

Os gêneros, formatos e propostas jornalísticas em rádios on-line - uma análise de três emissoras¹²

Tércio Saccol³

Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, RS

RESUMO

O presente artigo tem como tema a produção jornalística em rádios desenvolvidas exclusivamente para a internet. O objetivo geral é compreender que tipo de jornalismo é gerado por essas emissoras, a partir da análise de conteúdo de três rádios on-line: Estação Web, Webradio Cultura e Showtime, que são o objeto de pesquisa, com cinco edições de um programa por emissora ao longo de 2015. A ideia do trabalho é analisar origem das informações, formatos e gêneros envolvidos. Infere-se que as rádios on-line com alguma proposta informativa, hoje, transmitem programas com formatos e lógicas semelhantes ou idênticos aos praticados por rádios hertzianas.

PALAVRAS-CHAVE: Radiojornalismo; Rádio on-line; Convergência; Rádio

Introdução

A partir do cada vez mais rápido acesso à internet, é recorrente a condenação à finitude do rádio, tanto pelos que os compreendem como mídia, como enquanto plataforma ou linguagem. A história recente mostra, no entanto, que a exemplo do registrado nas décadas de ascensão da televisão – quando houve segmentação e passou-se a inserir uma nova faixa de sintonia (a frequência modulada) – o rádio se transforma e expande seus espaços.

Para Kischinhevsky (2012, p. 2) cabe hoje a ideia de um rádio expandido, onde seus novos serviços e canais de distribuição “transbordam para mídias sociais e microblogs, que potencializam seu alcance e a circulação de seus conteúdos”. O presente artigo recorta uma das frentes desse rádio expandido, justamente as rádios on-line. Ao contrário de numerosas análises que se debruçam mais sobre os portais, aqui se propõe estudar a composição do jornalismo ou do que essas emissoras on-line entendem como jornalismo. Fidalgo (2011, p. 16) lembra que

[...] muitos dos trabalhos acadêmicos sobre rádios on-line são, na verdade, trabalhos sobre as páginas web dessas rádios. O que é muito diferente. A rádio é áudio, e esses trabalhos centram-se sobretudo em

¹ Trabalho apresentado no DT 1 – Jornalismo do XVIII Congresso de Ciências da Comunicação na Região Sul, realizado de 15 a 17 de junho de 2017

² Este trabalho foi inicialmente desenvolvido como dissertação de mestrado no Programa de Pós-Graduação em Comunicação (PUCRS) defendida em 15 mar. 2016

³ Jornalista, Mestre em Comunicação Social (PPGCOM/PUCRS) e professor da Faculdade de Comunicação da PUCRS

aspectos gráficos dessas páginas, nas indicações sobre programação aí contidas, mas pouco ou nada sobre os elementos específicos da rádio enquanto meio áudio.

O presente artigo analisa, através da análise de conteúdo e entrevista padronizada, os programas jornalísticos de três emissoras on-line no país em 2015. Como rádio on-line aqui, vamos referir as rádios exclusivamente transmitidas pela internet pela amplitude da expressão, que contempla mais possibilidades do que a rádio hospedada numa página.

A evolução tecnológica do rádio

Pode-se estabelecer uma linha de gênese para o rádio a partir de 1753, quando Benjamin Franklin propôs o uso de eletricidade para transmitir mensagens à distância e, posteriormente, o desenvolvimento do telégrafo e do telefone. Em 1876, Alexander Graham Bell patenteou um aparelho capaz de transformar as vibrações da voz humana em som e em 1896, o italiano Guglielmo Marconi faz experimentos, usando as tecnologias conhecidas com demonstrações de radiotelegrafia. (FERRARETTO, 2001). No Brasil, o nem sempre mencionado nas pesquisas históricas internacionais sobre a radiofonia pelo mundo, Padre Landell de Moura, já desenvolvia experiências de transmissão de sons por ondas eletromagnéticas entre 1893 e 1894, embora tenha obtido a primeira patente somente em 1900. Rádio como veículo, próximo das concepções atuais, apenas em 1916, quando David Sarnoff, então na empresa Marconi Company, desenvolve essa configuração. As transmissões radiofônicas no Brasil propriamente como veículo ocorrem em 06 de abril de 1919, com a fundação da Rádio Clube de Pernambuco e no Rio de Janeiro, na primeira transmissão oficial de rádio no país, no dia 07 de setembro de 1922, como lembra Walter Sampaio (1984).

As unidades móveis que surgiram depois promoveram mobilidade e a internet e as novas tecnologias digitais transformam não apenas a configuração da linguagem do que entendemos como rádio, como a própria profissão dos jornalistas que atuam com rádio “Não apenas possibilita centralizar conhecimentos e informação numa rede técnica informatizada, como permite aplicar esses conhecimentos na geração de novos conhecimentos e mecanismos de processamento da informação. (DEL BIANCO, 2006, p. 17)”. O surgimento das rádios on-line se dá nessa transformação.

O radiojornalismo no Brasil e no mundo – transformações

Embora o jornalismo dentro do rádio seja um dos protagonistas da história desse campo da ciência no país, o jornalismo nasceu muito antes do próprio rádio por aqui. Marques

de Melo (1973) atribui o atraso para desenvolvimento da imprensa no Brasil à natureza feitorial da colonização, e ao baixo fluxo de atividades comerciais e industriais.

O jornalismo no rádio brasileiro apareceu primeiramente na PRA-2, Rádio Sociedade do Rio de Janeiro. Edgar Roquette-Pinto apresentava o Jornal da Manhã, durante os dias úteis, em 1925. Não havia, como hoje, reportagens de campo e produção. O programa era integralmente produzido por Roquette-Pinto, que, com seu famoso lápis vermelho, marcava nos jornais fatos interessantes ou curiosos e os lia no ar (JUNG, 2004 apud LOPEZ, 2009). Era o modelo de jornal falado, que depois seria amplamente reproduzido no rádio brasileiro. Historicamente, o rádio se constituiu como um dos grandes e relevantes instrumentos na narração de fatos e episódios. Foi através de suas ondas que guerras, conflitos, disputas políticas e eleições foram informados em diferentes regiões e para públicos, embora distintos pela localização, condição socioeconômica, histórica e cultural, recebedores de uma mesma mensagem.

Com as particularidades legislativas que envolvem a mídia, o custo de transmissão – antena, tecnologia, transmissores – e a própria configuração de emissoras de grandes grupos de comunicação, tem-se um cenário com milhares de emissoras entendidas como jornalísticas, mas um grupo de poucas concentrando grande audiência e projeção e receita publicitária.

Convergência tecnológica e as transformações em curso

As tecnologias e customização das formas de acessar informação mudam hábitos e espaços de audiência no rádio. Atualmente, é possível ouvir rádio tradicional no AM e FM convencionais, mas também no carro, no celular, no tablet, no notebook, e será em outros utilitários ainda estão por vir. A mobilidade fortalece o veículo, porque ele segue partícipe do cotidiano, e “ao mesmo tempo em que garante a sua permanência como veículo informativo necessário, também passa a exigir mudanças e adequações da produção radiojornalística – na forma, na linguagem e no conteúdo, entre outros (LOPEZ, 2009, p. 28)”.

A própria comunicação e seus veículos e ferramentas, no entanto, estão inseridos em um motor de transformações. Castells (2003) analisa uma série delas, sobretudo na concepção de trabalho, nos paradigmas macroeconômicos, nas relações sociais e na construção de uma nova geografia a partir da internet e suas respectivas ferramentas.

A importância dos negócios eletrônicos, porém, vai muito além de seu valor quantitativo. [...] Toda a organização do negócio precisa adequar-se à tecnologia baseada na internet, através da qual se relaciona com compradores e fornecedores. Além disso, à medida que

empresários individuais florescem nesse tipo de economia, ligações entre consultores, subcontratadores e firmas na web tornam-se tão importantes quanto as operações da própria firma. O que está surgindo não é uma economia, mas uma economia ponto com interconectada com um sistema nervoso eletrônico. (CASTELLS, 2003, p. 57).

No mercado jornalístico, mais precisamente no radiojornalismo, emissoras ainda tentam encontrar formas de adaptarem-se à migração e também a acelerada mudança de hábitos de informação. Prova disso é a crescente atenção dispensada a plataformas on-line em veículos antes considerados apenas analógicos, como rádios tradicionais. Meditsch (2010) entende que a discussão sobre uma potencial crise de modelos convencionais está ligada, além da restrição econômica para sustentar a plataforma, à compreensão do rádio enquanto tecnologia.

Há fortes indícios de que os atuais modelos de exploração de ondas e de negócio, que sustentam a produção do rádio há quase um século, estão com os dias contados. Com o fim da escassez de banda, o monopólio sobre as transmissões deixa de existir e quem vivia do pedágio sobre este monopólio de canais pode ver a fonte minguar rapidamente. (MEDITSCH, 2010, p. 207).

No caso do rádio, no Brasil, se somam às incertezas nos meios de produção, difusão e recepção, mudanças como migração do AM para o FM e concessões legislativas. Dentro dessa análise, Bolter e Grusin (2004), analisam que os novos meios renovam os conteúdos anteriores, restando uma ligação entre os dois. O processo ocorre em vários níveis, desde apenas uma melhoria discreta até as remediações profundas, onde o novo meio absorve totalmente o anterior. No entanto, os autores lembram que o chamado velho meio está sempre presente, já que o novo depende do anterior. “[...] é a função da mídia atual como remediadora e a remedição nos oferece um meio para interpretar as obras de mídias anteriores (BOLTER; GRUSIN, 2004, p. 55)”. Os autores entendem a convergência como um conceito próximo ao de remediação.

Roger Fidler (1998) cunhou outra expressão, que envolve a interação entre necessidades percebidas, as pressões políticas e de competência, e das inovações sociais e tecnológicas: *mediamorfosis*. Essa ideia tem cinco princípios que caracterizam o que seria uma transição dos veículos de comunicação de massa para o ambiente digital multimídia. O primeiro seria a coevolução ou a coexistência, quando os meios habitam o mesmo espaço e se adaptam/expandem nele. O segundo é a metamorfose, onde os novos meios se adaptam seguindo seu processo de evolução. O terceiro é o da sobrevivência, onde os meios são obrigados a evoluírem para se manterem “vivos”, dentro da lógica sistemática do capitalismo.

O quarto princípio, segundo o autor, é o da existência baseada sempre em uma razão social, política ou econômica que motive o desenvolvimento de novas tecnologias no meio. A última característica, a adaptação postergada, é definida pelo fato de novas tecnologias sempre demorarem mais do que o projetado inicialmente para se converterem em sucesso comercial, um fundamento da existência dentro do sistema capitalista. Com isso, pode-se esperar até uma geração para difusão de conceitos e adoção generalizada. Inserem-se aí a criação de rádios on-line, portais multimídias, podcasts, sites multiplataformas e trabalhos integrados com outros veículos. Para Fidler (1998), ao contrário da compreensão entusiasta tecnicista, o advento de tecnologias e a mudança das plataformas estão inseridas dentro de uma lógica de interesses e construções sociais, políticas e econômicas. Dessa forma, mesmo na internet, tida amplamente como terreno democrático, plural e de caráter emancipatório, se faz fundamental entender o ambiente e as motivações.

Gêneros e formatos no rádio

Os estudos sobre gêneros jornalísticos iniciaram há mais de 150 anos, segundo José Marques de Melo (2003). Como lembra Janine Lucht (2009, p. 31) “as mídias eletrônicas, como o rádio e a TV, principalmente, não têm despertado o interesse dos pesquisadores a fim de atualizar os conceitos vigentes”.

Entre as obras sobre o tema, destaca-se o livro “Gêneros Radiofônicos”, de André Barbosa Filho, que analisa os gêneros do rádio. Para o autor, estes são o jornalístico, o educativo-cultural, o de entretenimento, o publicitário, o propagandístico, o de serviço e o especial. Dentro dessa proposição, entende como jornalísticos, os formatos nota, notícia, boletim (como programa informativo), reportagem, entrevista, comentário, editorial, radiojornal, documentário jornalístico, mesas-redondas, programa policial, programa esportivo e divulgação técnico-científica. A tese de doutorado da pesquisadora Janine Lucht (2009) resgata a análise de diferentes autores sobre gêneros e formatos do rádio.

Mas todas essas concepções foram pensadas e idealizadas levando em conta o rádio físico hertziano. Não seria melhor, então, usar instrumentos e conceitos mais conectados com a internet e as rádios on-line propriamente? A resposta é sim, mas ainda não há disposição desses instrumentos, porque a própria rádio exclusivamente on-line ainda está apoiada em suportes tradicionais, enquanto cunha uma nova ideia enquanto plataforma e linguagem, inclusive no jornalismo. A ideia de medir o que é novo por balizas históricas pode causar alguma distorção no resultado, mas é o meio considerado aqui mais seguro e adequado para consolidar uma análise específica sobre o jornalismo nas rádios on-line, atualmente.

Serão os novos gêneros totalmente novos? Marcuschi (2003) analisa que não, porque novos gêneros não significam inovações absolutas sem estarem ancorados em gêneros que já existem. Prata (2009) propõe, na obra derivada de sua tese de doutorado, uma ideia ampla de estudo dos gêneros que se abrigam na webradio com base nos gêneros jornalísticos.

Apesar da proposição, as rádios analisadas por Prata para realização do trabalho não são jornalísticas em essência e não contam com formatos como radiojornais, ao menos não na análise específica. Após pesquisa, escuta e contextualização teórica, a autora conclui que são novos gêneros da webradio, o chat, o e-mail, o endereço eletrônico, a enquete e o fórum. (PRATA, 2009, p. 201).

Para os gêneros tradicionais, é utilizado o quadro proposto por Lucht (2009). É importante lembrar que, ainda que definir gêneros e formatos seja fundamental para entender o que efetivamente há de jornalismo na programação das emissoras escolhidas, a categorização em si não é o principal objetivo da pesquisa, que se propõe a discutir o que de jornalismo há ou não nas emissoras selecionadas.

Tabela 1: Gêneros radiofônicos por Janine Lucht

Gêneros	Formatos
Informativo	Nota / Notícia / Flash / Manchete / Boletim / Reportagem / Entrevista
Opinativo	Editorial / Comentário / Resenha / Crônica / Testemunhal / Debate / Painel / Charge eletrônica / Ouvinte / Rádio-conselho
Interpretativo	Coberturas especiais / Perfil / Biografia / Documentário radiofônico / Enquete / Divulgação técnico-científica
Utilitário	Trânsito / Previsão do tempo / roteiro / serviço de utilidade pública / cotação / necrologia / indicador

Fonte: Lucht (2009).

As rádios on-line analisadas: perfis

Como destacado, o trabalho utilizou três emissoras com programas divulgados como jornalísticos no ano de 2015. Pressupõe-se que existam mais emissoras on-line com formatos semelhantes, assim como outros formatos jornalísticos, mas, dentro dos critérios estabelecidos, uma busca detalhada entre mais de 100 emissoras, através de sites de busca, listas, portais agregadores e aplicativos, as três se enquadraram na ideia de oferecer um produto/programa intitulado jornalístico diariamente.

Rádio Estação Web - A rádio tem suas transmissões datadas de 5 de julho de 2010, com programação musical, programas temáticos, jornalísticos e de entretenimento e está localizada em Porto Alegre. Há, segundo o portal da emissora, coberturas ao vivo de eventos e jornadas esportivas de diversas modalidades. O Estação da Notícia, foi veiculado em parte dos dias úteis entre 18h30min e 19h até meados de 2016 e teve seu embrião em abril de 2013.

Segundo o gerente da emissora, a preparação do “Estação da Notícia”, mesmo sem uma equipe própria de repórteres, demanda, em média, de duas a três horas. “Por ser uma webradio, claro, não temos a estrutura que o Chamada Geral (radiojornal da Gaúcha, veiculado em duas edições diárias pela emissora). Eu vou escutando os boletins, olhando as informações, textos, montando o espelho do jornal para chegar 18h30min com tudo pronto” (BARBOSA, 2015)⁴. Os boletins referidos por Rogério Barbosa são vindos de agências de conteúdos para rádios, como Agência Radioweb, Rádio 2 e emissoras internacionais como a Rádio ONU, Rádio Cairo e Rádio França Internacional. O jornal conta com 30 minutos, incluindo espaços comerciais e institucionais veiculados.

Webradio Cultura - A emissora criada em 2002 dedica parte de sua programação ao jornalismo. Os noticiários inseridos na rádio são reproduções de agências ou outras emissoras, como a Rádio França Internacional, a Rádio ONU, a Agência Radioweb. Paulo Suertegaray (2015) diz que “tenho pedidos de emissoras e agências de conteúdo local, mas não tenho estrutura e pessoal para isso, infelizmente, embora disponha da tecnologia”. O único jornal nacional da grade encontrado em 2015 e 2016, no entanto, foi o Jornal Brasil Notícias, produzido por uma agência chamada Rádio Estúdio Brasil. Nenhum dos jornais passa por um processo de edição para veiculação posterior. (SUERTEGARAY, 2015)⁵. “Eu escuto por cima, faço uma amostragem. Minha preocupação é normalizar o volume, verificar se tem alguma falha, algo na locução. Daí, eu formato e depois disponibilizo para veiculação (SUERTEGARAY, 2015)”.

Showtime Radio - A Showtime Radio surgiu em 2010, mas antes, parte do que ela tem como programação hoje, especialmente o programa Prime Time, já era reproduzido em rádios físicas, como lembra o diretor, João Alckmin. “O Prime Time foi transmitido na Rádio Piratininga, na Rádio Planeta e em várias outras emissoras até que nos fixamos no on-line”. (ALCKMIN, 2015)⁶. Como explica o diretor, direcionar-se ao on-line foi uma ideia

⁴ BARBOSA, Rogério. Depoimento ao autor. Porto Alegre, 24 de outubro de 2015.

⁵ SUERTEGARAY, Paulo Ricardo. Depoimento ao autor. Porto Alegre, 18 de outubro 2015.

⁶ ALCKMIN, João. Depoimento ao autor. 4 nov 2015.

provocada por circunstâncias. O programa conta com duas horas de duração, e vai ao ar de segunda a sexta, das 08h às 10h. Apesar de ser considerado pelo diretor João Alckmin o “carro-chefe” entre os programas de informação da emissora, não é o único, já que há, também o Showtime, aos sábados, e um boletim noticioso na programação, o Time News. A proposta do programa Showtime não conta com planejamento prévio. “O programa é feito ao sabor dos acontecimentos, vamos comentando, falando. Fazemos críticas a todos os governos, indiscriminadamente, sem escolha por partido A ou B. Jornalismo é oposição”. (ALCKMIN, 2015).

Análises

Faz parte da análise do presente trabalho entender qual é o contexto para produção ou reprodução de notícias, reportagens, notas, entrevistas e outros formatos radiofônicos nas emissoras on-line. É importante entender, a partir dos programas das emissoras, se há estrutura própria. A análise apresentada aqui é do conteúdo sonoro. Além de verificar que tipo de conteúdo é veiculado, serão analisados quais formatos e gêneros estão presentes no radiojornalismo praticado pelas emissoras on-line. Neste trabalho, se propõe a categorização dos gêneros e formatos usados e a rotina de produção.

Análise do Estação da Notícia

Nas edições analisadas, do dia 14, 15, 21, 22 e 23 de outubro de 2017, o Estação da Notícia pode ser entendido, ora como jornal, ora como síntese noticiosa. Sobre o radiojornal, Ferraretto (2014b, p. 144) entende que é um programa com diversidade de formatos, mas com predominância de participação ao vivo ou gravada de repórteres. Já a síntese noticiosa é um informativo com notícias hierarquizadas, buscando, em regra, segurar a atenção do ouvinte até o final do noticioso.

Dada a configuração, o Estação da Notícia pode ser enquadrado como um jornal, já que conta, em sua essência com reportagens, notas, boletins e serviço, embora não tenha, notadamente, uma equipe própria. Percebe-se, através da audição e análise de cinco programas, que há uma tentativa de contemplar o factual a partir de reportagens de agências, sobretudo a Agência Radioweb, e, o que não está disponível nessa proposta, é atendido com notícias e notas retiradas da internet. Nos cinco programas, foram identificadas 28 reportagens, 1 comentário e 18 notas. Apesar da quebra de territorialidade inerente à

plataforma on-line, a Rádio Estação Web privilegia assuntos envolvendo Porto Alegre, Região Metropolitana da capital gaúcha e Rio Grande do Sul.

Rotina de produção: O editor e diretor da Rádio, Rogério Barbosa (2015) alega começar a preparação do jornal por volta das 13h, para que seja veiculado às 18h30min. Como não há repórteres “em função da limitação estrutural”, o trabalho é de acesso a diferentes portais, agências, redes sociais e veículos tradicionais para construção de uma ideia do que será colocado no espelho do Estação da Notícia, que começa às 18h30min.

*“Pego de algumas agências, reescrevo para ter o nosso texto original no programa. O noticiário do dia começa a ser pensado por volta da uma da tarde. A gente pega os destaques do dia, coloca no espelho, começa a ouvir os boletins, separa os textos, começa a produzir e deixar tudo pronto. Como não temos equipe, não temos como fazer um jornal todo ao vivo, como o Chamada Geral, por exemplo”.*⁷

O jornal, portanto, ainda que com fatos em desdobramento, é refém de uma produção prévia, condicionada, por sua vez, por uma estrutura física, de equipe e material, inerente a grupos de comunicação já consolidados. Também por depender de agências, portais e afins, o Estação da Notícia já nasce, diariamente, condicionado por produções já rotinizadas em outros veículos de comunicação. Sobre isso, Wolf (2012, p. 245) lembra que

[...] a conveniência econômica transforma-se, porém, num outro elemento que aumenta a significatividade das agências. Seu uso, difundido em todo o mundo, acaba determinando uma forte homogeneidade e uniformidade sobre as definições daquilo que faz notícias. Dentre os eventos, acabam por ser considerados noticiáveis os que as agências noticiam. Sob as diferenças peculiares das culturas, das ideologias, dos âmbitos de difusão da informação, dos próprios meios de comunicação, permanece um substrato comum, definido justamente pelos critérios de noticiabilidade que essas fontes contribuem para difundir.

Obviamente, trata-se de uma limitação, não uma escolha editorial da emissora, influenciadora do material veiculado e selecionado. Levando em conta a análise das etapas do *newsmaking* propostas por Wolf (2012), ainda que abordem outro tipo de estrutura jornalística, temos a coleta, a seleção e a apresentação. A diferença é que, na fase de coleta, podemos citar uma estrutura ainda mais afunilada de captação – já que no caso da Rádio Estação Web, a ausência de repórteres, redatores, editores obriga o editor a fazer escolhas editoriais somente após outras escolhas já feitas por agências e portais.

Formatos e gêneros: dentro da disposição dos conteúdos do Estação da Notícia, todos os materiais puderam ser enquadrados dentro da proposição de gêneros e formatos de Lucht (2009), e nenhuma composição é totalmente nova ou estranha aos parâmetros do rádio tradicional hertziano. As próprias agências que distribuem conteúdo radiofônico o fazem muito mais para rádios físicas do que para emissoras exclusivamente on-line. Dentro do Estação da Notícia, encontramos os gêneros informativo, opinativo e utilitário. O gênero utilitário é encontrado através das previsões do tempo, anunciadas ao fim de cada uma das cinco edições analisadas. O informativo é encontrado tanto nas 18 notas/notícias, quanto nas 28 reportagens/boletins. Apenas um comentário é encontrado na análise, no gênero opinativo.

O fato de encontrarmos apenas formatos já conhecidos e utilizados no rádio hertziano permite a interpretação de que o contexto, de estrutura limitada e referências ainda em construção e apoiadas em grande parte no rádio convencional, contribuem para que, por ora, o radiojornal da Estação Web seja uma reprodução com menor complexidade do que já é feito por emissoras tradicionais em AM e FM.

Tabela 2: Gêneros e formatos do Estação da Notícia

Gêneros	Formatos encontrados
Informativo	28 reportagens, 18 notas/notícias
Opinativo	1 comentário
Utilitário	5 previsões do tempo

Tanto as notas quanto as reportagens são produzidas com parâmetros de texto radiofônico, com texto para a oralidade. Embora isso pareça um detalhe ao abordarmos veículos sonoros, é a única emissora das analisadas que tem esse cuidado especial.

Análise do Jornal Brasil Notícias

Embora a emissora Webradio Cultura seja focada em Santa Maria-RS, as notícias da grade não têm caráter local. As notícias locais ficam restritas aos sites reproduzidos na página inicial da emissora. O próprio nome do programa anuncia para o ouvinte o “Jornal Brasil Notícias”. Trata-se de um, entre diversos produtos da empresa Rádio Estúdio Brasil, que oferece programas, especialmente de entretenimento para emissoras do Brasil. No caso do jornal, a periodicidade é diária, oferecida mediante um cadastro no site da empresa.

O programa é bastante tradicional, e problemático do ponto de vista da qualidade de compreensão, pela análise que foi feita, nos dias 13, 19, 21, 28 e 29 de outubro. Embora se considere um jornal, o programa não conta com diversos formatos noticiosos, nem participação ativa de reportagem, como propõe Ferraretto (2014b). Também não é uma

síntese noticiosa, porque não contempla uma hierarquia clara e tem cerca de 30 minutos, bastante acima dos cinco ou dez minutos convencionais. Também não se enquadra em outras lógicas de programa existentes. Trataremos aqui como um noticiário, apenas.

Percebe-se em sua composição blocos bem definidos. O primeiro com os destaques do programa seguidos da previsão do tempo. O segundo com destaques nacionais em nota, intercalados pela participação do repórter da Rádio Lobo do Cerrado, anunciado como parceiro da agência. O terceiro conta com notas internacionais, não necessariamente ligadas a fatos do dia. O último tem notas nacionais e reportagens das Rádios Câmara e/ou Senado. Essa ordem foi percebida independentemente da hierarquia dos fatos do dia.

Rotina de Produção: Não há uma rotina de produção, nem para o Jornal Brasil Notícias, nem para outros programas da grade. O diretor da emissora, Paulo Suertegaray, é responsável por todas as etapas da programação, desde edição de materiais, atualização do site, produção de vinhetas e spots, busca por permutas e patrocínios e mensuração de resultados. Por isso, conforme ele, o programa fica disponível via agência por volta de 03h, mas só é veiculado após 08h, após um filtro apenas na qualidade do som. Através da audição, percebe-se um noticiário com foco nacional e internacional, embora uma das únicas participações de reportagem, em caráter de colaboração, seja de uma rádio de Rondônia, apenas com fatos locais. Também são partes do programa, invariavelmente, reportagens das rádios Câmara e Senado. Os demais destaques, ao menos nas edições analisadas, vieram todos de agências, portais e outros veículos, muitos sem uma edição prévia para apresentação, a julgar pela falas truncadas e erros na pronúncia de palavras.

Formatos e gêneros: Tudo que foi utilizado no Jornal Brasil Notícias nos dias analisados pode ser categorizado na configuração de gêneros e formatos do rádio tradicional. É, aliás, um noticiário reproduzido em larga escala por emissoras AM e FM. Grande parte do encontrado no programa é nota, com menor ou maior tempo. Há boletins e reportagens, e, na ocasião do programa, o comentarista, José Woitechumas estava em férias, portanto este formato não foi encontrado. Também há, dentro do gênero utilitário, o formato previsão do tempo. O jornal é bastante conservador nas suas abordagens. A locução do apresentador que fez os primeiros programas gravados é clássica, voz grave, leitura pausada e nenhuma interação além do chamamento dos materiais e leitura das notas. Ainda que as notas sejam as preferidas para informar, em várias ocasiões há problemas de edição, ou falta dela.

Tabela 3: Gêneros e formatos do Jornal Brasil Notícias

Gêneros	Formatos encontrados
---------	----------------------

Informativo	15 reportagens, 46 notas/notícias
Utilitário	5 previsões do tempo, 6 indicadores agropecuários

Fonte: degravação jornais Brasil Notícias.

Análise do Prime Time

O Prime Time é, segundo João Alckmin, juntamente com o Showtime, apresentado apenas aos sábados, “o principal programa jornalístico da rádio”. Ao analisar as cinco edições que foram degravadas, nos dias 30 de setembro e 12, 13, 14 e 19 de outubro de 2015, há dificuldade de enquadramento nos modelos e formatos tradicionais do radiojornalismo. Ora o programa conta com debates, ora com leitura de notícias e até com músicas e comentários, tudo de forma não-organizada previamente.

Embora o apresentador e diretor da emissora valorize, em entrevista, fortemente o fato de haver ouvintes em diversos países, o foco do conteúdo é essencialmente local. Na conversa com diferentes comentaristas, como Ronaldo Tovani e Rodney Brocanelli, a realidade da cidade de São José dos Campos é lembrada inclusive como exemplificação de diferentes temáticas. Não é possível encontrar um parâmetro muito rígido na construção do programa excetuando-se a ideia de um primeiro bloco móvel, com notícias ou entrevistas e um segundo dedicado, sempre, à participação de um colunista ou comentarista de um tema fixo.

Rotina de produção: Os apresentadores chegam à emissora muito próximos do horário de início do programa, segundo João Alckmin. Não existe propriamente um filtro preliminar ou discussão sobre o que será ou não debatido em determinado programa. Chegando aos estúdios, é possível perceber através das câmeras do site que cada um se coloca em uma cadeira e reveza na leitura de jornais, sites ou apenas nas conversas que antecipam o programa. A dinâmica da leitura é dada por uma conjunção de fatores. Como as notícias não são produzidas na redação e sequer há um filtro prévio para leitura pelo que foi possível analisar nos programas selecionados, cabe a análise de Wolf (2012, p. 207) sobre os valores/notícia, já que nesse caso, além dos filtros tradicionais impressos na construção das reportagens, há um segundo, determinante, que é o acesso às matérias disponíveis. “Os valores/notícia derivam de admissões implícitas ou de considerações relativas a: a) os caracteres substantivos das notícias; b) a disponibilidade do material e os critérios relativos ao produto informativo; c) o público; d) a concorrência”.

É importante repensar a formação dessas características no contexto porque em todas as rádios analisadas, mas ainda mais fortemente na Showtime a disponibilidade do material

não se aplicará propriamente aos elementos para produção de uma notícia, mas para reprodução da mesma. Da mesma forma, a ideia de concorrência passa por uma difusão. O que concorre com uma emissora on-line? Uma emissora convencional? Um portal de notícias? Um podcast? Embora não haja uma resposta exclusiva ou conclusiva, pode-se dizer que tudo isso e outras plataformas, ferramentas e mídias concorrem pela atenção de públicos. Embora existam casos de notícias meramente lidas, a rotina conta com leitura de reportagens de jornais, sem a menção ao crédito, sobre diversos assuntos, sobretudo política e economia. O humor, o sarcasmo e a ironia marcam os comentários das matérias e pautas lidas.

Formatos e gêneros: Dentro da disposição dos conteúdos do programa Showtime, há alguma distorção dentro do enquadramento das propostas de gênero e formatos pensados por Lucht (2009). O programa é uma amálgama entre os gêneros informativos e opinativos, que se revezam, embora o segundo prevaleça sobre o primeiro. O informativo é encontrado nos formatos nota, notícia, manchete e entrevista. As notas e notícias ocorrem sempre ao longo do primeiro bloco, com leitura a partir da internet. Raramente a fonte é citada, mas em uma busca geral é possível encontrar reportagens extraídas do portal dos jornais Folha de São Paulo e Estado de São Paulo. Não se percebe, na análise, um tratamento no texto. A leitura ocorre diretamente a partir do portal, complicando a compreensão em alguns momentos, como na leitura de falas dos envolvidos, na citação indireta ou transição entre períodos e parágrafos.

A partir das amostragens analisadas, percebe-se que as poucas entrevistas são extensas, nos casos em questão, todas superiores a 40 minutos. A partir desse contexto, os temas podem ser mais detalhados e a entrevista pode ser desenvolvida com mais flexibilidade, diferentemente das emissoras jornalísticas tradicionais. Percebe-se tom de informalidade nas entrevistas e não-linearidade na condução do processo. Cotten e Tello (2008) avaliam que para vínculo produtivo na entrevista é necessário que

[...] o comunicador deve ser consciente, portanto, de que a voz e opinião do entrevistado são o núcleo da entrevista. O entrevistador mostra sua inteligência quando pergunta, quando observa e quando aprofunda. [...] O jornalista deve entender a posição do entrevistado. Sobretudo, se esse não tem muita experiência. Se o entrevistado fala por si, é uma coisa, mas se representa uma empresa, grupo político, movimento social ou qualquer outro coletivo, então se encontra em um lugar muito incômodo. O entrevistador deve ter uma estratégia cuidadosa para obter o que quero, mas respeitando os tempos do entrevistado, que pode sofrer pressão extra que impõe seu marco institucional. O Entrevistado não é um amigo, nem quando em outro contexto o é. (2008, p. 67-68).

Embora alegue contar com uma equipe para eventuais apurações, nos dias analisados nenhuma reportagem ou *flash* foi encontrado. Já no gênero opinativo, é possível encontrar, embora não em formatos delineados, comentários, debate e participações de ouvintes. Os debates ocorrem em pequenas discussões após leituras de matérias e os comentários. A participação dos ouvintes se dá por e-mails e mensagens em redes sociais.

Diferentemente das outras emissoras analisadas, a Showtime tem diferenças no uso dos formatos tradicionais utilizados pelo rádio hertziano. Os comentários encontrados, em regra, não são formatos com início, meio e fim, e os debates não são estruturados como programas. Aliás, é perceptível a falta de rigidez na condução do Prime Time, marca de um programa que também não segue a necessidade de interrupção para comerciais ou textos institucionais. Por outro lado, a falta dessa disciplina na produção de materiais possibilita, por vezes, a perda de atenção, por detalhes como frases longas ou citações indiretas nos textos lidos, interrupções em respostas nas entrevistas ou desvios nas participações dos colunistas.

Tabela 4: Gêneros e formatos do Prime Time

Gêneros	Formatos encontrados
Informativo	Notas, notícias, reportagens lidas
Opinativo	Comentários, debates, ouvintes

Fonte: de gravação dos programas Prime Time.

Considerações finais

É possível compreender que as emissoras analisadas compartilham de uma lógica: trabalhar a partir de reprodução de conteúdos, por falta de estrutura de pessoal ou por opção estratégica. Enquanto a Rádio Estação Web conta com um jornal formatado na própria emissora, utilizando conteúdos de agências, a Webradio Cultura utiliza um jornal formatado, de uma agência, que atende em larga escala emissoras hertzianas, e gravado. Já a Showtime Radio opta por um programa menos rígido, com a leitura de notícias, comentários, participação de colunistas e entrevistas.

É também comum entre as rádios analisadas a ausência de reportagem local ou nacional sobre os temas, convergindo-as em um espaço para replicar a produção de agências e veículos de comunicação já consolidados, ainda que plataformas mais tradicionais. Do ponto de vista das rotinas, percebe-se que excetuando a Rádio Estação Web, há pouco ou nenhum preparo prévio dos programas jornalísticos para as emissoras. Essa realidade se explica por um cenário conjugado com dificuldades estruturais, limitação no mapeamento e compreensão

das necessidades de públicos e as respectivas estratégias para atingi-lo, dúvidas sobre a linguagem, programa e lógica mais adequados para plataformas que, embora se originem do rádio hertziano, são difundidas em outra realidade, com receptores mais aptos a alterarem o cenário onde estão inseridos.

Referências

- BOLTER, J., GRUSIN, R. **Remediation**: Understanding new media. Cambridge: MIT Press, 1999
- CASTELLS, Manuel. **A Galáxia da Internet**. Reflexões sobre a Internet, Os Negócios e a Sociedade. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editor, 2003.
- COTTEN, Marcelo Pérez e TELLO, Nerio. **La entrevista radial**. Buenos Aires: La Crujia, 2008.
- FERRARETTO, Luiz A. **Rádio** – O Veículo, a História e a técnica. Porto Alegre: Sagra Luzzatto, 2001.
- FIDALGO, António. O celular como rádio de pilhas na era da internet. In: **Encontro Nacional de Pesquisadores em Jornalismo**, 9., Rio de Janeiro. Brasília: SBPJor, 2011.
- FIDLER, Roger. **Mediamorphosis** – Understanding New Media. Thousand Oaks: Pine Forge Press, 1987
- KISCHINHEVSKY, Marcelo. Rádio social: mapeando novas práticas interacionais sonoras. **Revista FAMECOS**. (On-line), v. 19, p. 410-437, 2012.
- LOPEZ, Debora Cristina. **Radiojornalismo hipermidiático**: tendências e perspectivas do jornalismo de rádio all news brasileiro em um contexto de convergência tecnológica. 2009. 227 f. Tese (Doutorado). Curso de Doutorado em Comunicação e Culturas Contemporâneas, Departamento de Comunicação, Universidade Federal da Bahia, Salvador, 2009.
- LUCHT, Janine Marques Passini. **Gêneros Radiojornalísticos** – análise da Rádio Eldorado de São Paulo. (Tese). Doutorado em Comunicação Social. Universidade Metodista de São Paulo: Umesp, 2009.
- MARCUSCHI, Luiz Antônio. Oralidade e Letramento. In: _____. Da fala para a escrita – Atividades de Retextualização. 4. ed. São Paulo: Cortez, 2003.
- MARQUES DE MELO, José & ASSIS, Francisco de. **Gêneros jornalísticos no Brasil**. São Bernardo do Campo: UESP, 2010.
- MEDITSCH, Eduardo. A informação sonora na webemergência: sobre as possibilidades de um radiojornalismo digital na mídia e pós-mídia. In: MAGNONI, Dino; CARVALHO, Juliano M. **O novo rádio**: cenários da radiodifusão na era digital. São Paulo: Senac, 2010.
- SAMPAIO, Mário Ferraz. **História do rádio e da TV no Brasil e no mundo**. Rio de Janeiro, Achiamé, 1984.
- WOLF, Mauro. **Teorias das comunicações de massa**. São Paulo: Martins Fontes, 2012