montagem que as hierarquiza, de modo a inicialmente as mais atraentes, terminando com aquelas de menor apelo.

Genro Filho (1987) destaca que a primeira notícia redigida usando-se a técnica da pirâmide invertida apareceu no jornal norte americano *The New York Times*, em 1861, devido a uma deficiência técnica, um acaso, que segundo ele, “contemplou, ao mesmo tempo, o comodismo dos leitores e o interesse dos jornais em suprimir os parágrafos finais quando chegava um anúncio de última hora.” Para Genro Filho (1987), a tese da "pirâmide invertida" quer ilustrar que a notícia caminha do "mais importante" para o "menos importante".

Para Porchat (1993), muitas rádios no Brasil fazem uso da estrutura da pirâmide invertida, que segundo ela as frase são veiculadas após o lead, e ao longo da notícia vão perdendo valor. Porchat (1993), assim como Genro Filho (1987) e Pena (2005) comungam da mesma opinião, pois os três pregam a teoria de que a pirâmide invertida apresenta, primeiro as informações mais importantes, para depois colocar as menos importantes.

### **2.2.5 Rotinas Jornalísticas e Seleção de Notícias**

O jornalismo, segundo coloca Kunczik (2001), é uma profissão exercida em tempo integral nos países ocidentais, desde meados do século XIX. Ele também destaca que

há décadas os jornalistas se organizaram em associações nacionais que, em muitos casos, foram responsáveis pela criação dos princípios éticos dos jornalistas.

Por sua vez, Pena (2005) opina que o jornalista é um especialista em generalidades, pois ele necessita de habilidades e conhecimentos ecléticos para desenvolver a prática profissional. Além disso, destaca que, “com a evolução tecnológica as funções específicas estão desaparecendo, exigindo também uma formação técnica genérica. Hoje, um bom repórter é também apurador, pauteiro e editor da reportagem.”

A pauta tem papel fundamental na rotina de trabalho do jornalista, porque, segundo Carvalho (1998), uma boa pauta faz com que o profissional execute seu trabalho da melhor forma possível. Ele destaca que, devido à grande quantidade de informações que chegam a uma redação, é preciso que seja feita uma análise rigorosa, para que se possa fazer uma triagem e organização do material a ser aproveitado. Carvalho (1993) lembra que “é fundamental que se faça uma pauta para dividir e orientar a atuação da reportagem e dos jornalistas. Ela orienta também o trabalho da chefia, que fica sabendo quem está fazendo, o que e onde.”

Com relação às rotinas jornalísticas dentro de uma rádio, Porchat (1993) afirma que as 24 horas ininterruptas de programação de uma rádio são elaboradas e transmitidas por equipes de jornalistas e técnicos que se revezam. Além disso, segundo a autora, nas trocas de turnos, as principais informações são repassadas aos colegas que chegam, para que a programação siga seu ritmo normal e não fique comprometida. Acrescenta que, para que a programação seja cumprida, são realizadas constantes reuniões, cuja frequência varia de emissora para emissora. É o momento no qual os jornalistas escolhem as pautas a serem cumpridas. Ainda segundo a autora, nos fins-de-semana e feriados, os trabalhadores se revezam em plantões, que são pré-estabelecidos por um escala.

No que se refere ao processo de produção das matérias, Porchat (1993) alerta para a checagem das informações que, segundo ela, é o pré-requisito para que uma rádio consiga obter credibilidade para com os ouvintes e afirma: “não existe meio termo na confiança do ouvinte e por isso não se pode errar na informação . A exatidão da notícia é exigida com todo rigor e seriedade, em todos os setores do jornalismo.” Para que a notícia não perca sua atualidade, a autora destaca a importância da agilidade no trabalho de checagem das informações que, segundo ela, devem ser conferidas através de fontes qualificadas.

### **3 HISTÓRIA DO RÁDIO, A LINGUAGEM E A ESTRUTURA DA INFORMAÇÃO RADIOFÔNICA**

O presente capítulo inicia-se com uma breve alusão histórica ao desenvolvimento da imprensa popular escrita no mundo. Em seguida, apresenta uma cronologia do rádio, desde sua criação até seu aparecimento e evolução no Brasil. Aborda, a seguir, os aspectos específicos da linguagem utilizada no rádio moderno e termina situando a estrutura da informação radiofônica. Estes conceitos permitirão evoluir no capítulo seguinte, para a análise comparativa dos jornais radiofônicos.

#### **3.1 O Desenvolvimento da imprensa popular escrita**

Ainda que o termo "Jornalismo" seja relativamente moderno, sua história é muito antiga e se confunde, sem dúvida, com a da imprensa, a partir do momento em que Guttenberg aperfeiçoou a técnica de reprodução de textos por meio do uso dos tipos móveis.

Terrou e Albert (1990) mostram que o jornal tornou-se um produto de consumo bastante corrente no final do século XIV, perpetuando-se até os dias de hoje, com características peculiares a cada nação.

Segundo Aguiar (2005), devido à censura e à proibição impostas pela Coroa Portuguesa de se criarem tipografias, o Brasil-Colônia, demorou a se beneficiar da imprensa. Foi somente a partir de 1808 que passou a circular, no Brasil, o primeiro jornal: "Correio Braziliense", editado pelo exilado Hipólito José da Costa. Ele era editado e impresso em Londres e distribuído no Brasil-Colônia. Nesse mesmo ano, Dom João VI criou o "Diário do Rio de Janeiro", primeiro diário totalmente publicado no Brasil.

#### **3.2 A história do rádio**

Os primórdios dessa forma de comunicação que, mais tarde, iria transformar-se no rádio, têm início no dia 24 de maio de 1844, quando Samuel F. B. Morse envia a primeira mensagem à distância, a frase: “Que Deus seja louvado”, através do telégrafo. Vale a pena lembrar que o telégrafo através de fios, junto ao Código Morse, é o primeiro sistema de comunicação de longa distância que o mundo conheceu.

Em 1900, ao iniciar-se o século XX, Marconi conseguiu a patente de um processo que permitia ao operador do equipamento selecionar um comprimento específico de onda. Com a novidade, ainda em fevereiro surgiu a primeira estação comercial, localizada na ilha alemã de Borkum.

Segundo César (1996) , foi a partir de 1920 que a repercussão do rádio como novo meio de comunicação de massa tornou-se notável, criando uma demanda de aparelhos receptores, principalmente, nos Estados Unidos e na Inglaterra.

Em 1923 já havia 382 emissoras de rádio nos Estados Unidos e a publicidade começava a veicular os primeiros anúncios radiofônicos, o que tornava o novo meio bastante viável economicamente.

O autor relata, ainda, que uma nova descoberta ampliou a radiodifusão mundialmente: as comunicações em ondas curtas, usadas desde 1915 durante a I Guerra Mundial.

O rádio como veículo de propaganda política foi também amplamente utilizado na antiga União Soviética, transmitindo, em ondas curtas, para o estrangeiro, em mais de 50 línguas e dialetos.

Também, a Alemanha, a partir de 1923, aproveitou-se da possibilidade de transmissão a longa distância, para assolar os Estados Unidos com propaganda nazista.

Durante a segunda guerra mundial, o rádio foi intensamente utilizado para a emissão de mensagens e como arma de propaganda política por numerosos países.

Foi somente na terceira década do século XX que o rádio começou a fazer parte dos meios de divulgação no Brasil.

### **3.3 O rádio no Brasil**

Ainda que não haja uma confirmação oficial, acredita-se que a primeira experiência radiofônica aconteceu em 6 de abril de 1919, quando, no Recife, usando um transmissor importado da França, Oscar Moreira Pinto inaugurou a Rádio Clube. Porém, relata Nobre (1998), apesar de existirem documentos que comprovam este fato, a primeira transmissão radiofônica data de sete de setembro de 1922, com origem no Rio de Janeiro que, àquela época, era a capital do país. Ela foi parte das comemorações do Centenário da Independência do Brasil e consistiu de um discurso do então Presidente da República, Epitácio Pessoa. Como o rádio era uma novidade foi preciso importar 80 receptores (aparelhos de rádio) especialmente para o evento.

Nobre (1998) revela, ainda, que apesar deste fato, esta data ainda não viria a marcar o início da vida do rádio no Brasil. A escassez de aparelhos receptores e de projetos que possibilitassem levar à frente a atividade, as transmissões, então iniciadas, duraram pouco. Mesmo com a iniciativa da companhia americana Westinghouse de instalar um potente transmissor de 500 W no alto do morro do Corcovado, no Rio de Janeiro, permitindo que os proprietários dos 80 receptores e mais seus vizinhos, parentes e colegas pudessem ouvir óperas transmitidas diretamente do Teatro Municipal do Rio de Janeiro, a experiência não tardou a encerrar, causando a frustração de todos que acompanharam os primeiros passos do rádio no Brasil.

Em 20 de abril de 1923, relata César (1996), se instalou, definitivamente, o rádio no País. A data marca a fundação da Rádio Sociedade do Rio de Janeiro, a primeira emissora

de rádio brasileira. Criada por Roquette Pinto e Henry Morize, tinha como proposta educar através do rádio, antevendo sua capacidade em alcançar grandes massas analfabetas, mesmo, sendo ele um veículo ainda recém-nascido.

Em contraposição ao que hoje acontece, o rádio foi um veículo para as elites culturais, quando de sua criação, marcando sua chegada ao Brasil com grandes óperas e com o uso de palavras e orações eruditas. Isso se explicava no fato de o rádio ainda ser feito de maneira amadorística, vivendo de empréstimos de discos para alimentar sua programação musical e de doações em dinheiro ou pagamento de mensalidades por pessoas capazes de fazê-lo. Recebido em aparelhos importados e, portanto, muito caros era quase um privilégio das elites (MIRANDA<sup>3</sup> *apud* NOBRE, 1998).

O futuro reservava para o rádio um papel bem diverso: ser o meio de comunicação que iria levar informação e educação para o povo analfabeto. Foi com o advento dos “reclames”, ou seja, anúncios publicitários, já na década de 30 que o rádio começaria a se auto-sustentar, podendo, assim, determinar uma programação mais voltada para seu verdadeiro público alvo: a classe mais pobre da população.

Segundo Ortriwano (1985), a publicidade foi permitida por meio do Decreto n.º 21.111, de 1º de março de 1932, que regulamentou o Decreto n.º 20.047, de maio de 1931, primeiro diploma legal sobre a radiodifusão, surgido nove anos após a implantação do rádio no país. O governo mostra, a partir da década de 30, preocupar-se seriamente com o novo meio, que definia como “serviço de interesse nacional e de finalidade educativa”, regulamentando o seu funcionamento e passando a imaginar maneiras de proporcionar-lhe bases econômicas mais sólidas, concretizadas pelo Decreto n.º 21.111. Este decreto autorizava a veiculação de propaganda pelo rádio, tendo limitado sua manifestação, inicialmente, a 10% da programação, posteriormente elevada para 20% e, em 1985, fixada em 25%.

---

<sup>3</sup> MIRANDA, Orlando. A Era do Rádio. IN: Nosso Século. Abril Cultural, n.º 17, p.72. IN: A Informação no Rádio. Summus Editorial, p.19

A autora assinala que, feito isso, agora, cada rádio tinha condições de, através do faturamento com publicidade, montar uma estrutura menos amadora. Com a introdução de anúncios dentro da programação, o rádio abria-se ao que hoje é comum: a disputa pelo mercado, a disputa pela liderança de audiência. Na sua busca, foi sendo trocada a programação voltada para a elite por outra mais popular, que permitia alcançar um público maior. E este público maior era imperativo, já que os anunciantes queriam vender seus produtos. Aproveitando-se do nascimento de indústrias nacionais que precisavam escoar sua produção centralizada, o rádio apresentou-se como um veículo que atingia uma grande parte do País.

Por sua vez, os empresários notaram que, devido ao grande número de analfabetos que vivia no Brasil, o rádio era muito mais eficiente do que os outros meios, como o impresso, principalmente. E para que isso se fizesse real era necessário que a linguagem se tornasse a mais coloquial possível. Com o tempo os locutores foram levando esta linguagem coloquial para o rádio brasileiro. Isso aproximava ainda mais o rádio do público, principalmente do mais humilde que não encontrava parâmetros para se ver nos veículos impressos como o jornal. E, mais uma vez, esta mudança estava ligada, a uma necessidade de vender os produtos dos patrocinadores. Este fator, ou seja, a introdução dos reclames na programação radiofônica foi muito importante para o rádio se transformar no que é hoje: um dos veículos mais populares do mundo.

O impacto do rádio sobre a sociedade brasileira a partir de meados da década de 30 foi muito mais profundo do que aquele que a televisão viria a produzir trinta anos depois. O rádio comercial e a popularização do veículo implicaram a criação de um elo entre o indivíduo e a coletividade, mostrando-se capaz não apenas de vender produtos e ditar 'modas', como também de mobilizar massas, levando-as a uma participação ativa na vida nacional. Os progressos da industrialização ampliavam o mercado consumidor, criando as condições para a padronização de gostos, crenças e valores. As classes médias urbanas (principal público ouvinte do rádio) passariam a se considerar parte integrante do universo simbólico representado pela nação. Pelo rádio, o indivíduo encontra a nação, de forma idílica: não a nação ela própria, mas a imagem que dela se está formando. (ORTRIWANO, 1985: 19)

O rádio prestou-se também a outras finalidades além da propaganda comercial, no início do século. Ortriwano (1985) fala da propaganda política, que se utilizou das transmissões radiofônicas, mormente durante a ditadura do Estado Novo. Getúlio Vargas, detendo o poder sobre a Rádio Nacional fez dela um veículo transmissor das idéias e feitos de seu regime de exceção.

Outras linguagens e abordagens para angariar audiência foram aparecendo e povoando o rádio no Brasil. Vieram os musicais ao vivo, os programas de auditório e as radionovelas. A primeira equipe de profissionais exclusivos, artistas e músicos, com remuneração mensal, de que se tem notícia, foi contratada pela Rádio Record.

A partir daí, começa a corrida e as grandes emissoras contratam a 'peso de ouro' astros populares e orquestras filarmônicas. E mesmo as emissoras de pequeno porte procuram também ter o seu pessoal fixo. Essa mudança aguçou - ou mesmo desencadeou - o espírito de concorrência entre as emissoras, inclusive as de outros Estados, que imitaram a programação lançada pela Record. (ORTRIWANO, 1985: 17)

Os anos 40 se constituíram no período de maior desenvolvimento para o rádio, quando o veículo chegou ao auge da popularidade. Para que isto acontecesse, as rádios tiveram que modificar seus programas e batalhar para adquirir os melhores profissionais existentes no mercado. Um bom mecanismo, sem dúvida, encontrado pelos donos de rádio foi a criação das radionovelas. O gênero dominou o rádio brasileiro à época e a pioneira nas radionovelas, a Rádio Nacional, só em 1945, transmitia, diariamente, 14 novelas.

Foi em meados da década de 30 que outras especialidades começam a surgir, dentre elas o radiojornalismo. A Rádio Jornal do Brasil, do Rio de Janeiro, foi uma das emissoras pioneiras no gênero, criando, em 1935, vários programas onde o principal conteúdo era a informação. O Repórter Esso, criado pela Rádio Nacional em 1941, durante a II Guerra Mundial, constituiu-se em um divisor de águas no radiojornalismo brasileiro. Várias rádios procuraram imitar seu padrão sério e direto, que ficou no ar até 1968. Cognominando-se a "testemunha ocular da história", o Repórter Esso fez um radiojornalismo que procurava

mostrar, diariamente, os principais fatos do Brasil e do mundo. Outros marcos do radiojornalismo brasileiro foram o radiojornal da Rádio Nacional e o Grande Jornal Falado Tupi, da Rádio Tupi, de São Paulo, criado em 1942, com uma hora de duração diária. Este informativo foi importante porque, cita Ortriwano (1985), “definiu os caminhos de uma linguagem própria para o meio, deixando de ser apenas a “leitura ao microfone” das notícias dos jornais impressos”.

O governo ditatorial de Getúlio Vargas, no entanto, não via com bons olhos uma imprensa livre e intentava controlar todos os veículos de comunicação da época e, em especial, o rádio e a imprensa. Desde 1931, quando foi criado o Departamento Oficial de Publicidade (DOP), o governo insistia na mesma tecla: controlar a mídia. Quando o Departamento de Propaganda e Difusão Cultural (DPDC), que substituiu em 1934 o DOP, se transformou no Departamento Nacional de Propaganda (DNP), em 1938, inaugurou-se o programa "A Hora do Brasil". Era através do "A Hora do Brasil" que o governo buscava estreitar as relações entre o Estado e as classes trabalhadoras. Portanto, não era de se estranhar tanto esforço por parte de Vargas para tornar a "A Hora do Brasil" o programa radiofônico mais ouvido do País.

Transmitido diariamente por todas as estações de rádio, com duração de uma hora, das 19 às 20 horas, visando a divulgação dos principais acontecimentos da vida nacional, o programa "A Hora do Brasil" tinha três finalidades: informativa, cultural e cívica.

Além de informar detalhadamente sobre os atos do presidente da República e as realizações do Estado, “A Hora do Brasil” incluía uma programação cultural que pretendia incentivar o gosto pela boa música através da audição de autores considerados célebres. A música brasileira era privilegiada, já que 70% do acervo eram de compositores nacionais. Comentários sobre a arte popular, em suas mais variadas expressões regionais, e descrições dos pontos turísticos do país também eram incluídos na programação...CD-ROM A Era Vargas.

Atualmente, em pleno regime democrático, a “Voz do Brasil” que substituiu o informativo oficial criado por Vargas, ainda continua no ar, no mesmo horário, noticiando os fatos dos três Poderes da República.

O radiojornalismo está hoje presente em quase todas as emissoras do país, levando informação nos mais diversos estilos e linguagens, adaptado a cada público, horário e formato de apresentação.

### **3.4 Redação e Linguagem do Rádio**

Para desempenhar seus múltiplos papéis de divulgador de idéias e ser efetivamente um veículo de informação, Prado (1989) relata que o rádio se utiliza de técnicas de redação e linguagem específicas. Tais técnicas variam em função do tipo de informação bem como da faixa de público à qual ela se destina.

Rádio Informativo é um conceito novo, que surge nos livros teóricos sobre comunicação em contraposição ao termo radiojornalismo, que o português reserva para o jornalismo produzido e veiculado pelo rádio. Esta distinção não é universalmente reconhecida, mas “as bibliografias portuguesa, brasileira e latino-americanas adotam ambas as nomeações indistintamente, ao sabor das influências culturais que lhe são mais marcantes.” Meditsch (1999).

Para Faus Belau<sup>4</sup> *apud* Meditsch (1999) o rádio informativo é diferenciado por uma maior profundidade relativamente à programação tradicional de notícias e pode representar o ponto culminante de um segundo ciclo da história do rádio. Este novo ciclo se iniciou no princípio da década de 50, com o rádio perdendo espaço para a televisão.

---

<sup>4</sup> FAUS BELAU, A. "Nuevos caminos para la radio". En *Facultad de Comunicación de la Universidad de La Matanza*. 2001. Buenos Aires (Argentina).

Meditzsch (1999) defende a opinião de que o rádio informativo fala de coisas que, anteriormente, não eram notícia (a hora certa e a previsão do tempo, por exemplo) e revoluciona a idéia da reportagem com as transmissões ao vivo. Ele aprofunda e contrapõe idéias e opiniões com facilidade e orienta as massas urbanas. Põe em contato os mais remotos pontos do interior e concede espaço para o receptor se manifestar como em nenhum outro meio. É um serviço quase sempre gratuito, que não toma o tempo nem monopoliza a atenção do público. MEDITSCH (1999).

Ferrareto e Koplín (1992) argumentam contrariamente à visão de que o rádio é apenas um meio de entretenimento, e buscam reverter essa situação, apresentando, de forma bastante simples, normas e recursos usuais da produção radiofônica, que abordam as principais convenções do texto radiofônico nas sínteses noticiosas e nos radiojornais, bem como retratam as características dos boletins de repórteres e comentários. Os autores advogam favoravelmente à técnica do roteiro que, a seu juízo, atualmente um pouco em desuso. Asseveram a compreensão das principais regras do roteiro radiofônico e propõem uma padronização para adaptar as formas de redação da época de ouro do rádio às necessidades atuais.

Além de conhecer as características do veículo, com suas técnicas de redação e linguagem próprias, o profissional de rádio deve dominar as formas de utilização correta da Língua Portuguesa. Isso garante um texto mais claro, fluente e preciso. (FERRARETO E KOPLIN, 1992:63)

Posicionando-se, também, sobre as formas de redação radiofônica, César (1996) alinha fatores físicos, sócio-culturais e emocionais que, a seu ver, influenciam na linguagem radiofônica e revela que, entre os meios de comunicação de massa, o rádio é, sem dúvida, o mais popular e o de maior alcance público, não só no Brasil, como em todo mundo. Por essa característica, ele constitui-se, muitas vezes, no único modo de levar informação e entretenimento para populações mais longínquas. Este status do rádio foi conseguido, em primeiro lugar, pela capacidade do homem de escutar, captar, entender e reter a mensagem

falada, usando-a da melhor maneira que lhe convier. Outra característica que faz do rádio o veículo de comunicação de maior alcance é a facilidade de entendimento, ou seja, para o ouvinte basta apenas ouvir, não é necessário que o indivíduo seja alfabetizado para entender a mensagem radiofônica. Para César (1996), informar é dar a conhecer um conjunto de mensagens de atualidades ou notícias, através dos diferentes meios de comunicação. A informação é constituída de um material base, como fatos e notícias, que são distintos entre si, mas quando agrupados, constituem o ser da informação, sendo igual para todos os meios, porém, estruturada em função da oportunidade. A partir desta idéia, alinham-se as categorias que classificam as transmissões informativas: Flash, Edição Extraordinária, Especial, Boletim, Jornal, Informativo Especial e Programa de Variedades.

Em consonância com esta posição, Meditsch (1999) alude às características e encantamentos do rádio, falando igualmente da proximidade e da credibilidade que são oferecidas por este veículo de comunicação de massa. Afirma que a credibilidade passada pelo rádio e a proximidade gerada por ele, o tornam um veículo bastante democrático, e destaca como causas da paixão e do fascínio gerado pelo rádio, a capacidade que o veículo possui de transpor barreiras de tempo e espaço. Além de ser oferecido de graça à população o rádio não toma tempo nem atenção específica de quem o escuta, permitindo ações simultâneas à sua escuta. O fim da era do rádio foi anunciado, devido à chegada das novas tecnologias, mas nem isto foi capaz de derrubá-lo, e ainda faz do rádio um dos mais significativos e importantes meios de comunicação.

As posições e idéias apresentadas fazem ver que o rádio possui uma linguagem própria, uma dinâmica específica, que são funções do tipo de matéria e programação veiculada e que é esta linguagem, próxima do ouvinte, que faz do rádio o veículo insubstituível que se constitui.

### 3.5 Estrutura da Informação Radiofônica

Ao falar da informação radiofônica, Ferrareto e Kopplin (1992) dividem os programas radiofônicos quanto aos seus objetivos em dois grandes grupos:

1) Informativos: noticiário, programa de entrevista, programa de opinião, mesa redonda, documentário.

2) De entretenimento: programa humorístico, dramatização, programa de auditório, programa musical.

Portanto, apreende-se daqui o conceito de informação radiofônica como um formato – ou um alvo – do rádio, e não necessariamente como a revolução ou a evolução do radiojornalismo.

Dentro do rádio informativo, na programação identificada como noticiário predomina a veiculação de notícias na forma de textos ou de reportagens. Para Ferrareto e Kopplin (1992), o noticiário pode ser apresentado em forma de síntese noticiosa, radiojornal, edição extra, toque informativo ou informativo especializado. Eles observam que noticiário no rádio tem mais agilidade que o da televisão ou do jornal, por ser de mais fácil transmissão que o primeiro e não precisar esperar a edição seguinte, como o segundo.

Este trabalho constitui a força do rádio. É um papel que nenhum outro veículo cumpre e torna o repórter diferente dos colegas de outros veículos pois “(...) inclui a possibilidade de levar ao ar imediatamente aquilo que está acontecendo” (PARADA, 2000: 41).

Os programas de entrevistas ocupam grande espaço na programação das emissoras dedicadas ao jornalismo. Eles interpelam os protagonistas e analistas dos fatos por meio da mediação de um entrevistador. Já nos programas de opinião a atração principal é o

apresentador, que emite visões quase que pessoais da realidade. (FERRARETO e KOPPLIN, 1992)

A mesa-redonda é um programa de opinião com a participação de convidados, eventuais ou fixos. Segundo os autores, podem ser divididos em painel, onde cada integrante da mesa expõe suas opiniões fornecendo um conhecimento geral sobre o assunto focado, e debate, onde os convidados têm visão conflitante a respeito do mesmo tema.

O documentário, pouco freqüente no Brasil, aborda um determinado tema em profundidade. Hoje, o documentário tem ganho contornos de reportagens especiais, veiculadas em partes, ou capítulos, de forma que, ao final de uma semana, com matérias diárias, por exemplo, tenha-se um panorama geral do assunto.

Dos formatos possíveis para o chamado rádio informativo, apenas o noticiário exige a transmissão e audição ao vivo. Programas de entrevista, mesa-redonda ou de opinião são baseados em fatos atuais mas podem ser ouvidos dentro do mesmo dia ou da mesma semana, dependendo da natureza dos temas. Já os documentários muitas vezes são verdadeiros registros históricos que podem ter validade por longo tempo. Atualmente, com o advento do Rádio Digital (transmissão ao vivo pela Internet) a gravação de programas e a sua disponibilização em formato de arquivo num diretório da Internet, permite ao ouvinte que está habituado com determinado apresentador de um programa de opinião ou de debates ouvi-lo com regularidade, com qualidade excelente. Além disso, este ouvinte, se não pode ouvir o programa no horário de sua transmissão, poderia sintonizá-lo em outro turno ou mesmo no dia seguinte, antes de ouvir ao vivo o programa do dia.

Opinando sobre esta matéria, Prado (1989) mostra que, após o invento do rádio, sua estrutura de atuação acabou por limitar o número de canais de participação, individualizando e ilhando ao máximo cada ouvinte, até criar uma ilusória relação entre o

emissor e o receptor. O rádio, em sua organização tradicional, utiliza o esquema comunicativo clássico, que pode ser exemplificado pelo esquema emissor-meio-receptor.

Este seria um esquema unidirecional, vertical e hierárquico que, na sua opinião, não caracteriza um meio de comunicação, mas um canal de distribuição de mensagens-mercadoria. Por outro lado, faz coro com as afirmações de que o rádio possui características como a instantaneidade, a simultaneidade e a rapidez, que o fazem o melhor e mais eficaz meio de serviço da transmissão de fatos atuais.

É importante salientar que o livro foi escrito no início da década de 80, quando a Internet não existia, fazendo com que o autor enxergasse no rádio o meio de comunicação mais rápido para a divulgação de notícias, acontecimentos. Prado (1989) afirma em sua obra, que o rádio tem a capacidade de ser entendido por um público muito diversificado, por, “...não exigir um conhecimento especializado para a decodificação e a recepção nas condições mais diversas, todas elas favorecidas pela autonomia concedida ao aparelho receptor a partir do invento do transistor”.

Entre outras características que, segundo o autor, teriam capacidade de influenciar de forma determinante a redação radiofônica, está a falta de percepção visual entre emissor e receptor, ou simplesmente a falta de imagem. Contudo, ele destaca que esta característica pitoresca do rádio dá origem a uma virtude, que é a capacidade de sugestão que exerce sobre o ouvinte, que pode criar mentalmente a imagem visual transmitida pelo som, pela imagem acústica. Como consequência de todas essas características do rádio, sejam elas boas ou ruins, surge uma série de fatores de eficácia da mensagem radiofônica. São elas a clareza, a locução, que deve ser informativa, e a naturalidade, que não está liberada de erros e equívocos. Pelo contrário, para o autor os erros mortificam o locutor e divertem os ouvintes. (PRADO, 1989)

#### **4. A RADIO INCONFIDÊNCIA E SEUS JORNAIS – METODOLOGIA E ANÁLISE**

O presente capítulo inicia-se com um breve histórico da Rádio Inconfidência e de seus jornais. Em seguida, apresenta a metodologia de análise que é utilizada para caracterizar cada processo de produção dos jornais, delineando os critérios escolhidos para esse fim.

O capítulo se encerra com a apresentação da análise efetuada.

##### **4.1 Histórico da Rádio Inconfidência**

Criada em 1936, durante a fase áurea da radiodifusão no país, na condição de emissora pertencente ao estado de Minas Gerais, a Rádio Inconfidência tem a sua história intimamente relacionada com a história de Minas Gerais.

Prestes a completar 70 anos de vida em 2006, a emissora participou dos momentos marcantes da história brasileira e do estado.

A história da Rádio Inconfidência se confunde com a própria história do rádio em Minas Gerais. Emissora das mais tradicionais do Estado, fundada em 03 de setembro de 1936, o rádio já nasceu pública e com a vocação de unir a Capital ao interior. O governador Benedito Valadares dotou a nova emissora com o melhor equipamento técnico, importando de Londres todo o moderno material. No início, a Rádio Inconfidência era uma emissora de elite e faziam parte de sua programação atrações como Ópera da Semana, Discoteca da Boa Música e Concertos. A rádio funcionava num dos lugares mais elegantes de Belo Horizonte, a Feira Permanente de Amostras, local onde é hoje a Rodoviária da Capital. (PRATA, 2003:3).

Segundo Prata (2003), a Rádio Nacional foi uma das responsáveis pela popularização da programação da Inconfidência, uma vez que as várias emissoras do país a tinham como uma espécie de paradigma. Assevera que esta popularização pode ter sido um dos caminhos encontrados pelo governador Juscelino Kubitschek, que sonhava com a presidência da República e precisava de um veículo forte para chegar ao eleitor, usando-a para seu objetivo.

Ainda hoje uma rádio estatal, a Inconfidência tem, segundo seu atual presidente, Nestor Santana, o propósito de levar informação e diversão a todas as camadas sociais, através de suas Emissoras AM 880, OC 6.010 e FM 100,9 Brasileiríssima, sem deixar de lado seu principal objetivo: valorizar a cultura mineira e brasileira (SANTANA, 2005).

Em 1978, foi lançada a Rádio Inconfidência FM 100,9 - Brasileiríssima, que tem como principal compromisso divulgar e tocar exclusivamente Música Popular Brasileira (MPB), além de apoiar a arte e a cultura do Estado de Minas Gerais. Santana (2005) lembra que a Brasileiríssima revelou gerações de cantores, bandas e compositores que tornaram-se sucesso nacional, como Tadeu Franco, os grupos Sagrado Coração da Terra e 14 Bis, Skank, Pato Fu e Vander Lee, entre outros.

Há mais de 20 anos a Inconfidência FM 100,9 apresenta um formato que oferece ao seu ouvinte uma programação variada baseada em jornalismo e MPB. Santana (2005) destaca que a programação diária tem como alvo todos aqueles que apreciam música brasileira de qualidade, em especial as classes A, B e C, principais consumidores e formadores de opinião. Alguns de seus programas de maior audiência, o “Trem Caipira”, apresentado por Múcio Bolivar e o “Bazar Maravilha”, com Tutti Maravilha, são veiculados tanto na emissora FM quanto na AM. O Presidente relata, com visível orgulho, que a Inconfidência AM 880 tem em sua programação o programa de maior longevidade do rádio brasileiro, “A Hora do Fazendeiro”, no ar, ininterruptamente há 69 anos.

No ano de 1986, segundo Ricardo Parreiras, que trabalha na emissora há mais de 40 anos, a diretoria passou a dar mais projeção ao Departamento de Jornalismo. Isto resultou na criação do Jornal Inconfidência, que ficou no ar até o ano de 2002, quando o então presidente, José Alberto da Fonseca, decidiu mudar o nome do jornal, que passou a se chamar Jornal das Sete, nome usado até do dias de hoje.

Em 1993, a diretoria da empresa decidiu criar um jornal que fosse veiculado na hora do almoço, pois, segundo Parreiras (2005), a intenção era fazer com que as pessoas que estivessem no carro, indo pra casa almoçar, pudessem se manter informadas. É criado, então, o Jornal Meio-Dia, que também possui o mesmo nome até hoje.

Já em 2002, na gestão de José Alberto da Fonseca, revela Parreiras (2005), chegou-se à conclusão de que faltava à rádio um jornal no fim do dia, que trouxesse um resumo dos acontecimento diários. Daí, cria-se o Jornal Seis e Meia, com o propósito de ser um jornal mais informal, que usasse uma linguagem mais descontraída.

É importante salientar que, mesmo antes de serem criados os jornais citados, a emissora já veiculava pequenos boletins de notícias, que iam ao ar de hora em hora, e que até hoje fazem parte da programação, intitulados Inconfidência Notícia. PARREIRAS (2005).

## **4.2 Metodologia**

O propósito da pesquisa levada a efeito é o de analisar jornalisticamente segundo critérios extraídos da literatura da comunicação radiofônica, três jornais veiculados pela Rádio Inconfidência, buscando identificar sua adequação aos critérios e a existência de semelhanças e diferenças em seus conteúdos e formas de divulgação.

Isto será feito, usando como ferramenta de análise, critérios descritos à frente, que se constituem em características importantes a que um radiojornal deve atender, segundo autores consultados.

Para cumprir o objetivo de investigar a existência ou ausência destes fatores na produção e locução dos jornais, foi feito um minucioso exame das edições dos informativos ocorridas na semana de três a oito de outubro de 2005. Todo o material examinado é propriedade da Rádio Inconfidência e constitui parte de seu acervo de gravações diárias de

toda sua programação. O acesso ao mesmo foi facilitado pelo fato de o autor ser funcionário da Casa, inclusive participando da produção e, eventualmente, da locução dos três jornais.

A Rádio Inconfidência AM 880 conta, em sua programação diária, com três jornais. São eles:

- a) Jornal das Sete, que vai ao ar de segunda a sábado, no horário das 7h às 8 h.
- b) Jornal Meio-dia, veiculado de segunda a sexta-feira, das 12h às 12h30m, e
- c) Jornal Seis e Meia, com frequência igual à do anterior, no ar das 18h30m às 19h.

Os jornais serão apresentados com detalhes, à medida em que suas estruturas e conteúdos são analisadas à luz dos critérios de análise.

Esta observação sistematizada apresentada em formato de análise, permitirá, ao final, conclusões sobre a adequação dos mesmos às práticas preconizadas pela literatura para a elaboração e divulgação de um radiojornal.

### **4.3 Critérios de Análise**

São utilizados como critérios de análise os seguintes fatores:

#### **4.3.1 Faixa horária de veiculação**

Os radiojornais devem ser apresentados em faixas horárias consideradas potencialmente mais adequadas, possibilitando captar uma maior audiência dos ouvintes, em função de sua possível disponibilidade. Assim, as faixas consideradas adequadas são entre 6h e 9h, entre as 12h e as 14h e no final da tarde, entre 18h e 19 h. (ORTRIWANO, 1985) Tal colocação é também defendida por Ferrareto e Kopplin (1992) que acrescentam, ainda, a faixa das 22h às 24h.

#### **4.3.2. Tempo de Duração e Periodicidade da Veiculação**

O tempo de duração fixo é uma característica importante para o jornal radiofônico. O radiojornal deve ter duração média de meia hora, podendo, em alguns casos, ultrapassar 60 minutos. (FERRARETO e KOPPLIN, 1992)

A duração fixa permite que o ouvinte se disponibilize para escutar as notícias veiculadas por um determinado intervalo de tempo. Ortriwano (1985) também assevera a fixação de um tempo de duração, entre 15 minutos a uma hora, acrescentando que, atualmente, já existem jornais com até duas horas e meia de duração.

É, também, fator importante de captação e fidelização de ouvintes a existência de uma periodicidade fixa na veiculação de um jornal radiofônico. (ORTRIWANO, 1985)

#### **4.3.3. Existência de uma Estrutura Padrão**

A estrutura de um radiojornal varia conforme as possibilidades e necessidades de cada emissora. Segundo Ferrareto e Kopplin (1992), uma estrutura usual de um radiojornal compõe-se de:

Manchetes

Destaque

Notícias Locais

Notícias Nacionais

Notícias Internacionais.

#### **4.3.4. Uso de Vinhetas e BG's (*Backgrounds*)**

A vinheta é uma mensagem musicada, composta de um pequeno texto, que pode anunciar o início de um bloco ou matéria, destinada a atrair a atenção do ouvinte. (PORCHAT, 1993).

O BG (*background*), traduzido como “fundo musical”, é uma música, geralmente instrumental, em volume inferior ao do texto lido pelo locutor, servindo-lhe de suporte. (FERRARETO e KOPPLIN, 1992).

#### **4.3.5 Existência de entrevistas ao vivo ou depoimentos gravados (“sonoras”)**

A entrevista é o gênero jornalístico mais adaptável ao rádio e às suas características específicas. Ao mesmo tempo em que é ágil para dar a conhecer uma notícia ou aprofundar o conhecimento de um fato, tem o poder de aproximar o entrevistado do ouvinte. Quando feita ao vivo, a chamada entrevista direta, dá credibilidade e autenticidade ao jornal, uma vez que comprova que a opinião expressada pelo entrevistado é realmente dele, sem qualquer edição. Segundo Prado (1989), ela cria uma interação mútua entre o repórter que executa a entrevista e o entrevistado, fruto de seu diálogo. Tal interação, tem o poder de exercer um efeito de aproximação no ouvinte, que se sente como um participante da conversa, ainda que, na prática, isto não seja possível.

Como destaca Scannel<sup>5</sup> *apud* Meditsch (1999):

Rádio e televisão são meios ao vivo. Como o telefone, a fala que eles produzem existe em tempo real: o momento de sua pronúncia e o momento de sua audição são o mesmo momento. Nos primeiros dias tanto do rádio como da TV todas as transmissões eram ao vivo. Em ambos os casos, o desenvolvimento de tecnologias para gravar a fala chegou consideravelmente depois e, embora hoje muitos programas sejam pré-gravados, isso é feito de forma a preservar o efeito do ao vivo. (...) O caráter vivo da radiodifusão, o seu senso de existência em tempo real - o tempo do programa correspondendo ao tempo de sua recepção - é um efeito intrínseco ao meio. A fala que sai do rádio e da televisão é reconhecida como produzida em instituições com existência atual, intencionada e dirigida para membros do público com existência atual, que a recebem nas circunstâncias do mundo real. (SCANNEL, 1991).

---

<sup>5</sup> SCANNEL, Paddy. *Broadcast Talk*. London, Sage, 1991.

Já a entrevista gravada e posteriormente editada, também conhecida como diferida, segundo o autor, além de poder ter seu tempo controlado com mais facilidade e os eventuais erros corrigidos, permite que dela se extraiam, para levar ao ar, os pontos mais importantes, o que a torna mais ágil e com desenvolvimento mais lógico.

Reforça a importância deste fator, o depoimento de Fairclough<sup>6</sup> *apud* Meditsch (1999):

O gênero jornalístico é fortemente marcado pela intertextualidade e seus enunciados caracterizados quase sempre por um sentido polifônico: raramente é apenas o jornalista que fala, normalmente mescla sua fala com discursos de outrem que reproduz. No rádio, a intertextualidade polifônica do discurso jornalístico encontrou a sua forma atual de expressão numa segunda fase da história do meio, com a universalização do uso do telefone e da gravação magnética. (FAIRCLOUGH, 1995:89).

#### 4.3.6 Existência de um Padrão Adequado de Linguagem

No início do rádio, a linguagem buscava reproduzir o texto escrito, característica da imprensa jornalística. Os hábitos e convenções da página impressa eram transferidos para o novo meio da maneira mais literal possível, "indo assim ao encontro dos costumes dos leitores de jornal", segundo Gonçalves<sup>7</sup> *apud* Meditsch (1999).

Atualmente, recomenda-se-se que a locução informativa deve ser natural, com o locutor dizendo o texto em vez de lê-lo. Prado (1989: 20) acrescenta que a locução no tom de informante, de interlocutor, de amigo, cria um clima mais positivo e favorável e cita que deve-se evitar um tom de voz que:

...suscite a idéia de uma alocução complicada, de distribuir ensinamentos, de um discurso, de uma mensagem desde o alto. Precisa falar de igual para igual, de cidadão livre para cidadão livre, de cérebro opinante para cérebro opinante. (GADDA<sup>8</sup> *apud* PRADO, 1989: 20).

#### 4.4 Análise

<sup>6</sup> FAIRCLOUGH, Norman. *Media Discourse*. London, Edward Arnold, 1995.

<sup>7</sup> GONÇALVES, Carlos. "Radiojornal" in *Introdução à Técnica Radiofônica*. Rio de Janeiro: Ed. Páginas, 1956.

<sup>8</sup> GADDA, Carlo Emilio. *Norme per la redazione di un testo radiofonico*, 1953. Ut.trad.francesa: L'art d'écrire pour la radio. Paris, Les Belles Lettres, 1993

A análise a seguir apresentada segue o critério de examinar os três jornais em cada um dos fatores propostos, buscando identificar se o informativo se comporta segundo as recomendações encontradas nas obras consultadas. Buscou-se, além de identificar a presença ou ausência de cada fator no radiojornal, fazer comparações entre os mesmos, à luz da teoria.

#### **4.4.1 Faixa horária de veiculação**

O Jornal das Sete é apresentado pelos locutores José Ramos Pereira e Regina Palla, das 7h às 8h. Já o Jornal do Meio-Dia vai ao ar das 12h às 12h30, e é apresentado por José Ramos Pereira. O Jornal Seis e Meia, apresentado por Débora Rajão e Gustavo Abreu, acontece das 18h30 às 19h.

Constata-se, pois, que todos os três jornais se enquadram em horários considerados nobres, preconizados pela literatura consultada como os mais indicados para boa audiência, nos quais há um maior interesse por parte do ouvinte em querer consumir notícias e informações.

#### **4.4.2 Tempo de Duração e Periodicidade da Veiculação.**

O Jornal das Sete é transmitido de segunda a sábado, sempre com uma hora de duração (de 7h às 8h). Com 30 minutos de duração, o Jornal do Meio-Dia vai ao ar de segunda a sexta-feira. O Seis e Meia, assim como os outros dois já citados, também possui tempo de duração e periodicidade de veiculação fixos, sendo apresentado no final da tarde, com duração de 30 minutos.

#### 4.4.3 Existência de uma Estrutura Padrão

O Jornal das Sete é estruturado em dois blocos, com cerca de meia hora de duração cada, e um intervalo comercial entre os dois, de cerca de três minutos. Começa com os locutores lendo as manchetes do dia. A previsão do tempo e a situação dos aeroportos de Belo Horizonte sempre são divulgados no início do primeiro bloco. Daí, segue-se uma seqüência, que se mostrou variável ao longo do período de observação, dividida por assuntos, ou editorias, como: notícias locais, política, notícias nacionais e cultura. Neste primeiro bloco, verificou-se, em todas as edições observadas, a presença de uma entrevista, ao vivo, feita por um dos locutores, com duração média de cinco minutos. Observou-se que o segundo bloco sempre se inicia com um assunto novo, ou seja, uma editoria que ainda não tenha sido divulgada no bloco anterior. Identificaram-se como editorias deste bloco, em ordem livre de entrada: economia, esportes e notícias de Brasília. A última editoria a ser apresentada é sempre a que apresenta as notícias internacionais, supridas por convênio entre a Inconfidência e a BBC Internacional e a RFI – Rádio França Internacional. Fechando o jornal, constatou-se, em todas as edições, a leitura de um resumo das principais notícias veiculadas no Jornal das Sete.

O Jornal Meio-Dia mostrou ser dividido em dois blocos de cerca de 15 minutos cada, com um intervalo comercial de cerca de dois minutos. O primeiro bloco inicia-se sempre com as manchetes do dia, lidas pelo locutor. Em seguida, é divulgada a previsão do tempo para a tarde daquele dia. Na seqüência, o locutor informa a situação do trânsito nas principais ruas e regiões da capital, assim como o tráfego nas principais rodovias que cortam Minas Gerais. Este padrão foi mantido durante todas as edições observadas. A partir daí, o Meio-Dia, tal como o Jornal das Sete, também mostrou-se estruturado por editorias. O editor do Jornal monta o restante do primeiro bloco seguindo uma divisão de assuntos, cuja ordem

de apresentação mostrou-se variável ao longo do período. Foram identificadas editorias de notícias locais, nacionais, relativas à economia e cultura. O segundo bloco, assim como o primeiro, não apresentou rigidez na ordem de apresentação das matérias, porém, suas editorias identificadas incluíram sempre: acontecimentos políticos, fatos policiais, notícias do mundo esportivo, com forte predominância do futebol estadual e notícias internacionais.

O Jornal Seis e Meia, assim como o Meio-Dia, mostrou ser estruturado em dois blocos de 15 minutos cada, com um intervalo comercial entre os dois, de cerca de dois minutos. Verificou-se que o jornal se inicia sempre com a leitura das manchetes, que é feita pelos apresentadores, alternadamente. Em seguida, abre-se o primeiro bloco, que mostrou seguir uma ordem que obedece sempre o seguinte esquema: uma notícia pitoresca, uma sonora de tema variável, previsão do tempo e situação do trânsito na capital e nas estradas mineiras. A partir daí, não se constatou a existência de uma estrutura em editorias identificáveis. As notícias são veiculadas sem uma divisão específica por assunto e versam sobre os mais diversos temas. Após o intervalo, o segundo bloco, assim como o primeiro, começa com a leitura de uma notícia engraçada ou pitoresca e, então, continua-se na mesma linha do primeiro bloco, no qual as notícias são veiculadas sem atender a uma ordem específica. Entre os assuntos divulgados, tanto no primeiro quanto no segundo bloco, estão notícias de economia, política, locais, nacionais, internacionais, de esporte, cultura e polícia. Este jornal demonstrou, diferentemente dos demais, estar pouco preso a um padrão mais rígido de estruturação, permitindo ao editor uma liberdade, tanto de forma de apresentação quanto de conteúdo das notícias.

#### **4.4.4 Uso de Vinhetas e BG's (*Backgrounds*)**

Os três jornais analisados neste trabalho fazem uso de vinhetas, das quais se lança mão para identificar, para o ouvinte, que o locutor vai começar a falar de outro assunto. Observou-se que as vinhetas de Cultura, Política, Economia, Cidade, Trânsito, Previsão do Tempo, Esportes e Polícia são sempre as mesmas, usadas nos três jornais, criando uma identidade para os informativos da emissora.

No Jornal das Sete, foram identificadas duas vinhetas exclusivas, que são a que antecede a entrevista e a que introduz as notícias internacionais, com a locução: “Acontece no Mundo - 1ª Leitura”. O Jornal Seis e Meia revelou também possuir uma vinheta que não foi encontrada nos outros dois jornais da emissora. Trata-se da vinheta “Três Toques”, que serve para identificar a leitura de uma nota engraçada ou pitoresca. Segundo Porchat (1993), entende-se por “Nota” uma pequena notícia, destinada à informação rápida.

Também foi constatado que os três jornais fazem uso de vinhetas de abertura, e de passagem, sendo elas diferentes para cada jornal. Elas permitem que o ouvinte perceba que o jornal está começando, ou voltando do intervalo comercial.

Nos três jornais, também foi identificado o uso de BG's, que servem para ilustrar as matérias (sonoras) e flashes feitos pelos repórteres.

#### **4.4.5 Existência de entrevistas ao vivo ou depoimentos gravados (“sonoras”)**

Constatou-se que o Jornal das Sete apresentou em todas as edições analisadas o uso de depoimentos gravados, na forma de sonoras e flashes. Segundo Porchat (1993), entende-se por matéria ou sonora, a reportagem realizada pelo repórter, na qual ele colhe o depoimento de uma ou mais pessoas, depoimento este que, depois de editado, vai ao ar com a participação do próprio repórter que o produziu, além da assinatura do mesmo ao final da matéria.

As sonoras, em sua grande maioria, possuíam, em média, cerca de dois minutos e meio. Já os flashes mostraram-se com uma duração menor, em média um minuto e meio. Também foi observado a presença de uma entrevista diária, realizada ao vivo pelo locutor e feita via telefone. Estas constatações ilustram a teoria dos autores citados, na qual é afirmado que, tanto os depoimentos gravados (sonoras) como as entrevistas ao vivo, servem para dar credibilidade ao jornal, além de torná-lo mais atraente a quem o escuta.

O Jornal Meio-Dia, assim como o Jornal das Sete, apresentou no período analisado o uso de depoimentos gravados, também em forma de sonoras e flashes. Constatou-se, também, em todas as edições do Meio-Dia, o uso de *flashes* ao vivo, feitos pelos repórteres, direto da redação, que servem para ratificar a teoria usada pelos autores já citados, de que o depoimento ao vivo dá mais credibilidade à emissora.

No Jornal Seis e Meia, foi identificado apenas o uso de depoimentos gravados, devidamente editados, que segundo os autores, também são de bastante valia no que tange o quesito credibilidade. Relativamente ao fator que recomenda a existência de entrevistas ao vivo ou depoimentos gravados, foi observado que constam do corpo do informativo, somente matérias feitas por repórteres, também chamadas de sonoras, sem o uso de notas ou flashes. Tais matérias são colhidas com uso de um gravador e depois editadas pelos editores, para que se escolha o que há de mais interessante e informativo, a ser veiculado, bem como para adequá-las ao tempo disponível.

#### **4.4.6 Existência de um padrão adequado de linguagem**

Observou-se que, no Jornal das Sete, os locutores seguem um ritmo de leitura padrão, com uma locução natural. Na abertura do programa, no momento em que foram lidas as manchetes do dia, percebeu-se, em todas as edições estudadas, um tom mais vibrante por

parte dos locutores, visto que o jornal estava começando, e esse é um fator usado para chamar a atenção do ouvinte.

Também foi percebido que, quando se iniciava um novo assunto, os locutores mudavam a entonação para que o ouvinte pudesse compreender a mudança de editoria. Neste jornal, percebeu-se nas edições analisadas, que um dos locutores, ao terminar a leitura de alguma nota contendo um assunto polêmico, fazia um breve comentário sobre a nota. Todos esses comentários foram feitos de forma simples e rápida. Como exemplo, há uma notícia veiculada na edição do Jornal das Sete de quatro de outubro de 2005, que citava a possível recandidatura do presidente Lula. A matéria destacava uma fala do presidente na qual ele afirmava que só sairia candidato outra vez, caso o opinião popular o quisesse na presidência. Depois de lida a nota, o locutor resumiu sua opinião em apenas uma frase: “Desse jeito fica fácil.”

O jornal apresentou uma linguagem que segue o padrão de linguagem radiofônica, que apresenta a idéia principal da notícia, porém sem apresentá-la totalmente, fazendo com que o ouvinte se torne atraído a ouvir a notícia completa. O exemplo a seguir ilustra a técnica utilizada:

LOCUTOR 1: Há nove dias em greve de fome em protesto contra o projeto de transposição do Rio São Francisco, do governo federal, Dom Luiz Flávio Cappio , completa hoje 59 anos.

LOCUTOR 2: O sociólogo Adriano Martins, que acompanha de perto o manifesto de Frei Luiz, fala sobre o estado de saúde do bispo... (Jornal das Sete, edição de 04/10/2005).

Por outro lado, uma linguagem bastante simples, clara e objetiva, tal como um bate-papo, foi percebida na apresentação das entrevistas diárias que fazem parte do roteiro do jornal. Nelas, os locutores se mostraram mais à vontade, sem a preocupação de seguir uma pauta de perguntas já pré-estabelecidas.

A linguagem usada na leitura de notas do Jornal das Sete faz uso de frases curtas, objetivas, e de fácil entendimento, como pode ser confirmado no exemplo a seguir:

LOCUTOR 1: Duas pessoas morreram e outras 23 ficaram feridas, nesta segunda-feira, em um acidente na zona rural de Uberaba, no Triângulo Mineiro, a 472 quilômetros de Belo Horizonte.

LOCUTOR 2: Um ônibus que transportava trabalhadores rurais para a cidade de Sacramento, bateu de frente com um caminhão na MG 190.

LOCUTOR 1: O motorista da carreta, Odair Bueno da Silva, de 50 anos, e o trabalhador rural Antonio Francisco Viana, de 35, morreram no local.

LOCUTOR 2: O trecho onde ocorreu o acidente está em obras e o trânsito funciona somente em meia-pista.

LOCUTOR 1: De acordo com testemunhas, o motorista não respeitou a parada obrigatória de veículos. Os trabalhadores feridos foram levados para hospitais de Uberaba e Uberlândia. (Jornal das Sete, 04/10/2005)

No Meio-Dia, assim como no Jornal das Sete, também percebeu-se o uso de uma linguagem padrão, na qual o locutor desenvolveu uma locução informativa, realizada com naturalidade. Também ficou constatado em todas as edições analisadas uma linguagem mais vibrante no momento de leitura das manchetes do dia, que são sempre lidas no início do jornal. O padrão de linguagem radiofônica, que usa frases curtas e que contenham o principal assunto da matéria, porém sem transmiti-la totalmente ao ouvinte, pode ser constatado na passagem a seguir, extraída da edição do dia 04/10/2005 do Jornal Meio-Dia: “Depois de escândalos, DNA Propaganda fecha as portas na capital. A repórter Amália Goulart traz as informações.”

Com relação às notas lidas pelo locutor, percebeu-se uma linguagem simples e objetiva, também com frases curtas e de fácil entendimento, que pode ser reparada no exemplo a seguir:

LOCUTOR: Polícia Civil realiza novas buscas na mata da Universidade Federal de Minas Gerais, no campus da Pampulha, em Belo Horizonte, a partir de amanhã. O objetivo é encontrar novas pistas sobre o desaparecimento de quatro mulheres e uma criança, há cerca de 6 anos. Na semana passada foram encontrados no local os restos mortais da secretária de UFMG, Elizabeth Pinheiro, desaparecida há seis anos e meio. (Jornal Meio-Dia, edição de 04/10/2005)

Sempre, após a veiculação de uma vinheta, constatou-se que o locutor dava mais ênfase na leitura, para também levar o ouvinte a entender que estava-se mudando de assunto, mudando de editoria.

No Seis e Meia percebeu-se uma linguagem totalmente diferenciada da usada nos demais jornais da emissora. Observou-se que este jornal possui uma linguagem mais descontraída, mais solta, com textos contendo palavras pouco usuais na linguagem padrão de um jornal radiofônico. Por ser um jornal que possui apenas três notas, sendo todas elas referentes a notícias pitorescas, o redator do jornal usa expressões ou frases que, para serem bem entendidas pelo ouvinte, precisam ser lidas com entonação diferente, e que podem ser notadas no exemplo a seguir.

LOCUTOR 1: Atendimento policial bate recorde, por sua lentidão:

LOCUTOR 2: Uma jovem da Inglaterra passou por maus bocados quando chegava em casa. Um homem abordou Sarah, de 20 anos, quando ela voltava do shopping. Ela conseguiu se desvencilhar e entrar correndo em casa. Temendo uma invasão, a jovem ligou imediatamente para a polícia, que avisou estar a caminho.

LOCUTOR 1: Mesmo com a urgência da chamada, a viatura só estacionou na porta da casa de Sarah 24 horas depois. Ela diz estar traumatizada com a falta de segurança. E vale lembrar que a polícia londrina anda se gabando de sua extrema eficiência depois dos atentados aos metrô da cidade. (Jornal Seis e Meia, edição de 03/10/2005)

Percebeu-se também, nos textos que antecedem as matérias dos repórteres, o uso de perguntas para se chamar as mesmas, ou frases afirmativas, com tom de humor. Os locutores citavam o assunto principal da matéria, e em seguida chamavam o repórter com uma pergunta referente ao assunto citado, ou com uma frase engraçada, de efeito. Tudo isso, fazendo uso de palavras ou expressões pouco usuais em um radiojornal. O exemplo, a seguir, ilustra a linguagem diferenciada presente no jornal Seis e Meia:

LOCUTOR 1: Programa estadual que promete diminuir as burocracias na hora de se abrir um negócio dá o seu primeiro passo e comemora resultados.

LOCUTOR 2: Incentivando o empresário mineiro, Aline Louise. (Jornal Seis e Meia, edição de 05/10/2005)

## 5 CONCLUSÕES

Após realizada a análise proposta dos radiojornais utilizados como objeto de estudo, concluiu-se que os três informativos são veiculados em faixas horárias consideradas potencialmente mais adequadas, visto que o Jornal das Sete vai ao ar de 7h às 8h, o Jornal Meio-Dia é transmitido de 12h às 12h e 30m, e o Jornal Seis e Meia veiculado de 18h e 30m às 19h.

Essas faixas horárias de veiculação são aconselhadas por Ortriwano (1985), que considera os horários mais favoráveis pela manhã de 6h às 9h, na hora do almoço de 12h às 14h, e no fim da tarde, início da noite, entre 18 e 19h.

Com relação ao tempo de duração, a análise evidenciou que os três jornais ocupam um intervalo de tempo de veiculação que vai ao encontro daquele recomendado pelos autores estudados, visto que o Jornal das Sete tem duração de 60 minutos e o Meio-Dia e o Jornal Seis e Meia vão ao ar durante 30 minutos. Tais durações estão conformes com o que pregam Ferrareto e Kopplin (1992), quando afirmam que um radiojornal deve ter duração média de meia hora, podendo, em alguns casos, ultrapassar 60 minutos. Segundo os autores, a duração fixa de um radiojornal permite que o ouvinte se disponibilize para escutar as notícias veiculadas por um determinado intervalo de tempo.

Já em relação ao critério de periodicidade da veiculação, observou-se que os três jornais estão inseridos dentro da teoria defendida por Ortriwano (1985), visto que todos eles possuem uma periodicidade fixa, sendo o Jornal das Sete veiculado de segunda a sábado, e tanto o Meio-Dia como o Seis e Meia, sendo transmitidos de segunda a sexta-feira. Segundo a autora, a periodicidade fixa na veiculação de um jornal radiofônico é também um fator importante de captação e fidelização de ouvintes.

A análise também evidenciou obediência com relação ao critério que mede a existência de uma estrutura padrão nos três jornais analisados. Esta estrutura, segundo

Ferrareto e Kopplin (1992), varia conforme as possibilidades e necessidades de cada emissora e é apresentada pelo seguinte esquema: manchetes, destaque, notícias locais, notícias nacionais e notícias internacionais.

A estrutura apresentada por Ferrareto e Kopplin (1992) está presente nos três jornais, mas, como os próprios autores afirmam, ela apareceu de forma variada nos dias analisados, porém sempre começando com as manchetes das principais notícias do dia.

Identificou-se o uso de vinhetas e BG's nos três jornais analisados. Segundo Porchat (1993), a vinheta, que é uma mensagem musicada, composta de um pequeno texto, que pode anunciar o início de um bloco ou matéria, é destinada a atrair a atenção do ouvinte.

Os três jornais fazem uso de vinhetas que, assim como Porchat (1993) defende, foram veiculadas sempre que se iniciava um novo assunto, uma nova editoria.

Em complemento à observação, foi visto que dois dos três jornais analisados possuem uma vinheta de abertura diferenciada. Esta diferenciação também ficou constatada com o uso exclusivo da vinheta “entrevista”, presente no Jornal das Sete e o uso da vinheta “três toques”, usada no jornal Seis e Meia.

Assim como as vinhetas, o uso de BG's também aparece nos três jornais. Para Ferrareto e Kopplin (1992), o BG é uma música ou fundo musical, geralmente instrumental, em volume inferior ao do texto lido pelo locutor, que lhe serve de suporte. Nos três jornais analisados os BG's foram usados sempre que o locutor lia uma nota, ou sempre que era veiculado um flash gravado por algum repórter.

Foi observado que, exclusivamente no Jornal das Sete, há a presença de entrevistas realizadas ao vivo pelos locutores. Esta constatação atende à idéia de Prado (1989) de que a entrevista, quando feita ao vivo, dá credibilidade ao jornal, uma vez que passa ao público que a opinião expressada pelo entrevistado é realmente dele, e não passou por edição prévia. Outro fator positivo destacado pelo autor com relação à entrevista ao vivo é o fato de

que ela, ao mesmo tempo em que é ágil para dar a conhecer uma notícia ou aprofundar o conhecimento de um fato, também tem o poder de aproximar o entrevistado do ouvinte.

Com relação à presença de depoimentos gravados, chamados de sonoras, os três jornais analisados fazem uso deste fundamento. Meditsch (1999) acredita que a entrevista gravada, além de poder ter seu tempo controlado com mais facilidade e os eventuais erros corrigidos, permite que dela se extraiam somente os pontos mais importantes, o que a torna mais ágil e com desenvolvimento mais lógico. Baseado nesta idéia do autor, nos três jornais analisados, notou-se que os assuntos veiculados nas sonoras continham, em sua maioria, somente o que de mais importante havia na notícia, além de ficar constatado que as mesmas possuíam um tempo médio de três minutos e meio no Jornal das Sete, e dois minutos e trinta segundos nos jornais Meio-Dia e Seis e Meia.

Por fim, no que diz respeito à existência de um padrão adequado de linguagem, observou-se no Jornal das Sete e no Meio-Dia, a presença de uma linguagem padrão utilizada na estrutura da informação radiofônica. Tal linguagem, segundo Prado (1989), é caracterizada por uma locução com tom informal, de interlocutor, assim como a interlocução entre amigos, que cria um clima mais positivo e favorável. Foi notado, também, que no Jornal das Sete e no Meio-Dia, assim como defende Prado (1989), os redatores fizeram uso de frases curtas e objetivas, que proporcionam melhor entendimento por parte do ouvinte.

Já o Jornal Seis e Meia vai contra a teoria defendida por Prado (1989) no que se refere ao padrão formal de linguagem. Este jornal usa uma linguagem mais solta, mais descontraída, com a presença de palavras pouco usuais na linguagem radiofônica. Os redatores do Seis e Meia fazem uso de expressões de humor, e há a presença de frases interrogativas e exclamativas, também pouco usuais na linguagem do rádio. Apesar desta linguagem pouco usual, o Seis e Meia, assim como o Jornal das Sete e o Meio-Dia, também

faz uso de uma linguagem objetiva, apesar de pouco usual, na qual estavam presentes frases curtas e de fácil entendimento para o ouvinte.

É importante salientar que após a execução da análise, o autor do projeto tornou-se apto a identificar a estrutura ideal de um radiojornal, visto que os jornais analisados atenderam a todos os requisitos básicos apresentados pelos autores estudados. Tal conhecimento será de grande valia, uma vez que o autor trabalha na emissora pesquisada e pretende trilhar carreira no veículo de comunicação estudado.

## REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- AGUIAR, Pedro. *História da Imprensa Periódica*. Disponível em < [http://pt.wikipedia.org/wiki/Imprensa#Hist.C3.B3ria\\_da\\_Imprensa](http://pt.wikipedia.org/wiki/Imprensa#Hist.C3.B3ria_da_Imprensa) >. Acessado em 08/11/2005.
- CARVALHO, André. *Manual de jornalismo em rádio*; Rádio Itatiaia / coordenação de André Carvalho. Belo Horizonte: Armazém de Idéias, 1998.
- CD-ROM *A Era Vargas - 1º Tempo - dos anos 20 a 1945*. Fundação Getúlio Vargas, CPDOC (Centro de Pesquisas e Documentação de História Contemporânea do Brasil).
- CÉSAR, Cyro. *Como falar no rádio – prática de locução AM e FM – dicas e toques*. São Paulo: Ibrasa, 1996.
- FERRARETO, Luiz Arthur & KOPLLIN, Elisa. *Técnica da Redação Radiofônica*. Porto Alegre: Sagra DC Luzatto, 1992.
- GENRO FILHO, Adelmo. *O Segredo da Pirâmide – para uma teoria marxista do jornalismo*. Porto Alegre: Tchê, 1987
- KUNCZIK, Michael. *Conceitos de Jornalismo*. São Paulo: Edusp, 2001
- MEDITSCH, Eduardo. *A Rádio na Era da Informação – teoria e técnica do novo radiojornalismo*. Coimbra: Minerva, 1999.
- NOBRE, Daniel P. *A Influência do Populismo no rádio brasileiro durante o Estado Novo*. Monografia para obtenção de título de bacharel em jornalismo pela Faculdade de Comunicação Social, da Universidade Federal do Ceará (UFC), 1998.
- ORTRIWANO, Gisela Swetlana. *A Informação no Rádio: os grupos de poder e a determinação dos conteúdos*. São Paulo: Summus, 1985.
- PARADA, Marcelo. *Rádio: 24 horas de jornalismo*. São Paulo: Panda, 2000.
- PARREIRAS, Ricardo. *Depoimento* [set. 2005]. Entrevistador: Bruno Marun Coutinho. Belo Horizonte: UNI-BH, 2005.
- PENA, Felipe. *Teoria do Jornalismo*. São Paulo: Editora Contexto, 2005
- PORCHAT, Maria Elisa. *Manual de Radiojornalismo*. São Paulo: Editora Ática, 1993.
- PRADO, Emílio. *Estrutura da Informação Radiofônica*. São Paulo: Summus, 1989.
- PRATA, Nair. *A História do Rádio em Minas Gerais*. Trabalho apresentado no Núcleo de Mídia Sonora, XXVI Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação. Belo Horizonte, 2003.
- RÁDIO INCONFIDÊNCIA. Acervo de gravações dos radiojornais Jornal das Sete, Meio-dia e Seis e Meia, no período de três a oito de outubro de 2005.

SANTANA, Nestor. *Depoimento* [set. 2005]. Entrevistador: Bruno Marun Coutinho. Belo Horizonte: UNI-BH, 2005.

SARODI, Luiz Carlos e MOREIRA, Sonia Virginia. *Rádio Nacional - O Brasil em sintonia*. 2ª ed. Rio de Janeiro. Martins Fontes/Funarte/Instituto Nacional de Música/Divisão Popular, 1988, p. 30

TERROU, F.; ALBERT, P. *História da imprensa*. São Paulo: Martins Fontes, 1990.

THOMPSON, John B. *Mídia e Modernidade*. Petrópolis, Vozes, 1998.

WOLF, Mauro. *Teorias da Comunicação*. Lisboa, Editorial Presença, 1995.