

O Gênero Reportagem no Rádio: A Busca de um Modelo Reflexivo de Radiojornalismo ¹

Karoline Maria Fernandes da Costa e SILVA²

Heitor da Costa Lima ROCHA³

Universidade Federal de Pernambuco, Recife, PE

RESUMO

Este trabalho analisa a reportagem no radiojornalismo tomando como objeto de estudo a Rádio Jornal do Commercio, do Recife (Pernambuco). A partir da observação das rotinas produtivas dos jornalistas, suas relações com as fontes e seus modelos de construção da notícia, pretende-se chamar a atenção para a busca de um fazer jornalístico que se utilize, sem constrangimentos, da subjetividade, reconhecendo-a como um ganho fundamental para a prática deste gênero (reportagem). Para tanto, retomamos os conceitos de gêneros jornalísticos e radiofônicos. O texto também propõe, a partir da crítica à objetividade no jornalismo, a construção de novas linguagens no radiojornalismo.

PALAVRAS-CHAVE: Radiojornalismo; Reportagem; Gêneros Radiofônicos; Rádio Jornal.

1 Introdução

Produzir uma notícia ou uma reportagem, em qualquer veículo de comunicação, tem se tornado cada vez mais uma atividade complexa, diante da pluralidade de pontos de vista, que, através da internet e redes sociais, potencializam essa “avalanche” informativa para o leitor/ouvinte/usuário. Este talvez seja um dos maiores desafios do jornalismo contemporâneo, cujos *valores-notícia* e rotinas produtivas se modificam a uma velocidade sem precedentes desde que estes foram estabelecidos na cultura organizacional da classe jornalística. Construir uma notícia, em tempos de mídia pós-massiva, requer um árduo

¹ Trabalho apresentado no GP Rádio e Mídia Sonora do XV Encontro dos Grupos de Pesquisa em Comunicação, evento componente do XXXVIII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.

² ² Jornalista, mestre em Comunicação (Universidade Federal de Pernambuco), professora do curso de Jornalismo do Centro Universitário Maurício de Nassau, campus Recife. Disciplinas: Radiojornalismo I, Técnicas de Entrevista e Reportagem II, Técnicas de Comunicação Dirigida, Legislação e Ética na Comunicação Social. Coordenadora do Projeto Universidade no Rádio, desenvolvido na webrádio Geração Nassau. Repórter da Rede TV! Recife. E-mail: karoline.fernandes@gmail.com.

³ Professor Adjunto do Departamento de Comunicação Social, Coordenador do curso de Jornalismo e membro do Grupo de Pesquisa Jornalismo e Contemporaneidade do Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Universidade Federal de Pernambuco. Orientador da dissertação *A Construção da notícia no Rádio e as Novas Rotinas Produtivas: um estudo da Rádio Jornal do Commercio* (UFPE). E-mail: hclrocha@gmail.com

condensamento de sentidos diferentes em uma estrutura mínima e dotada de lógica, e ainda, dentro de um modelo liberal de imprensa que classifica o jornalismo como uma profissão cognoscitiva que requer uma forte especialização na *narração direta, e sem mediações, do que se considera que seja a “realidade”* (ALSINA, 2009). No entanto, este estudo sustenta uma provocação: é preciso um novo olhar para o fazer jornalístico, que faça uso da *subjetividade* – entendendo esta como um contraponto à objetividade própria da ideologia da prática jornalística – reconhecendo essa possibilidade a partir do gênero reportagem.

Este texto foi desenvolvido a partir dos seguintes procedimentos metodológicos: a) observação participante, a partir do acompanhamento das rotinas produtivas na Rádio Jornal do Comercio (Recife, PE, Brasil); b) análise qualitativa de conteúdo. O trabalho está dividido em quatro etapas, além desta introdução. Inicialmente, é apresentado um breve panorama do rádio e sua centralidade na construção da realidade do cidadão brasileiro. A pesquisa discute o estado da arte em torno dos Gêneros Jornalísticos a partir de uma perspectiva do rádio, em especial, a reportagem. Na sequência, são apresentados os dados da análise qualitativa que servem de base para este artigo.

2 A centralidade do rádio na construção da realidade

Segundo o paradigma proposto por teóricos como **Daniel Bell (1973)**, a humanidade vive hoje a era chamada de Sociedade do Conhecimento, cuja dinâmica está baseada no uso compartilhado de recursos, na construção coletiva de conhecimento, na interação livre de restrições de espaço e tempo e na valorização do direito à informação, às tecnologias de informação e comunicação e à educação como um bem comum. Inseridos em uma realidade pós-industrial, os indivíduos também acabam se tornando dependentes da informação rápida, através principalmente da mídia. Sendo a velocidade na transmissão notícia uma das características do rádio, entre outras que se amalgamam ao veículo em tempos de mídia convergente, é importante lançar um olhar aprofundado com relação à centralidade desta mídia na construção de sentidos a partir do jornalismo.

Mesmo estando o rádio em um constante processo de readequação com relação ao seu conceito, através das possibilidades da Internet e tecnologias móveis, o veículo, no auge dos seus 93 anos de existência, ainda enverga grande penetração no Brasil a um baixo custo, não perdendo espaço para a TV aberta, TV por assinatura ou Internet. Levantamento

da consultoria PricewaterhouseCoopers (PwC)⁴ divulgou um estudo voltado aos investimentos futuros que serão feitos em diversos veículos de comunicação por todo o mundo até 2019. O documento analisa gastos do consumidor e do anunciante em 13 segmentos de Entretenimento e Mídia, abrangendo 54 países e cerca de 80% da população mundial. O investimento em rádio no Brasil vai superar a média do que é empregado nos demais países pesquisados. Ainda segundo esta pesquisa, no Brasil existem 4500 emissoras de rádio AM e FM e 60% dos pesquisados ouvem rádio semanalmente, sendo este o *segundo veículo na confiança do consumidor para publicidade*. Além disso, o Brasil é o maior mercado de rádio na América Latina em gastos do anunciante com publicidade. É pertinente a análise trazida ainda nos anos 1980, mas de atualidade impressionante, pela pesquisadora Ortriwano (1985). A autora destacou, na ocasião, o quanto o Brasil “ocupa um lugar privilegiado dentro do panorama da radiodifusão sonora mundial, superado apenas pelos Estados Unidos, onde estavam em atividade 9.421 estações”.

O presidente da Associação Brasileira de Emissoras de Rádio e Televisão (Abert), Daniel Pimentel Slaviero afirma que:

Hoje, o rádio está presente em nove entre dez domicílios. Todavia, não foram poucas as vezes que se anunciou a morte do rádio, com a chegada da televisão aberta, da TV por assinatura e da internet. Mas o rádio provou sua força, soube se adaptar e valorizar atributos como instantaneidade, interatividade, mobilidade e a proximidade com o cidadão. Eis seu grande diferencial: um conteúdo de qualidade produzido com credibilidade. O rádio ganhou aliados para expandir seu alcance, como o telefone celular, o *iPod*, o MP4 e o *tablet*. Das pessoas entre 12 e 75 anos, 8%, ou 4,2 milhões, escutaram rádio pela internet no último mês. O percentual vai a 11% entre jovens de 12 a 24 anos. Se, de um lado, a popularização da internet e das novas mídias amplia a concorrência, de outro temos certeza de que permitem que o rádio vá mais longe, conquiste mais ouvintes, atraia novos anunciantes⁵.

Estatísticas do Instituto de Geografia e Estatística (IBGE)⁶, datadas de 2011, apresentam um panorama curioso com relação ao número de aparelhos em domicílios brasileiros. De acordo com o levantamento da Pesquisa Nacional por Amostra de

⁴ Fonte: Tudo Rádio. Disponível em: <http://www.asserpe.org.br/noticias.php?cod=1410>. Acesso em: 22/06/2015.

⁵ SLAVIERO, Daniel Pimentel. Os 90 anos do rádio Brasileiro. Publicado na seção Opinião, do Jornal Folha de São Paulo, em 25 de setembro de 2012. Disponível em <http://www.abert.org.br/site/index.php?biblioteca/artigos-abert/os-90-anos-do-radio-brasileiro.html>. Acesso em: 12 de dez de 2012.

⁶ Fonte: Portal do IBGE. Disponível em: <http://www.ibge.gov.br/home/disseminacao/eventos/missao/instituicao.shtm>

Domicílios (Pnad)⁷, que ouviu 358.919 pessoas em 146.207 domicílios, o rádio estava presente, em 2009, em 87,8% dos lares. Em 2011, essa porcentagem cai para 83,4%, uma redução de 0,6%, tendo sido o rádio, conforme apontou o estudo, o único bem cuja posse apresentou queda, em contraponto à televisão, fogão, filtro de água, geladeira, freezer, máquina de lavar roupas, DVD, carro e motocicleta. No entanto, a julgar pela população do país, estimada pelo IBGE em 195,2 milhões, (dados de 2011), pode-se dizer que o aparelho está presente em 51,4 milhões de casas – uma audiência ainda enérgica, e que tende a superar o pessimismo apocalíptico que sempre perseguiu o rádio, desde o surgimento da televisão. Para autores contemporâneos como Ferraretto (2007), apesar de não existirem, ainda, dados suficientes para antever como o veículo, até então consolidado enquanto *media* de massa, enfrentará as transformações que vêm por aí, depois de iniciada, na década de 1990, uma nova fase histórica, influenciada pela disseminação da Internet, pode-se fazer algumas projeções positivas.

Nélia R. Del Bianco (2012) comenta que pesquisas de mídia do Ibope indicam que a audiência média do rádio FM é de 15% da população e 3% para o AM. Considerado o volume total de ouvintes nos 13 mercados com pesquisas regulares do Ibope, chega-se a um número aproximado em 11 milhões de ouvintes por minuto, em uma audiência segmentada entre as 380 rádios AM e FM existentes nas praças abrangidas pela medição. Dados da Ipsos Estudo Marplan EGM de 2010⁸ apontam que os índices mais baixos de escuta estão entre jovens de 20 a 29 anos, processo que ocorre, em sua maioria, pela Internet, enquanto o consumo de AM continua estagnado na faixa etária de 45 a 49 anos. O segmento de classe C ainda é o que mais escuta rádio segundo este estudo. No entanto, com a expansão das novas tecnologias, o rádio conquista uma audiência que ainda não é computada pelas pesquisas tradicionais, embora alguns estudos tentem aproximar algum entendimento em torno da audiência a partir da internet e suas novas possibilidades.

Pelo panorama acima exposto, percebe-se a centralidade do rádio enquanto modelo midiático. É necessário então refletir com relação ao material produzido neste veículo a partir do radiojornalismo, levando em consideração o papel do jornalismo na construção da realidade que nos cerca. A partir desse olhar crítico sobre o fazer jornalístico nesta mídia, o

⁷ A Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios (Pnad) investiga dados sobre população, migração, educação, emprego, família, domicílios e rendimento. Resultados da Pesquisa Nacional de Amostra de Domicílios (PNAD), realizada anualmente pelo IBGE, relativas à TIC (Telefones Fixos e Celulares, Microcomputadores, Internet, Rádio e Televisão). Disponível em: <http://www.teleco.com.br/pnad.asp>. Acesso em 22 de junho de 2013.

⁸ Mídia Dados Brasil 2011, Grupo de Mídia de São Paulo (in DEL BIANCO, 2012).

que se pretende é aproximar a busca, enfim, do rádio *realmente democrático*, conforme preconizou Brecht (1932).

2.1 Os gêneros jornalísticos no rádio

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

Em função da práxis profissional, a questão dos gêneros midiáticos sempre fez parte da agenda acadêmica da comunicação social brasileira, sendo intelectuais como Alceu Amoroso Lima, Barbosa Lima Sobrinho ou Antônio Olinto, representantes desta vanguarda a debater sua natureza e especificidades, na metade do século XX, conforme anota José Marques de Melo (1982).

Com relação ao gênero “informação midiática”, este pode ser definido a partir do tipo de dispositivo e traz especificações para o texto, de acordo com o suporte midiático (imprensa, rádio, televisão). Isto permite distinguir, por exemplo, uma entrevista radiofônica de uma entrevista televisionada pela simples presença da imagem nesta última e suas múltiplas incidências nos papéis desempenhados pelo entrevistador e entrevistado (CHARAUDEAU, 2012).

2.2 Classificações tradicionais dos gêneros radiofônicos

Especificamente com relação ao rádio, os avanços que se verificam sobre os gêneros jornalísticos não se observam nos estudos realizados sobre o meio. Clóvis Reis (2010)

constata que, de fato, ainda são insipientes os trabalhos que tenham como foco exclusivo os gêneros radiofônicos. Lembra o autor que Martínez-Costa e Herrera (2005) apontam um “estancamento de tais pesquisas, observando que na atualidade os estudos priorizam aspectos relativos à programação, produção e tecnologia de transmissão”. Barbosa Filho (2003) propõe a separação entre os gêneros: jornalístico, educativo-cultural, de entretenimento, publicitário, propagandístico, de serviço e especial. O jornalístico, por sua vez, apresenta-se por meio de diversos formatos, tais como: nota, notícia, boletim, reportagem, entrevista, comentário, editorial, crônica, radiojornal, documentário jornalístico, mesas-redondas ou debates, programa policial, programa esportivo e divulgação tecnocientífica. Para ele, os gêneros constituem “modalidades de construção da mensagem, enquanto os programas são um conjunto de conteúdos com uma organização própria, diferenciada, horário e duração previamente determinados” (BARBOSA FILHO, 2003).

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

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

que seja acessível à maioria da população).

3 Reportagem: conceitos e narrativas possíveis

No jornalismo diário, tanto na mídia impressa quanto na eletrônica, a reportagem se afirma como o lugar de excelência da narração jornalística. Se diferencia da notícia, de acordo com Muniz Sodré e Helena Ferrari (1986) por unir elementos próprios de uma narrativa literária, com personagens, ação dramática e descrições de ambiente, separada, entretanto, da literatura por seu compromisso com a *objetividade informativa*. Esse laço obrigatório com a informação objetiva vem dizer que, qualquer que seja o tipo de reportagem (interpretativa, especial, etc), impõe-se ao redator o “estilo direto puro”, isto é, a narração sem comentários, sem subjetivações. Maria Cecília Guirado (2004) anota que o repórter é, pois, “o profissional de comunicação que exercita a consciência”, sendo este profissional, responsável por “clarificar os acontecimentos, desenredando-os para que possa aparecer, ou simplesmente parecer, inteligíveis aos leitores, que terão outras possibilidades de interpretações”.

Sodré e Ferrari argumentam que quando o jornal diário noticia um fato qualquer já traz, em germe, uma narrativa. O desdobramento das clássicas perguntas (quê, quando, como, o quê) constituirá de pleno direito uma narrativa, não mais regida (como na literatura) de ficção, mas pela realidade factual do dia a dia, pelos pontos rítmicos do cotidiano que, discursivamente, tornam-se reportagem. A reportagem é uma *extensão da notícia*, constituindo, assim, basicamente, um dos gêneros jornalísticos.

Autor e âncora da rádio CBN (SP), Milton Jung (2005) comenta que o funcionamento de uma rádio jornalística envolve uma ampla gama de agentes que se complementam entre si para cumprir sua função de informar o ouvinte a partir da produção de conteúdo plural, conforme argumenta o âncora do programa CBN São Paulo Milton Jung (2005, p.114):

É na reportagem que o jornalismo se diferencia, levanta a notícia, investiga fatos, encontra novidades, gera polêmica e esclarece o ouvinte. Fora dela, sobra pouco do ponto de vista da criação, quase tudo se resume a cópia. O repórter é a síntese do jornalismo, nele se personifica o profissional que vive em busca da informação. Função que não é exercida apenas por aquele que está na rua, microfone em punho, à caça de histórias interessantes para serem contadas (JUNG, 2005).

Não obstante, no rádio, a concepção do noticiário, seja nas laudas da produção ou nos textos das reportagens, obedece, conforme registro nos principais manuais de radiojornalismo, critérios já sacramentados, como textos curtos, sempre na ordem direta, tempo de duração dos flashes de aproximadamente 1'30", entre outras características. A linguagem coloquial e fatores como o imediatismo e a mobilidade são outros elementos que distinguem a narrativa radiofônica das existentes nos outros veículos. Isto se isolarmos, neste primeiro momento, a linguagem digital, que provoca novas reflexões sobre o significado de rádio. Mas, diante da pluralidade de pontos de vista e da complexidade atual em tornar qualquer assunto minimamente compreensível, em meio à avalanche de informações, como *melhor* informar o público a partir do jornalismo no rádio? Sendo a linguagem neste veículo, caracterizada principalmente por critérios objetivos da narrativa jornalística? A crítica a essa objetividade, sacramentada na ideologia do jornalismo, já foi criticada por autores como Alsina (2009). Este denuncia que a “fragmentação potencializa a objetividade, excluindo a variedade e pluralidade de posições”. O efeito “de verdade” dessa “não verdade” gerada pela mídia é bem forte, já que se encontram encobertos a maioria dos mecanismos de produção, bem como constrangimentos. Para o autor, o problema da objetividade jornalística não está no fato de que a mídia possa transmitir uma versão subjetiva da realidade, mas o próprio modelo liberal da imprensa, que é quem limita a objetividade.

3.1 A crítica à objetividade e o “new journalism”.

Na literatura que conceitua o gênero reportagem, tem-se que este ganhou impulso nos anos 1930 nos Estados Unidos, a partir do caso do explorador Floyd Collins, que ficou preso em uma caverna no Kentuthy. A partir das primeiras reportagens do jornalista Skeets Miller, do Curier Journal, o caso ganhou repercussão mundial. Nos anos 1970, um fenômeno jornalístico levou à crise do próprio conceito de objetividade, denominado “new journalism” – este, muito mais subjetivo. No Brasil, credita-se à obra “Os Sertões”, narrativa em torno da Guerra de Canudos publicada pelo jornalista Euclides da Cunha, no Estado de São Paulo, a primeira grande reportagem inserida nesta linguagem. Dentro da estrutura narrativa, inverte-se a ordem de exposição da notícia e aumenta o interesse pelos pequenos fatos em lugar dos grandes acontecimentos. A imaginação volta a ter novamente importância jornalística que precisa ter. Utiliza-se tanto realidade quanto ficção. O produto

final costuma ser reportagens fragmentadas na sua estrutura e com grande intencionalidade literária. Em meio a uma linguagem que, no radiojornalismo, prioriza o reducionismo através do relato objetivo, não estaria o veículo perdendo a sua capacidade de informar o cidadão com maior clareza o mundo ao seu redor? Com esta provocação, este estudo defende um jornalismo que se utilize, sem constrangimentos, de certo grau de subjetividade na construção da notícia, assumindo que este é um dos caminhos para minar lugares-comuns que, quase sempre, não cumprem o papel primordial da atividade jornalística: ampliar nosso olhar crítico sobre o que nos cerca.

4. A reportagem na Rádio Jornal do Commercio

Neste tópico o estudo se volta para a realidade do campo jornalístico da *Rádio Jornal*. A evolução tecnológica mudou o fazer jornalístico nos últimos 30 anos, como lembra o coordenador de Jornalismo da emissora, Carlos Morais, que começou na emissora em 1987, como repórter. Com relação às pautas dos repórteres, que são definidas, no horário da manhã, por volta das 6h30, os critérios de noticiabilidade, conforme afirmou o Gerente de Produção de Notícias, são escolhidos levando-se em consideração a “*ética, proximidade, amplitude, novidade*”, seguindo a linha editorial da empresa e perfil da rádio, e mais diretamente de cada programa. Sempre afinado com a produção de cada programa”. Embora a linha editorial seja definida para todo o Sistema Jornal do Commercio (SJCC), Carlos Morais pondera que os programas têm perfis próprios definidos por cada apresentador.

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

O estilo deve seguir os critérios da notícia, mas cada repórter deve ter seu estilo próprio de como bem informar e contextualizar a matéria. O processo de adaptação é diário e amplo, não só da empresa, mas dos próprios profissionais. A visão é multimídia, pois o rádio passou a ter imagem com o advento da internet. As

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

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

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

Em outro trecho da entrevista, o estagiário destaca o quanto é freqüente o fator “falta de tempo” na rotina produtiva do profissional que atua no radiojornalismo e de que maneira este curto *dead line* afeta diretamente na qualidade da informação. Muitas vezes a falta de experiência (com raras exceções, os atuais repórteres e produtores da Rádio Jornal tem abaixo dos 30 anos) está relacionada à superficialidade que, frequentemente, se faz presente na notícia do rádio, sem que o texto radiofônico contemple questões mais agudas ou mesmo, quando as afirmações das fontes não são checadas em tempo de verificação da

pertinência das respostas dadas (STEPCZYNSKI apud FILHO, 2009). Embora o jornalismo seja uma profissão que exige cada vez mais competências e conhecimento em cada vez mais domínios, a realidade é que os profissionais que estão ingressando no veículo rádio ainda enfrentam, de maneira mais intensa, um contexto mais complexo no *newsmaking*.

Para a audiência, as perdas do sistema informativo cedem terreno para a distração, o espetáculo, a transformação da notícia em mais um entretenimento pueril e sem conseqüências. Trabalhando mais, ganhando o mesmo salário para exercer funções acumuladas e sofrendo as pressões de tempo, os jornalistas estão construindo uma notícia que não corresponde, atualmente, à excelência almejada pela profissão. Embora autores como Heródoto Barbero e Paulo Lima (1993) destaquem que é tendência do rádio investir na análise aprofundada das grandes questões da sociedade, a prática que se constata no radiojornalismo ainda não explora esse paradigma, preservando a lógica tradicional da velocidade, da popularização e o expurgo da reflexão.

5. Considerações finais

Na pesquisa realizada na redação da Rádio Jornal do Commercio, sediada em Recife, para a dissertação *A Construção da Notícia no Rádio e as novas rotinas produtivas*, desenvolvida dentro do Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Universidade Federal de Pernambuco (PPGCOM/UFPE), foram entrevistados sete jornalistas que desempenham a função de repórter. Todos responderam, em questionário, que utilizam sempre a web, os *releases* e fontes (pessoas) para construir o discurso radiofônico. Além das rotinas produtivas e dos critérios de notícia da emissora, verificou-se que, no período analisado (junho de 2013), não houve produção de reportagens aprofundadas, predominando a construção de notícias factuais. Essa opção pode ser justificada pelas pressões organizacionais já citadas anteriormente, as quais direcionam os profissionais ao distanciamento deste gênero na práxis jornalística. Observa-se uma gradativa desvalorização da prática da reportagem no rádio, que tanto poderia enriquecer o repertório de sentidos da audiência.

O veículo analisado, ao se basear principalmente na produção de notícias factuais e objetivas, ignora o poder da reportagem na elucidação de temas de interesse social, de quebrar preconceitos e propor novos paradigmas, através do combate ao *jornalismo simplificado*. Ao propor um jornalismo mais integral e dialético, através de matérias

aprofundadas e com maior pluralidade de pontos de vista, o radiojornalismo poderia se aproximar ao que é essencial ao exercício do jornalismo: fortalecer e estimular o senso crítico da população através do rádio.

A emissora Rádio Jornal, sendo esta, ícone da memória midiática pernambucana de maior alcance de público no estado, demonstra o quanto o radiojornalismo local continua reproduzindo este formato. A partir desta breve observação, pode-se entender que as reportagens construídas tendem a ser apenas informativas, com a colaboração de um número restrito de fontes, o que contribui pouco para a formação crítica da audiência frente a certos temas. As narrativas utilizadas no rádio não seguem uma normativa adequada frente às novas demandas do jornalismo contemporâneo, se configurando como *um modelo em construção*. Além disso, as pressões e constrangimentos dentro da cultura organizacional influenciam diretamente na construção da notícia no rádio. Observa-se ainda que as notícias são construídas a partir de fontes que muitas vezes possuem credibilidade comprometida; posicionamentos de porta-vozes institucionais, que nem sempre são confrontados com outros dados, de modo que a informação final veiculada acaba reproduzindo um discurso que mantém uma determinada estrutura de poder existente na ordem institucional da sociedade.

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

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

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

- BARBOSA FILHO, André. **Gêneros Radiofônicos**. São Paulo: Paulinas, 2003.
- BELL, D. (1976). **Vers la société postindustrielle**. Paris: Laffont. In MATTOS, Fernando. **Sociedade pós-industrial e sociedade informacional: apontamentos de uma revisão bibliográfica**. Disponível em: <http://www.seer.ufs.br/index.php/eptic/article/viewFile/340/522>
- BRECHT, B. **Teorias do Rádio** (1932). In: MEDITSCH, E. (org), **Teorias do Rádio, textos e contextos**, 2005, Florianópolis: Editora Insular.
- CHARAUDEAU, Patrick. **Discurso das Mídias**. 2 ed. São Paulo: Contexto, 2012.
- DEL BIANCO, R. Nélia. **Rádio e o cenário da convergência tecnológica**. In: Del Bianco (org). **O Rádio na Era da Convergência**. Coleção GP's E-books vol. 5. Grupo de Pesquisa Rádio e Mídia Sonora Intercom. São Paulo: 2012. Arquivo em pdf.
- FERNANDES, Karoline. **A Construção da notícia no Rádio e as nova rotinas produtivas: um estudo da Rádio Jornal do Commercio**. Dissertação defendida no Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Universidade Federal de Pernambuco (2014).
- FERRARETTO, Luiz Artur. **O rádio e as formas do seu uso no início do século do XXI: uma abordagem histórica**. In: Magnoni, Antônio Francisco & Carvalho, Juliano Maurício. Orgs. **O Novo Rádio: cenários da radiodifusão na era digital**. Senac: São Paulo, 2010.
- BARBERO, Heródoto & LIMA, Paulo. **Manual de Radiojornalismo - Produção, Ética e Internet**. São Paulo: Editora Ática, 1993.
- JÚNIOR, Pedro Fernando de Menezes. Entrevista concedida à autora em 14 de janeiro de 2014. Recife, 2014.
- JUNG, Milton. **Jornalismo de rádio**. São Paulo: Ed.Contexto, 2005.
- LIMA, Zita de Andrade. **Princípios e técnica de radiojornalismo**. Brasília: Icinform, 1970.
- LUCHT P. J. Marques. **Gêneros jornalísticos no Rádio**. Trabalho apresentado no GP Gêneros Jornalísticos do IX Encontro dos Grupos/Núcleos de Pesquisa em Comunicação, evento componente do XXXII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação. Disponível em: <http://www.intercom.org.br/papers/nacionais/2009/resumos/R4-3205-1.pdf>. Acesso em: 23 de dez de 2012.
- LUHMANN, Niklas. **A realidade dos meios de comunicação**. São Paulo:Paulus, 2005.
- MARCONDES FILHO, Ciro. **O desafio das tecnologias e o fim das ilusões**. 2009, São Paulo: Paulus.

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

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

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 Books, 2000.

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

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

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

SODRÉ, Muniz & FERRARI, Maria Helena. **Técnica de reportagem – notas sobre a narrativa jornalística**. São Paulo – SP, Summus, 1986.