

**Kátia Soares Bezerra**

**RADIOJORNALISMO:**

**Uma análise comparativa da produção jornalística das rádios *Favela FM* e  
*CBN BELO HORIZONTE***

**Belo Horizonte**

**2005**

**Kátia Soares Bezerra**

## **RADIOJORNALISMO:**

**Uma análise comparativa da produção jornalística das rádios *Favela FM* e  
*CBN BELO HORIZONTE***

Monografia apresentada na disciplina “Projeto Experimental em Jornalismo II: Monografia” do curso de Jornalismo do Departamento de Ciências da Comunicação do Centro Universitário de Belo Horizonte, com orientação do professor Carlos Alberto.

**Belo Horizonte**

**2005**

## SUMÁRIO

INTRODUÇÃO .....	4
1 Jornalismo e a questão da objetividade .....	6
1.1 Critérios de noticiabilidade .....	8
1.2 Jornalismo Cívico .....	12
2 A história do radiojornalismo .....	18
2.1 Diferenças e características .....	20
2.2 Rádios livres ou comunitárias .....	24
2.3 Rádios <i>all news</i> .....	25
3 Análise empírica dos programas jornalísticos das rádios <i>Favela</i> e <i>CBN</i> .....	27
3.1 Breve histórico da Favela FM .....	27
3.2 Breve histórico da CBN .....	28
3.3 Análise dos programas jornalísticos .....	28
3.3.1 Rádio Favela FM .....	30
3.3.1.1 Análise das notícias .....	31
3.3.1.2 Notas .....	31
3.3.1.3 Reportagem .....	32
3.3.1.4 Editorias .....	33
3.3.1.5 Participação dos ouvintes .....	34
3.3.1.6 Perfil da rádio .....	34
3.3.2 Rádio CBN .....	35
3.3.2.1 Perfil do programa jornalístico .....	35
3.3.2.2 Entrevista .....	36
3.3.2.3 Reportagem .....	37
3.3.2.4 Comentários .....	37
3.3.2.5 Debate .....	38
3.3.2.6 Nota .....	38
CONSIDERAÇÕES FINAIS .....	39
PESQUISA BIBLIOGRÁFICA .....	42

## INTRODUÇÃO

A monografia surgiu por meio do grande fascínio que tenho pelo radiojornalismo. Por ser o veículo de comunicação mais instigante e instantâneo no que diz respeito à produção do fazer jornalístico, nasceu a curiosidade em pesquisar como são feitas as produções jornalísticas das rádios *Favela FM* e *CBN*, ambas localizadas em Belo Horizonte.

Por trabalhar e informar em tempo real, imediato aos ouvintes e principalmente de ser a mídia mais utilizada no Brasil, o rádio é o mais acessível às massas de todas as classes sociais. É também relevante para a sociedade, pois aborda temas de interesse público, como denúncias, emergências, atos de governo, entretenimento e a mais simples informação da hora certa.

O rádio tem sua linguagem própria, suas leis e por isso devem ser respeitadas. Eduardo Meditsch (2003), em artigo publicado sobre o estudo do radiojornalismo, declara que se estas normas não forem cumpridas, fatalmente o rádio estará fadado ao fracasso. Por isso, minha inquietação e curiosidade em descobrir a prática jornalística dessas rádios segmentadas citadas anteriormente.

Para realização da análise neste estudo, foram gravadas 15 horas de programação das rádios *CBN* Belo Horizonte e *Favela FM*, entre 02/05/2005 e 06/05/2005. Tomei como referência o jornal *CBN Belo Horizonte*, que começa às 9h30 e termina às 12 h. É nesse parâmetro que foi gravado o jornal da *Favela FM*. É necessário estabelecer alguns critérios para melhor análise dos programas, levando-se em conta os gêneros jornalísticos, as formas de participação dos ouvintes e o tratamento dos apresentadores em relação aos ouvintes.

Como foi mencionada anteriormente, a proposta de pesquisa deste projeto é saber como é a produção jornalística nos dois segmentos de rádios de Belo Horizonte: *Favela FM* e rádio *CBN*. Tendo isso em vista, pretende-se observar se há uma produção jornalística fiel, com uma redação, profissionais do jornalismo e pautas, ou se as notícias são obtidas de alguma outra forma.

No capítulo 1 abordaremos a questão da objetividade no fazer jornalístico, suas peculiaridades e conceitos, para entendermos melhor o papel do jornalista. Sobre a objetividade, Nelson Traquina pontuou essa questão como atribuição dos jornalistas não somente como observadores passivos, mas participantes ativos no processo de construção da realidade. Ele ainda afirma ser a objetividade um mito. Adriano Duarte Rodrigues observa que a objetividade está ligada a juízos factuais.

Ainda no capítulo 1 estudaremos os critérios de noticiabilidade, suas características e atribuições. A noticiabilidade, para Mauro Wolf, é constituída pelo conjunto de requisitos que se exige dos acontecimentos – sob a ótica da estrutura do trabalho nos órgãos de informação e sob a ótica do profissionalismo dos jornalistas – para conseguirem a existência pública de notícias. Veremos ainda neste capítulo que Wolf afirma que tudo que não corresponde a esses requisitos é imediatamente excluído, por não ser adequado às rotinas de produção.

Estudaremos também a questão do jornalismo cívico, pois segundo Pedro Sousa, os meios jornalísticos são o fundamental veículo de comunicação pública através dos quais o poder notifica a sociedade. Um dos assuntos mais recorrentes na esfera jornalística é o direito à informação com qualidade, que é uma das premissas do jornalismo cívico.

No capítulo 2 vamos analisar a história do rádio, o surgimento do radiojornalismo no Brasil e os conceitos e leis que regem o rádio. Abordaremos a linguagem radiofônica, extremamente relevante para o sucesso e sobrevivência do rádio. Veremos que o rádio, com sua interatividade e instantaneidade, iniciou rapidamente o jornalismo vivo, incentivando os sistemas de reportagens de rua e entrevistas fora dos estúdios.

Enfim, no capítulo 3 analisaremos os programas jornalísticos *Favela FM* e *CBN Belo Horizonte*. Nas análises usaremos os conceitos pesquisados anteriormente e, com isso, vamos observar as características de cada uma delas, de acordo com os conceitos estudados durante a monografia. Na análise percebem-se diferenças e diversidades nas linhas editoriais.

A pesquisa, no caso, a gravação dos programas, teve duração de uma semana. Entende-se que, nesse período, pode-se reunir um volume de material e informações consideráveis para a análise de conteúdo, que concretizou-se a partir das fundamentações teóricas lançadas e, com a devida articulação, caracterizados quanto ao seu formato e adequação ao meio no qual estão inseridos.

# CAPÍTULO 1

## Jornalismo e a questão da objetividade

Há anos, a questão da objetividade vem sendo discutida no âmbito jornalístico. Inúmeros teóricos analisam esta questão complexa, polêmica e de difícil discernimento. Pode-se dizer que há um consenso em relação a este problema até hoje sem solução: a objetividade não existe, ela é um mito.

Será possível refletir a realidade de maneira objetiva? É possível analisar os fatos sem distorções?

Traquina (1999) informa que o conceito de objetividade nasceu nos Estados Unidos, nas décadas de 20 e 30. O processo industrial de produção de notícias introduziu o modelo americano de jornalismo: objetividade da informação, estruturada em *lead* e *sub lead*. Este modelo padroniza a notícia. O autor cita a ideologia da objetividade sendo “*vista como um reforço da fé nos fatos*” (Traquina, 1999:168). Segundo ele, é preciso ver os fatos e da mesma forma mostrá-los idênticos ao público, sem distorções.

Em *Jornalismo: questões, teorias e estórias*, Traquina (1999) cita Gaye Tuchman sobre a questão da objetividade como um ritual estratégico, auxiliando os jornalistas dos perigos da profissão. Tuchman revela que este ritual é um procedimento corriqueiro e explica que com esta estratégia, o jornalista pode proteger-se dos riscos da sua atividade, como críticas, por exemplo. O ideal é que o jornalista informe o público o mais objetivo possível, sem juízos de valor e sem ser tendencioso para não sofrer o risco de ser criticado e mal interpretado.

Para Kunczik (2001), a questão da objetividade ainda é uma indagação com resposta não satisfatória. Ela se torna impossível no fazer jornalístico, pois está ligada à subjetividade do profissional. É difícil relatar um fato objetivamente. Ao analisar, é inevitável que o jornalista dará preferências ao que mais lhe chamou atenção. O próprio ato de escolher o mais interessante do fato já deixa claro o ato de subjetividade.

Genro Filho (1987) também discorre sobre o mito da objetividade. A objetividade é impossível no fazer jornalístico, mas ele admite isso não como uma limitação, *um sinal da impotência humana diante da própria subjetividade, ao invés de perceber essa impossibilidade como um sinal da potência subjetiva do homem diante da objetividade* (Genro Filho, 1987: p.183).

Para Genro Filho (1987), a objetividade, vista por diversos teóricos como reveladora da incapacidade de se colocar de forma neutra diante dos fatos, mostra-nos que os próprios fatos não são neutros, assim como os jornalistas não perdem suas capacidades de reflexão sobre os acontecimentos. Em um simples acidente de trânsito não encontraríamos “neutralidade”, pois ele pode resultar de fatores ligados a questões como imprudência do motorista ou do pedestre, bem como da má conservação das vias públicas, indicando omissão dos poderes responsáveis pela manutenção das condições ideais de tráfego.

A idéia de uma informação objetiva é vista como mito, impossível de realizar-se plenamente. O próprio fato não é objetivo, não é isento, pois o todo já indica uma visão de mundo. Existe um fluxo objetivo na realidade, de onde os fatos são retalhados e construídos obedecendo a determinações ao mesmo tempo objetivas e intrínsecas. A subjetividade, então, reconhece-se a si mesma e toma consciência das suas limitações e potencialidades. Genro Filho (1987) atesta que a relação sujeito-objeto é uma relação na qual o sujeito não só produz o seu objeto, como também é diretamente produzido por ele. Produzindo nos limites da objetividade, o jornalista produz a própria objetividade do mundo, quer dizer, ele não só escolhe o seu destino ao atuar objetivamente sobre o mundo, mas também transforma o mundo à medida que escolhe seu destino, porque ele mesmo é parte desse mundo.

Messagi (2004) atesta que a noção de fato tem sido um dos alicerces mais sólidos sobre o qual se assenta todo o papel do fazer jornalístico. Sobre a hipótese de que há um dado objeto, fatos reais a se conhecer e de que existem modos rigorosos de apreensão destes fatos, sustenta-se o conceito de objetividade jornalística. De certa maneira, o jornalismo pode ser entendido como uma produção de um dado conhecimento, objetivo ou não, sobre fatos da realidade cotidiana.

O jornalista como narrador busca sempre construir o efeito de real, isto é, passar a impressão de que fala verdades. Não se pode negar que consegue isto, que constrói cooperativamente com o leitor uma veracidade. Ele ancora seu discurso no hoje, no momento presente, no instante. Em contrapartida, o jornalista seleciona, prioriza. Com isto, ele trai com a exatidão. Assim, o discurso jornalístico é contraditório, quer ser objetivo, mas não tem como fugir à subjetividade.

Ao analisarmos as definições de objetividade, reconhecemos que ela é ao mesmo tempo um complexo componente do fazer jornalístico e de importante valor na construção da

credibilidade dos meios de comunicação. Apoiando-se nos teóricos estudados, observamos que a objetividade é uma questão relevante no âmbito noticioso e que ela também abrange alguns critérios de importância para se tornarem notícias.

As notícias veiculadas na mídia são escolhidas aleatoriamente ou existe algum critério para selecioná-las? Como são feitas as escolhas? Que imagem do mundo fornecem os programas jornalísticos? Como se associa estas imagens às exigências do dia-a-dia da produção de notícias, nos programas de rádio?

Estas perguntas expõem os problemas de que se ocupa a abordagem do que define-se por *newsmaking*, a produção da informação. Neste contexto, a questão da noticiabilidade é importante na seleção dos acontecimentos para construção da notícia.

## 2.1 Critérios de noticiabilidade

As preocupações recorrentes do jornalismo de compreender a partir de que dinâmica se produz os critérios de noticiabilidade são fatores relevantes para o fazer jornalístico. Os critérios de noticiabilidade conduzem as práticas profissionais nas redações, hierarquizando os fatos que irão tornar-se notícias.

Para Rodrigues (1997), no discurso jornalístico,

O acontecimento constitui o referente de que se fala, o efeito de realidade da cadeia dos signos, uma espécie de ponto zero da significação. Por isso, uma das regras da prática jornalística consiste em afirmar que a opinião é livre mas que os fatos são soberanos. (Rodrigues, 1997:98)

O autor ainda relata que acontecimento é tudo aquilo que “*irrompe na superfície lisa da história de entre uma diversidade aleatória de fatos virtuais*” (Rodrigues, 1997:98). Quanto maior imprevisibilidade tiver o fato, mais probabilidade de tornar notícia ele terá. Para Rodrigues, este critério é extremamente relevante para o discurso jornalístico.

Seguindo esta mesma linha de raciocínio, Motta (2002) pontua que *a notícia é o incomum, o acidental, o singular, o invulgar, o absurdo, o mundo enfim da indeterminação. Em uma palavra, notícia é a contingência* (p. 05). A notícia é a versão dos acontecimentos.

Motta explica que as notícias são experiências do cotidiano de conhecimento prático essencial para os indivíduos nas sociedades atuais. Além disto, a notícia é a matéria prima do fazer jornalístico. Para o autor, ela “*é um conteúdo novo e surpreendente que chega, via meios de*

*comunicação, até as rotinas de significações do mundo da vida cotidiana dos indivíduos nas sociedades modernas”* (Motta, 2002:02). Motta faz valer, em sua citação, que a notícia é algo dinâmico e admirável e que chega nas casas das pessoas revelando as diversas faces do mundo real.

A notícia é uma experiência muito mais que um texto, muito mais que um relato descritivo, imparcial e objetivo da realidade, muito além de ser meramente mercadoria. A notícia é surpreendente porque, ao mesmo tempo que seduz, atrai, encanta, amedronta, avisa, previne, angustia, convoca, ironiza e entristece, paradoxalmente, esclarece, confronta, compara, ordena, apazigua, serena, aprova e corrige.

Ainda de acordo com Motta, a notícia aborda conflitos e desarmonias, retrata acontecimentos que rompem com os fluxos esperados das coisas. Motta esclarece que para ser notícia, o fato deve ser atual.

Na mesma linha de raciocínio, Genro Filho (1987) atesta que a notícia é a unidade fundamental de informação do jornalismo. Segundo ele, são os fatos jornalísticos objetos das notícias que formam a menor unidade de significação. O jornalismo tem sua própria maneira de produzir os fatos. Existe uma absorção objetiva da realidade, de onde os fatos são construídos obedecendo a critérios subjetivos e objetivos, concomitantemente.

Motta (2002) pontua que a noticiabilidade de um fato é observada quanto ao seu grau de integração aos processos rotineiros de produção industrial da notícia. De acordo com este pensamento, Motta esclarece que os valores-notícia conduzem as práticas profissionais nas redações, ou seja, faz-se uma triagem antes da publicação do material. Mais precisamente, podemos dizer que os valores-notícia são critérios de relevância espalhados ao longo de todo o processo de produção.

As notícias têm caráter dinâmico, elas mudam com o passar do tempo. Em decorrência a este dinamismo, os valores-notícia vão se adaptando de acordo com os fatos.

Seguindo a mesma linha de raciocínio, Wolf (1995) declara que os valores-notícia são um elemento da noticiabilidade. Atesta Wolf que ela é o conjunto de critérios, operações e instrumentos com os quais os órgãos de informação enfrentam a tarefa de escolher, diariamente, inúmeros fatos e acontecimentos. Em seguida, selecionam-se as notícias mais relevantes e de maior impacto.

Wolf afirma ainda que o conceito de noticiabilidade liga-se ao conceito de “*perspectiva-da-notícia*”, e que é a resposta que a empresa de comunicação dá à questão que submete a atividade dos jornalistas.

Wolf constata os valores-notícia como um elemento da noticiabilidade. Estes valores definem os fatos que são verdadeiramente relevantes, interessantes e significativos para se tornarem notícia. Estes valores funcionam de uma forma integrante, ou seja, na seleção dos acontecimentos, os critérios de importância funcionam conjuntamente, em “*pacotes*”, diferenciando relações e combinações que se estabelecem entre inúmeros valores-notícia.

Os valores-notícia derivam de pressupostos implícitos ou de considerações relativas:

- a) às características substantivas das notícias; ao seu conteúdo;
- b) à disponibilidade do material e aos critérios relativos ao produto informativo;
- c) ao público
- d) à concorrência (Wolf, 1999:179)

Quando Wolf define a primeira categoria, faz considerações acerca do processo de transformação do acontecimento em notícia, ou seja, sua importância e seu interesse. A notícia torna-se importante dependendo do grau de nível hierárquico das pessoas envolvidas no acontecimento. Uma pessoa que tem forte ligação com a coisa pública, por exemplo, é alvo certo para se tornar notícia. Quanto mais prestígio e poder a pessoa envolvida tiver, mais fácil de se tornar notícia. E quanto maior o número de pessoas envolvidas, melhor. Wolf também relaciona a importância de um determinado acontecimento influenciar um país. Estas questões são decisivas no momento da transformação do fato em notícia.

Na segunda categoria, Wolf constata nos critérios relativos ao produto informativo, tudo aquilo que diz respeito à disponibilidade de materiais e às características peculiares do produto informativo. Trata-se de saber se o acesso ao acontecimento é prático para os jornalistas. Wolf define a brevidade como fator fundamental dos critérios relacionados ao produto informativo. Quanto mais breve, concisa e clara a notícia, mais fácil será o entendimento do receptor.

Tudo aquilo que irrompe, altera, surpreende e foge da mesmice é bem vindo nessa categoria. E se a repercussão de algum acontecimento é negativa, cresce a chance de tornar-se notícia. Outro ponto importante na categoria dos critérios relativos ao produto é que o fato deve ser atual para que haja interesse do público. Ligada à idéia de atualidade, a frequência da informação é relevante para a periodicidade da notícia. É necessário informar a repercussão dos

fatos ao público que acompanha uma determinada notícia. Wolf afirma também a qualidade da história como outra característica significativa dos critérios relativos ao produto. Quanto mais ação, ritmo e clareza de linguagem, mais interessante a notícia vai ser.

A terceira categoria de valores-notícia, dos critérios relativos ao meio de comunicação, refere-se à imagem que os jornalistas têm acerca dos destinatários. Este valor-notícia está ligado à finalidade de entreter e de fornecer algo interessante ao público. A frequência de um acontecimento é uma peculiaridade desta categoria. Diz respeito ao “*lapso de tempo necessário para que esse acontecimento tome forma e adquira significado [...]*” (Wof, 1995:189). Quanto mais a frequência do acontecimento for similar à frequência do meio de informação, mais plausível será a sua seleção como notícia. O formato do meio de comunicação é imprescindível para dar limites espaço-temporais que caracterizam o produto informativo.

Wolf atesta ainda os critérios relativos ao público como a quarta categoria de valores-notícia. Todas as características citadas anteriormente podem ser inseridas neste critério. O interessante neste item é a relação que o jornalista deve ter com o receptor da notícia. Conhecer o público é fundamental para que se saiba a preferência dele.

Por último, os critérios relativos à concorrência dizem respeito às relações entre os *mass media* existentes no mercado da informação. A competição entre os veículos de comunicação gera uma expectativa mútua, no sentido de que pode acontecer que uma notícia seja selecionada porque espera-se que o concorrente faça o mesmo. Podemos verificar que este critério é recorrente nos meios de comunicação de massa no país.

Na mesma linha, Sousa (2000) discorre a noticiabilidade como tudo aquilo que torna um acontecimento em notícia. A noticiabilidade *é uma qualidade que, segundo me parece, encontra explicação na conjunção de vários fatores conformativos principais: a ação pessoal, a ação social, a ação ideológica e a ação cultural* (p. 101).

Para ele, os critérios de noticiabilidade frequentemente contêm fatores como a oportunidade. Este critério diz respeito à probabilidade de o fato tornar-se notícia. Há inúmeros motivos para que um determinado assunto torne-se notícia. Quanto mais relevante for o acontecimento, mais oportunidade ele terá de ser noticiado.

A proximidade é outro critério significativo para a noticiabilidade. Quanto mais pertinente à vida do público, melhor. Tudo que se aproxima do público é algo noticiável. Informar que o dia

da coleta de lixo mudou é importante para os moradores da Região Norte da capital. Este acontecimento torna-se notícia sempre que se aproxima a um determinado público.

A relevância é tudo aquilo que o público considera de mais importante. Notícias que dizem respeito, por exemplo, sobre o aumento da água e da energia elétrica ou que a greve do sistema rodoviário está prestes a acontecer acentuam o interesse do público em geral.

O interesse, que mensura a intensidade e grandeza da informação, é um dos fatores mais significativos da noticiabilidade. O que adianta o jornalista noticiar algo que não surte interesse de seu público? Falar da intensa chuva que derrubou árvores em uma cidadezinha dos Estados Unidos não desperta interesse além daquela localidade. É fundamental veicular reportagens que estejam próximas do público e que sejam do interesse deles.

O conflito diz respeito às notícias polêmicas. Quanto mais colisão e questionamentos tiverem a notícia, mais interessante ela será. E se ela revelar algo novo e surpreendente, a notícia torna-se mais polêmica. Revelar fraudes no sistema de saúde, ou de políticos desviando dinheiro público para o narcotráfico, seriam notícias bombásticas.

Estes fatores são pertinentes ao cotidiano do jornalista, ou seja, estão ligados intrinsecamente com suas idéias e estão mais próximos à sua realidade. O fato mais importante, e principalmente, mais instigante, possivelmente será notícia.

## **2.2 Jornalismo Cívico**

Vivemos um momento em que tanto os jornalistas como o público estão lutando para chegar a um consenso sobre o que compõe um jornalismo de qualidade. Um dos objetivos primordiais do jornalismo cívico ou público é a ajuda solidária às pessoas, no sentido de superarem sentimentos de impotência e alienação, estimulando-as e envolvendo-as para uma responsabilidade sobre problemas comunitários.

Kunczik (2001) analisa que o papel do profissional de jornalismo pode ser classificado de duas maneiras mais comuns e que um contradiz o outro. O primeiro deles é o jornalismo objetivo e neutro, distante dos eventos de que trata. O segundo, é o jornalismo efetivamente comprometido, engajado, que promove causas e levanta a bandeira da igualdade.

Traquina (2001) analisa que o termo Jornalismo Cívico nasceu nos Estados Unidos, em fins de 1980, devido a uma dura crítica aos meios de comunicação, em consequência da análise da cobertura noticiosa da campanha presidencial, marcada pela publicidade negativa, pelas

polêmicas e pela dependência dos jornalistas das fontes oficiais. A sociedade descobriu que o jornalismo não era mais o espelho da realidade e por isso passou a não consumir os jornais. Conhecido também como jornalismo público, comunitário, de serviço público, o Jornalismo Cívico é um movimento que defende uma causa nobre: defende os interesses da comunidade.

Sousa (2000) define que os meios jornalísticos são o fundamental veículo de comunicação pública através dos quais o poder notifica a sociedade. Um dos assuntos mais recorrentes na esfera jornalística é o direito à informação com qualidade, que é uma das premissas do jornalismo cívico.

Em *O poder do jornalismo: análise e textos da Teoria do Agendamento*, Traquina (2001) discorre sobre a qualidade da informação, que é direito da sociedade, e prestação de serviços pelos meios de comunicação:

O grau de complexidade da sociedade actual, a evolução tecnológica, a «aceleração» do tempo, são factores que não se compactuam com jornalistas não qualificados, aos quais o público tem o direito de exigir profissionalismo, verdade e responsabilidade ética e social. (Traquina, [www.telejornalismo.com](http://www.telejornalismo.com))

Traquina pondera que a função do Jornalismo Cívico é de dar aos cidadãos informações de utilidade pública. É fazer com que as pessoas cumpram o papel delas na sociedade, exercendo a cidadania e tornando-os seres questionadores. É maximizar a participação dos cidadãos na vida pública. Ainda de acordo com o teórico, o jornalismo também tem a função de proteger os cidadãos de todo e qualquer abuso do poder. “*Enfim, o jornalismo tem um papel fundamental na manutenção das democracias*”. (Traquina, [www.telejornalismo.com](http://www.telejornalismo.com))

Esse jornalismo é uma chamada aos jornalistas para o fato de que os seus leitores, telespectadores ou ouvintes são, antes de tudo, cidadãos, depois, consumidores. Basicamente, não é um outro jornalismo, mas sua função é criticar o tipo de jornalismo que se faz atualmente. Hoje, se vê a luta incessante pela audiência com programas de teor apelativo.

Traquina define também que essa nova prática condena o uso habitual de fontes oficiais de informação, deixando de lado a opinião do público, da sociedade. O movimento quer os profissionais de jornalismo atentos aos leitores, telespectadores e ouvintes, quer saber suas opiniões e o que os aflige. O Jornalismo Cívico quer uma conexão direta com o público, quer uma comunhão de pensamentos para que haja um entendimento maior com a realidade.

Silva (2002) analisa a relação entre a imprensa e o poder do cidadão atentando para o fato de que os sujeitos individuais e coletivos estão para a imprensa como consumidores e cidadãos. Para ele, o Jornalismo Cívico tem função de fazer com que a sociedade reflita sobre o exercício de seus direitos e deveres. Além disso, o jornalismo é uma atividade primordial e legitimamente pública, tanto quanto a política e a administração pública. A circulação da informação é uma condição significativa para as ações sociais e para o funcionamento da democracia. O teórico acredita que a imprensa exerce papel fiscalizador da sociedade. “*A imprensa seria, então, uma instância fiscalizadora do Poder Público e suas subdivisões: o Executivo, o Legislativo e o Judiciário. Daí a perífrase de que a imprensa é o quarto poder*” (Silva, 2002). Silva observa, ainda, que a imprensa, cumprindo bem o seu papel de informar, já seria um serviço público prestado ao cidadão.

A imprensa, em síntese, tem de se constituir em poder íntegro, sob pena de perder a sua essência e também a sua sobrevivência. Sem credibilidade, será apenas um simulacro da realidade e não uma representação documental da mesma. A imprensa, portanto, é um poder auxiliar do cidadão, mas, se se voltar contra os interesses do cidadão que, em suma, é o interesse público, também estará descolada de sua principal razão de existir (Silva, 2002)

Silva afirma também que o jornalismo dá visibilidade à coisa pública, e que visibilidade é uma condição da democracia. Estudando a relação entre imprensa e opinião pública, Silva chegou à conclusão de que em todos esse anos, o jornalismo nasceu sob uma ótica de esfera pública burguesa e seu conceito foi evoluindo a um ramo da indústria cultural, apesar de sua função estritamente social.

Para Silva, o interesse público e a opinião pública sob a proteção da liberdade de expressão sempre foram mostrados como condições primordiais para a vida democrática. Hoje, cada vez mais, o jornalismo se envolve com seu público, dando voz aos problemas que mais incomodam a sociedade. Apesar do papel relevante que este jornalismo vem desempenhando, Silva alerta que antes do serviço, existe o desserviço, pois a imprensa tira proveito da miséria social. Neste contexto, a audiência dita as regras da seletividade, ou seja, a espetacularização é mais importante do que um simples pedido de ajuda para o bairro sem energia elétrica.

Silva (2002) conclui seu pensamento afirmando que ainda falta muito na construção de um caminho certo para que o Jornalismo Cívico tome novos rumos e ganhe mais adeptos. Ele admite que o primeiro passo foi dado e que o meio acadêmico vem contribuindo

significativamente para este avanço, construindo uma imprensa mais justa e mais participativa na sociedade.

Traquina (2001) cita Davis Merritt, que narra a relação entre democracia e jornalismo, denominando-a de simbiótica. Para Merritt, o jornalismo tem ignorado suas principais atribuições para com a vida pública. Isso implica dizer que este procedimento é causador do desenfreado “*mal-estar*” na vida pública. Merritt declara que o jornalismo pode, e deve, ser o caminho certo para a reconstrução e renovação da vida pública. Para isso, o jornalista acredita que é necessária uma mudança considerável na profissão para que o objetivo seja alcançado.

Merritt defende um Jornalismo Cívico que envolve inúmeras mudanças. A primeira delas é que o jornalista deve dar as notícias, e acima de tudo, deve auxiliar na melhora da vida pública. Posteriormente, ser mais ativo em seu papel de participante e deixar de lado o simples papel de observador desprendido. Em seguida, vigiar menos as separações adequadas e preocupar-se mais com as ligações adequadas. Por último, aceitar o público como cidadão ativo na vida democrática, fortalecendo os laços entre os meios de comunicação e a sociedade.

Traquina (2001) conclui seu pensamento analisando o futuro incerto do Jornalismo Cívico. O teórico tem uma visão negativa sobre a atuação dos meios de comunicação para com a sociedade. Para ele,

“...não passa de um truque de *marketing*, cujo único intuito é parar a hemorragia de tiragens em queda constante, ou como uma campanha hábil de relações públicas, cuja principal preocupação é melhorar a imagem de uma instituição em descrédito”. (Traquina, 2001:183)

O teórico afirma que o movimento assegura as responsabilidades sociais do jornalismo numa época meramente comercial, onde até mesmo nas salas de redação das empresas jornalísticas os meios obscuros do dinheiro influenciam as decisões editoriais. Portanto, o Jornalismo Cívico

“... representa uma importante brecha na busca frenética de notícias, na postura cínica para com a vida política, na dependência excessiva das fontes oficiais e na desatenção flagrante para com os cidadãos enquanto participantes ativos na vida pública.” (Traquina, 2001:183)

O autor declara que o movimento provocou uma discussão dentro do jornalismo norte-americano sobre a importância da profissão e disseminou um alerta que recomenda uma quebra

das rotinas exaustivas. Declara ainda que o futuro do Jornalismo Cívico depende de uma reforma significativa, pois ele tem todo o aparato para restaurar e reverter a atual situação dos meios de comunicação.

Em *Televisão pública: do consumidor ao cidadão*, Omar Rincón (2002) busca entender a TV pública a partir de sua complexidade e de sua importante função dentro da sociedade. O autor procura analisar propostas conceituais e o desenvolvimento de modelos práticos para a TV.

Rincón discorre sobre um outro jornalismo público, aquele que privilegia somente o caráter público para superar a visão mercantilista e ganhar sua identidade como cidadão. Para ele, a televisão tem função essencial no contexto social, cultural e político da sociedade. O autor preocupa-se com o autêntico papel do jornalismo público. Segundo Rincón (2002), estima-se uma preocupação relevante em se fazer TV de qualidade para um público extremamente exigente, pois ela é um dos palcos mais importantes dentre os meios de comunicação para a discussão dos projetos éticos dos países.

Ainda de acordo com o teórico, o jornalismo público interpela o cidadão a pensar sobre seus direitos e deveres dentro da sociedade. Ele deve ser o meio central para o diálogo nacional, cultural, político e econômico. Rincón afirma também que é função primordial dos veículos de comunicação promover a cultura e a educação para a construção da cidadania, da sociedade civil e da democracia, contribuindo para formar pessoas no âmbito da leitura crítica.

Jesús Martín-Barbero (2002) também discorre sobre o papel relevante da TV pública e os demais veículos de comunicação na sociedade e declara que ela interpela o público, incluindo o consumidor enquanto cidadão. “*A interpelação que convoca/forma cidadãos, e o direito de exercer a cidadania, encontram seu lugar próprio na televisão pública, convertida, assim, no âmbito de participação e expressão*”. (Barbero, 2002:06)

Barbero pondera ainda que o caráter público do jornalismo encontra-se categoricamente ligado à renovação constante dos alicerces comuns da cultura nacional.

Essas questões levantadas pelos teóricos acima deixam transparente que o dever dos meios de comunicação de massa é ensinar os cidadãos a viver melhor, viver com dignidade e adquirir conhecimentos sobre questões políticas, econômicas e culturais. O papel do rádio nesta ótica vai

proporcionar a sociabilidade, o debate público, a busca da cidadania, o desejo de justiça, os valores morais, dentre outros. Este é o papel do Jornalismo Cívico.

O rádio também estabelece uma comunhão de idéias entre os ouvintes e comunidade. Sua presença junto à população deve revelar o cotidiano da sociedade, constituindo e reafirmando identidades. A produção das rádios voltadas para um jornalismo público, com interesses apenas pelo social, tem um caráter mais comunitário, que trata de problemas mais comuns do dia-a-dia, principalmente dos moradores menos favorecidos.

## 3 CAPÍTULO 2

### A história do radiojornalismo

A cidade do Rio de Janeiro é considerada como a primeira do Brasil a instalar uma emissora de rádio. Oficialmente, o rádio é inaugurado a 7 de setembro de 1922, como parte das comemorações do Centenário da Independência. Em 20 de abril de 1923, instalou-se a radiodifusão no país. É neste contexto histórico que começa a funcionar a Rádio Sociedade do Rio de Janeiro, fundada por Roquette Pinto e Henry Morize, dando à emissora cunho estritamente educativo.

A partir da década de 30, o rádio sofre transformações fundamentais. Uma delas, em 1931, quando surge o primeiro documento sobre radiodifusão, e em 1932, por meio do Decreto 21.111, que regulamentou o Decreto anterior, o rádio brasileiro já estava literalmente comprometido com os anúncios comerciais para garantir sua sobrevivência.

Gisela Swetlana Ortriwano (1985) informa que, com o advento da publicidade, as emissoras organizaram-se como empresas para disputar o mercado. Esta disputa teve, genuinamente, três características: o desenvolvimento técnico, *status* da emissora e sua popularidade.

O desenvolvimento técnico teve um empenho por parte dos profissionais de rádio em adquirir novas tecnologias na aparelhagem e nos equipamentos. A publicidade pedia novos recursos tecnológicos para que os interesses mercantis que começavam a se concretizar naquela época fossem consolidados. O *status* se dá primeiramente pela sua popularidade em alcançar público nos mais longínquos grotões do país. Este privilégio único alcançado pelo rádio fez dele um dos maiores veículos de comunicação de massa. O *glamour* e a suntuosidade das rádios daquela época davam um viés de poder e *status*. A popularidade do rádio é grande, comparando-se a outros veículos da mídia, seja pelo seu dinamismo e instantaneidade, ou pelo baixo custo para aquisição dos aparelhos receptores.

Ortriwano afirma que o objetivo educativo foi deixado em segundo plano, pois os interesses mercantis eram notórios. Ortriwano (1985) acredita que o que se queria na verdade era muita audiência.

O rádio, dinâmico e interativo, iniciou rapidamente o jornalismo vivo, incentivando os sistemas de reportagens de rua e entrevistas fora dos estúdios. O início da história do

radiojornalismo pode ser resumido em dois programas que foram os precursores do segmento: o “Repórter Esso” e o “Grande Jornal Falado Tupi”. Em meados da década de 30, a Rádio Nacional do Rio de Janeiro, emissora que veiculava o “Repórter Esso”, equiparava-se, proporcionalmente, à TV Globo que temos hoje. O quadro de funcionários<sup>1</sup> da emissora contava com 10 maestros, 124 músicos, 33 locutores, 55 radiadores, 39 radiatrizes, 52 cantores, 44 cantoras, 18 produtores, 13 repórteres, 24 redatores, 4 secretários de redação e 240 funcionários administrativos. Os programas iam ao ar em seis estúdios e um auditório de 500 lugares. Estes dados foram aqui expostos para mostrar a dimensão e imponência que a rádio teve um dia. Atualmente, há emissoras de rádio que contam com no máximo um jornalista e um estagiário para cobrir pautas esporádicas.

Na década de 60, começam a operar as primeiras emissoras em FM, frequência modulada. Inicialmente, sua função era transmitir música. Posteriormente, outras emissoras radiofônicas dão mais visibilidade a uma programação mais falada. O locutor ‘conversava’ com o ouvinte através de receitas de culinária, cultura, fatos curiosos etc.

Ortriwano ressalta que, a partir de meados de 70, começa a transformação para que o rádio voltasse a reinar dentre os meios de comunicação, imposto com o advento da televisão: a segmentação no rádio.

A tendência à especialização mostrou-se cada vez maior. As emissoras passaram a identificar-se com determinadas faixas sócio-econômico-culturais, procurando dirigir-se a elas e buscando sua linguagem nos próprios padrões das classes que desejavam atingir. (...) As grandes emissoras tentam ganhar os diversos segmentos de público, mantendo programas que atinjam diferentes faixas, em diferentes horários. (Ortriwano, 1985:24)

Na mesma linha de pensamento, Heródoto Barbeiro e Paulo Rodolfo de Lima (2001), em seu livro *Manual de Radiojornalismo*, mostram que para se inserir no mercado uma emissora jornalística deve apresentar um diferencial em relação às outras e que o caminho para o sucesso é a segmentação. Isto é uma realidade nas rádios de todo o país.

Meditsch (2003) atesta que era difícil preencher as programações das rádios logo no início de seu nascimento e a solução foi transmitir o que era disponibilizado a partir de formas de expressão já existentes: o rádio vivia de leitura de jornais, poemas e obras literárias, peças musicais ao vivo, concertos, óperas teatrais e conferências de intelectuais e eruditos ao vivo nos

---

<sup>1</sup> <http://wmail.faac.unesp.br/~pcampos/Introducao%20ao%20Radiojornalismo.htm>

estúdios. Com o passar do tempo, estes procedimentos tornaram-se cansativos e de difícil entendimento para os ouvintes. Meditsch (2003), em artigo publicado sobre o estudo do radiojornalismo, define que existem normas muito peculiares no radiojornalismo. Ressalta que se não forem cumpridas, fatalmente o rádio estará fadado ao fracasso. Estas normas ditas por Meditsch e por outros teóricos serão objetos de estudo do presente capítulo.

Prestes a completar cem anos, daqui a menos de duas décadas, o rádio consolida-se como o grande veículo de notícias<sup>2</sup> e prestação de serviço, sendo insubstituível como mídia que se pode acessar a qualquer momento, em qualquer lugar, enquanto se faz outra coisa.

A grande revolução do radiojornalismo no Brasil foi iniciada com a chegada do transistor, que entrou no Brasil ilegalmente. O jornalista Silveira Sampaio referia-se àqueles aparelhos de recepção radiofônica como "o tijolo do trabalhador". Através do rádio, o cidadão começou a descobrir os seus direitos, desde o valor do salário mínimo até a mais básica instrução de como escovar os dentes. Com a nova tecnologia fixando-se de vez no país, no final da década de 50, o rádio iniciou a sua popularização, que coincidiu com o processo de urbanização das grandes cidades do Brasil. O rádio foi para as ruas, para as mãos do trabalhador que carregava o seu radinho de pilha, numa nova dinâmica da difusão das informações.

Na contextualização do objeto de investigação, o radiojornalismo, por ser o veículo de comunicação mais instigante e instantâneo no que diz respeito à produção do fazer jornalístico, demanda um domínio do saber técnico científico.

### **3.1 Diferenças e características**

O presente capítulo tem por objetivo avançar na definição da especificidade do conhecimento produzido pelo rádio informativo. O radiojornalismo possui peculiaridades únicas no que diz respeito à linguagem usada. A redundância, que veementemente é combatida no jornal impresso e TV, é uma necessidade relevante no rádio, pela velocidade sonora. Pedro Celso Campos (2003) atesta ser conveniente que o locutor diga a mesma coisa ou algo equivalente pelo menos duas ou três vezes, para que o ouvinte não se perca com a informação. Isto, porque o texto radiofônico está baseado na *memorização*<sup>3</sup>. Para facilitar o raciocínio é necessário criar frases de

---

<sup>2</sup><http://wmail.faac.unesp.br/~pcampos/Introducao%20ao%20Radiojornalismo.htm>

<sup>3</sup><http://wmail.faac.unesp.br/~pcampos/Introducao%20ao%20Radiojornalismo.htm>

feito, que são expressões adequadas para que o ouvinte memorize o que foi dito. Campos analisa a mensagem publicitária no rádio, que dispõe de relatos com este intuito. Propagandas como “*Quem disse que não dá... a finnest dá*”, ilustra bem este tipo de memorização.

O texto radiofônico precisa captar a atenção do ouvinte com frases concisas, de forma atraente, persuasiva, clara. Campos pondera que o texto do rádio é uma linguagem resultante da combinação de “elementos verbais” e “não-verbais”. O primeiro, diz respeito ao texto propriamente dito, que deve ser bem escrito, e o último, está ligado à sonoplastia, ao desempenho da voz, que deve ser empostada, atraente e de boa dicção. Todos estes elementos são importantes para que o texto radiofônico alcance seu objetivo primordial de informar e entreter.

Campos (2003) relaciona a improvisação como fator significativo para o sucesso no rádio. Além de o texto ficar muito mais atraente, o locutor ganha credibilidade ao mostrar sua capacidade de imaginação. Com isso, ele também pode mostrar que está por dentro de assuntos diversos.

Emílio Prado (1989) faz um paralelo entre o jornalismo no rádio e no veículo impresso, apontando suas características. Até mesmo o público alvo difere-se neste aspecto. O rádio se dirige a todo tipo de público, enquanto o impresso se dirige a públicos específicos das classes A/B<sup>4</sup>, formadores de opinião. Assim, dirigindo-se a um público que não lê, pois o rádio é voltado também àqueles que não têm instrução alguma, o texto produzido deve ser breve e fácil de entender, podendo chegar próximo ao coloquial.

Apoiando-se em Prado (1989), outra característica fundamental é a simultaneidade, que tem a ver com rapidez, instantaneidade. Esta especificidade dá idéia de que o rádio só trabalha com o hoje, o agora, em tempo real. Prado faz um paralelo com o impresso, que lida com notícias consideradas velhas, quer dizer, o ontem para o impresso é novo, em contrapartida, para o rádio é ultrapassado. Mais adiante, Prado reafirma o quão é *envolvente, participativo, quente, de respostas imediatas, que arrasta o ouvinte pelo sugestionamento* (Prado, 1989) Prado analisa questões que não existem no impresso, devido ao fato de ser um veículo “frio”<sup>5</sup>, sem o dinamismo característico do rádio.

Para Prado, o rádio é o primeiro veículo de comunicação a fornecer a notícia em primeira mão sobre um acontecimento e esta é talvez a principal característica do radiojornalismo.

---

<sup>4</sup> Prado, Emílio. “Estrutura da informação radiofônica”. Summus, São Paulo, 1989.

<sup>5</sup> Distinção de McLuhan, rádio meio quente

Seguindo seu raciocínio, Prado atesta o papel do rádio não somente como veículo de primeira mão, mas aumenta a compreensão pública através da explicação e análise. Este aprofundamento dos temas conta no rádio com a vantagem de poder ser exposto pelos seus conhecedores, jornalistas com facilidade para abordar qualquer assunto que esteja em voga na sociedade.

Outra especificidade importante do radiojornalismo é a capacidade de se comunicar com um público que não necessita de uma informação específica para decodificar a mensagem (Prado, 1989). Este fato tem importância no caso de um público que não sabe ler, mas acima de tudo, adquire maior relevância para todos aqueles que não querem ou não têm tempo para ler.

O rádio se comunica com um público eclético, composto pelos diversos escalões socioculturais e, conseqüentemente, com diferentes níveis de compreensão. Porém, o público, em geral, não é especializado, quer dizer, não se dedica somente a uma coisa. Por isso, é necessário conseguir que as mensagens radiofônicas possam chegar a todos os escalões da audiência, prendendo o interesse de cada um.

Na mesma linha de raciocínio, Campos (2003) discorre sobre o fator emoção. O repórter de rádio deve ir atrás de detalhes que completam a informação. Diferentemente da TV, o rádio não possui imagens, e sim sons. É com o som que o repórter demonstra a emoção que existe em determinada informação. É necessário que ao narrar o repórter não se prenda somente à descrição do que se passa. Campos atesta que é conveniente “mostrar o fato, trabalhando a emoção, adequando a voz” (Campos, Unesp:2003). Trabalhar a emoção é adequar a voz, sensibilizar-se com o fato. Gravar o som ambiente é necessário, pois dá idéia de veracidade, deixa a informação mais precisa e ilustra melhor os acontecimentos.

Paul Chantler e Sim Harris (1998) enfatizam o potencial do rádio como veículo local e de serviço, quando trata de ajuda à comunidade. É papel fundamental do radiojornalismo apoiar a sociedade e dar voz aos mais necessitados. Chantler e Harris discorrem sobre o cotidiano da redação do rádio, com suas múltiplas características. Acompanhando o raciocínio dos teóricos citados anteriormente, estas peculiaridades são como leis, que se não forem respeitadas, terão penalidades. Estas penalidades podem custar, por exemplo, a audiência da rádio. Isto porque o ouvinte pode cansar de ouvir um texto nada receptivo e procurar no dial algo mais interessante.

Chantler e Harris afirmam que o texto deve ser curto, claro, direto. Cada sentença deve conter uma idéia somente, para não confundir o ouvinte. Deve-se evitar ao máximo o uso de

longas citações. As frases devem ser curtas e simples. Decididamente, não se deve usar palavras de difícil entendimento.

Corroborando as idéias de Cantler e Harris, Marcelo Parada (2000) enumera algumas regras, que, segundo ele, são básicas e de utilidade para a produção jornalística no rádio:

- “Escrever do jeito que fala
- Colocar-se no lugar do ouvinte
- Escrever com simplicidade
- Não esquecer o verbo
- Não usar gerúndio
- Usar sempre a ordem direta
- Ler e entender o que escreveu
- Escrever números por extenso...” (Parada, 2000)

Ortriwano (1985) corrobora a estrutura radiofônica e enumera as características do rádio. A linguagem oral é a principal delas. “O rádio fala” e por isso, a fala deve ser clara e objetiva. A teórica aponta que o rádio possui um público também analfabeto e, por isso, deve falar para todas as classes.

Ortriwano analisa também a questão da mobilidade, sob dois aspectos. O primeiro, fala do emissor, que pode estar presente com mais facilidade no local dos acontecimentos e transmitir as informações mais rapidamente do que a TV, por exemplo. Já o segundo, o receptor, diz respeito ao ouvinte, que ouve os programas de qualquer lugar que esteja.

O imediatismo é outra característica fundamental do rádio. Os fatos podem ser transmitidos no instante em que ocorrem. Já a sensorialidade envolve o ouvinte, fazendo-o participar por meio da criação de um “diálogo mental” com o emissor. Ao mesmo tempo, desperta a imaginação através da “emocionalidade” das palavras e dos recursos de sonoplastia, permitindo que as mensagens tenham nuances individuais, de acordo com as expectativas de cada um.

A penetração (Ortriwano) é outra característica marcante do rádio, pois em termos geográficos ele é o mais abrangente dos meios, podendo chegar aos pontos mais remotos e ser considerado de alcance nacional. O baixo custo do aparelho receptor torna-o mais acessível e sua aquisição está ao alcance de uma parcela considerável da população.

A instantaneidade no rádio diz respeito à precisão da emissão da mensagem ao ouvinte. A mensagem precisa ser recebida no momento em que é emitida. Se o ouvinte não estiver exposto

ao meio naquele instante, a mensagem não o atingirá. No rádio, não é possível deixar para ouvir depois.

Por último, a autonomia, que é uma característica intrínseca da radiodifusão. *O rádio, livre de fios e tomadas, deixou de ser meio de recepção coletiva e tornou-se individualizado. As pessoas podem receber suas mensagens sozinhas, em qualquer lugar que estejam. Com isto, o emissor pode falar para toda sua audiência como se estivesse falando com cada um em particular* (Ortriwano, 1985: p. 81).

Num âmbito geral, podemos observar que as características do rádio como meio de comunicação de massa fazem com que ele seja especialmente adequado para a transmissão da informação. Ele tem condições de transmitir a informação com maior rapidez do que qualquer outro meio de comunicação.

### **3.2 Rádios livres ou comunitárias**

Neste contexto, surge em meados da década de 1995, um outro perfil de rádio no Brasil. As rádios comunitárias ou rádios livres<sup>6</sup> são emissoras que entram no ar sem concessão ou autorização do governo para atuarem legalmente. Estas rádios são mais conhecidas como piratas ou clandestinas.

O pioneirismo dessas rádios nos remete à década de 70, época de repressão por parte do governo militar sobre os veículos de comunicação. No início, as rádios livres eram constituídas somente por jovens interessados em “praticar a arte da radiofonia, pouco ou nada envolvidos com “grandes causas” sociais ou políticas” (Peruzzo, 1998). Depois, algumas rádios mais conscientes com a questão social engajaram-se mais efetivamente com os problemas sócio-econômico do país. Peruzzo (1998) afirma que as rádios comunitárias como um todo fazem protesto contra o sistema, a fim de conquistar liberdade de expressão.

A origem dessas rádios está intimamente ligada às experiências de rádios populares de alto-falantes (Peruzzo,1998), muito conhecidas por rádio-poste, culminante na década de 80. Atualmente, estas rádios são conhecidas como “*rádio do povo*” ou “*rádio popular*”, por tratar-se de um veículo de comunicação de fácil acesso para as comunidades.

---

<sup>6</sup> Peruzzo, Cicília. www.bocc.ubi.pt - 1998

Peruzzo analisa que as rádios comunitárias, de acordo com as experiências que estão sendo desenvolvidas<sup>7</sup>, seguem uma característica totalmente engajada com a preocupação com o social. A primeira característica relevante é que elas sobrevivem sem fins lucrativos. Os comerciais são veiculados como apoio cultural e os recursos arrecadados são revestidos para manutenção e investimento na rádio. A rádio comunitária é produto da comunidade, oferecendo programação, resolução de problemas da população e entretenimento.

Outra característica marcante das rádios livres é o favorecimento de uma programação interativa com o público. Aqui o ouvinte opina e transmite seus próprios programas. A interatividade é intrínseca destas rádios. Peruzzo afirma ainda que a valorização da cultura local é essencial para resgatar os valores morais, educacionais e sociais, tão difundidos nas rádios comunitárias. O compromisso com a educação é talvez a peculiaridade mais relevante nestas rádios. Formar cidadãos pensantes, capazes de reivindicar pelos seus direitos e lutar pelo bem estar social é uma meta das rádios, que vêem o público não como consumidores, mas como cidadãos, dignos de respeito. É característica também democratizar o poder de comunicação (Peruzzo, 1998), no intuito de ensinar as técnicas de rádio para todos aqueles que gostam de rádio e têm vontade de aprender a manejar os equipamentos.

Podemos observar que as rádios comunitárias têm uma forte ligação com os cidadãos, contribuindo para o crescimento e a disseminação da cultura, educação e do bem estar social. São atribuídas a elas um caráter restritamente público e elas são consideradas engajadas nas atividades comunitárias, contribuindo também para o desenvolvimento social na construção da cidadania.

### **3.3 Rádios *all news***

Os programas em uma emissora *all news* podem ser jornais ou programas jornalísticos propriamente ditos. Estes têm como peculiaridade uma abrangência maior com o aprofundamento dos temas, e sem preocupação com a brevidade que caracteriza o jornal de rádio. O programa também está comprometido com o caráter instantâneo da notícia, mas, por sua característica, tem espaço para mais reportagens, entrevistas, debates e mesas redondas.

---

<sup>7</sup> Em seu texto “Participação nas Rádios Comunitárias no Brasil”, Peruzzo faz uma análise das rádios livres, que são divididas em piratas e comunitárias. A primeira, tem preocupação estritamente com o lucro e os rendimentos com os comerciais. A segunda, é engajada com o social, com a comunidade e com a prestação de serviço. [www.bocc.ubi.pt](http://www.bocc.ubi.pt). Acessado em abril de 2005.

Para elucidar as características da rádio *all news* podemos citar a Rádio Jovem Pan de São Paulo, que revolucionou a radiodifusão brasileira ao optar, no início da década de 70, por um jornalismo “*atuante e participativo, seguido por intensa prestação de serviços que se transformou em um marco da história do radiojornalismo do país*”<sup>8</sup>.

De acordo com o *site* da rádio, a emissora criou um novo estilo de rádio, no que diz respeito à prestação de serviço, representando um canal aberto da população com as autoridades de todos os lugares do país.

A rádio Gauíba, localizada em Porto Alegre, Rio Grande do Sul, surgiu em meados de 1957 e desde então buscou qualidade e cultura para os ouvintes<sup>9</sup>. No ano seguinte, a Guaíba interage com a população gaúcha, engajada num jornalismo de qualidade, prestação de serviços e com uma programação identificada com os interesses da comunidade gaúcha

...Para as crianças, produz programas infantis, como Teatrinho Cacique, patrocinado por uma revista editada pela Secretaria da Educação, com o nome de “Cacique”. Para os adultos oferece uma série de atrações, principalmente à noite, quando a cultura e o bom gosto enchem os lares gaúchos. É dessa época o programa “As ruas Contam Histórias”, que informa e diverte ([www.gauiba.com.br](http://www.gauiba.com.br)).

A rádio Itatiaia, também pioneira numa programação efetivamente jornalística, surgiu em 1952, sem a menor estrutura para enfrentar suas concorrentes naquela época. Segundo a emissora, ela é hoje a mais importante rádio AM e FM de Minas Gerais<sup>10</sup> e está entre as oito principais do Brasil.

Por fim, como exemplo, a rádio Central Brasileira de Notícias, a CBN, é uma das rádios que mais prima por um jornalismo efetivo e veicula notícias 24 horas por dia, todos os dias da semana. Surgida em 1991, a CBN, hoje, está instalada em 15 Estados brasileiros, distribuídas em 24 emissoras. Seus programas jornalísticos são fundamentados num jornalismo preciso, muito bem elaborado e com aprofundamento dos temas discutidos.

---

<sup>8</sup> [www.jovempan.com.br](http://www.jovempan.com.br), acessado em abril de 2005.

<sup>9</sup> [www.guaiba.com.br](http://www.guaiba.com.br), acessado em abril de 2005.

<sup>10</sup> <http://www.radiojornalismo.com.br/midiatexto/midiatexto31.htm>, acessado em abril de 2005.

## 4 CAPÍTULO 3

### **Análise empírica dos programas jornalísticos das rádios *CBN* e *Favela***

O rádio cumpre uma relevante função na área educativa e social, propiciando aos ouvintes questões triviais, como luta pelos direitos, higiene, trânsito, impostos e até a informação da hora certa.

Como todo veículo de comunicação, o rádio, com suas peculiaridades marcantes, tem como propósito a objetividade, simplicidade, clareza e concisão. Esses adjetivos são parâmetros indispensáveis para o processo de construção da linguagem radiofônica. O improviso, o fazer ao vivo, o imediatismo, a necessidade da síntese e a longa e constante sedução ao ouvinte são peças-chaves na produção do rádio.

O que motiva este estudo é uma análise comparativa da produção jornalística das rádios *CBN* Belo Horizonte e *Favela FM*, que fazem tipos de jornalismo diferentes. A primeira, voltada para um público de classe A/B e grande parte dele com nível superior, acima de 30 anos e economicamente ativos<sup>11</sup>. A última, comunitária, com perfil popular, não tem exatamente um público-alvo. Sua programação é eclética, para todas as idades e para todas as classes sociais<sup>12</sup>.

#### **4.1 Breve histórico da *Favela FM***

A *Favela FM* é uma rádio comunitária que existe desde 1979<sup>13</sup>. Em 1981 ela começa a ser transmitida com o jargão “a voz do morro”. O objetivo da rádio é fomentar a cultura, música e os ideais negros aos moradores da favela. Levantou a bandeira da conscientização contra as drogas, que começava a ganhar força no morro.

Considerada pirata, em 2000 foi autorizada pelo Ministério das Comunicações a operar como emissora educativa. É uma rádio eclética musicalmente falando. O jornalismo também se faz presente em sua programação. Antes de se tornar legalizada, a *Favela FM* era transmitida somente no aglomerado da Serra. Hoje, alcança toda a capital e Região Metropolitana de Belo Horizonte. Seu público-alvo também é muito eclético, abrangendo de crianças à terceira idade.

---

<sup>11</sup> Dados retirados do site [www.radioclick.globo.com/cbn](http://www.radioclick.globo.com/cbn), acessado em abril de 2005.

<sup>12</sup> Dados informados pelo fundador da rádio, Misael Avelino

<sup>13</sup> Dados retirados do site [www.radiofavelafm.com.br](http://www.radiofavelafm.com.br), acessado em abril de 2005.

## **4.2 Breve histórico da CBN**

A rádio *CBN* foi criada em 1º de outubro de 1991 e hoje está presente nas maiores cidades e capitais do país. Privilegia essencialmente o jornalismo de cobertura nacional. A valorização e o investimento no jornalismo econômico e político deixam para trás a pauta de caráter comunitário.

Com um perfil, segundo a emissora, que zela pela isenção e independência da informação, a notícia, antes de ser veiculada, deve ser exaustivamente checada e confirmada. A *Central Brasileira de Notícias* é uma rádio que tem 24 horas de jornalismo no ar e é considerada a maior rede de emissoras *all news* do país.

Em 1997, “a rádio que toca notícias” passou por uma reformulação em sua grade de programação, que veio ampliar o conceito de rede nacional da emissora. Com isso, ampliou-se o número de filiadadas pelo país com o intuito de uma maior integração nacional.

A rádio *CBN* liga os ouvintes na possibilidade de tomarem conhecimento de algo novo, uma notícia de algum fato inusitado. Até o ano de 1999, o público da *CBN* não participava diretamente da programação, com opiniões ou informações sobre o que acontece no bairro do amigo, por exemplo. Foi no ano seguinte que a *Central Brasileira de Notícias* passou a veicular informações oriundas dos ouvintes, com um detalhe importante: as manifestações do público eram gravadas, selecionadas e editadas. Diferentemente da *Favela*, que tem como função primordial dar voz ao ‘povo do morro’.

## **4.3 Análise dos programas jornalísticos**

Para realização da análise comparativa neste estudo, foram gravadas 15 horas de programação das rádios *CBN* Belo Horizonte e *Favela FM*, em cinco dias, entre 02/05/2005 e 06/05/2005. As gravações foram realizadas num horário único para as duas rádios. Tomei como referência o jornal *CBN Belo Horizonte*, que começa às 9h30 e termina às 12 h. É nesse parâmetro que foi gravado o jornal da *Favela FM*. É necessário estabelecer alguns critérios para melhor análise dos programas, levando-se em conta os gêneros jornalísticos, as formas de participação dos ouvintes e o tratamento dos apresentadores em relação aos ouvintes.

Num trabalho muito criterioso e extenso, percebe-se uma diferença muito grande em relação à quantidade de reportagens e entrevistas. A duração de cada uma delas é extremamente

desigual. A tabela a seguir evidencia o fazer jornalístico dos dois programas. A *Central Brasileira de Notícias* possui vários jornalistas na redação e nas ruas, enquanto que na *Favela*, não há esse profissional. A rádio *CBN* é exclusivamente noticiosa e jornalística e a *Favela FM* é uma rádio de entretenimento.

CATEGORIA	FAVELA FM	CBN
NOTA	11 (13 minutos e 5 segundos)	18 (11 minutos e 22 segundos)
NOTÍCIA	10 (23 minutos e 46 segundos)	16 (9 minutos e 30 segundos)
REPORTAGEM	01 (3 minutos e 58 segundos)	35 (64 minutos e 17 segundos)
ENTREVISTA	01 (2 minutos e 7 segundos)	18 (105 minutos e 26 segundos)
COMENTÁRIOS	Todas as notícias são seguidas de comentários	04 (6 minutos e 17 segundos)
DEBATE	00	04 (34 minutos e 29 segundos)

**Fonte : Rádio *CBN* e rádio *Favela FM*, entre os dias 02/05 e 06/05/2005, de 9h30 às 12 h**

É importante ressaltar o significado das categorias jornalísticas abordadas na análise. A nota é informação dada pelo repórter ou até mesmo pelo âncora sobre algo relevante, porém sem aprofundar muito sobre o fato. Notícia é a versão dos acontecimentos. Nesse gênero, o jornalista aprofunda um pouco mais a informação, dando-nos uma noção sobre o que está sendo divulgado. Já a reportagem é uma notícia muito mais complexa. O repórter tem que apurar e checar a informação com fontes e correr atrás de todos os detalhes da notícia para que ela seja a mais completa possível. A entrevista é um gênero jornalístico que requer técnica e capacidade profissional, pois se não for bem conduzida estará fadada ao fracasso. O jornalista tem que estar por dentro do assunto abordado e interagir com o que vai ser discutido na entrevista. É talvez uma das mais difíceis funções do jornalista, pois qualquer tropeço do profissional pode ser fatal. O comentário é a modalidade na qual o jornalista dá sua opinião a respeito de algum fato importante.

Ao analisar as rádios *Favela FM* e *CBN* podemos perceber diferenças e diversidades nas linhas editoriais. O perfil jornalístico de cada emissora é distinto nesse aspecto. Observa-se uma discrepância de veiculação de reportagem e entrevista nessas rádios. O tempo de reportagem dedicado pela rádio *CBN* é muito superior ao da *Favela*. São quase 65 minutos de reportagens com jornalistas nas ruas da capital. Foram ao ar 23 notícias da *Favela*, enquanto que na *Central*

*Brasileira de Notícias*, 95 notícias foram veiculadas. Observa-se também um aprofundamento dos conteúdos nas matérias da *CBN*, diferentemente da *Favela*.

#### **4.3.1 Rádio *Favela FM***

Em se tratando de uma rádio comunitária e sem fins lucrativos, a *Favela FM* tem papel fundamental na formação educativa e cultural da sociedade. Em tese, a emissora deve primar pelo desenvolvimento da comunidade, nos âmbitos social e intelectual. A rádio funciona como um tipo de serviço de utilidade pública e tem preocupação com a conscientização das crianças e adolescentes do morro em relação às drogas e com a *malandragem*<sup>14</sup>. Em contrapartida, percebe-se um certo tipo de preconceito por parte de Misael Avelino dos Santos e Nerimar Vanderley Fernandes, apresentadores, em relação ao “povo do asfalto”, pessoas que moram fora do aglomerado da Serra. Muitas das vezes há críticas infundadas sobre elas. Percebe-se que por ser do “asfalto”, as pessoas são superiores às pessoas do morro. É o preconceito sócio-econômico que se verifica na conduta dos apresentadores. Uma rádio comunitária não pode e não deve disseminar o preconceito e a discriminação para o povo.

Na análise empírica da rádio *Favela FM* observa-se que o discurso radiofônico é pautado pelo cotidiano dos seus ouvintes. Através da mensagem, a rádio relata os acontecimentos da vida cotidiana. Essa aproximação possibilita ao ouvinte um sentimento de identificação. O programa jornalístico da *Favela FM*, na teoria, deveria ser veiculado todos os dias, ao final de cada hora. Porém, na prática, não se tem um horário definido. O jornal, com notícias com poucas notícias, não acontece no final de cada hora.

A rádio apresenta uma prática informal e bastante improvisada. Os jornais nem sempre começam no horário estabelecido. O horário de gravação da *Favela*, de 9h30 às 12 h, teve como locutor dois fundadores da rádio, Nerimar Vanderley e Misael Avelino.

---

<sup>14</sup> Termo usado pelos locutores a respeito das pessoas ociosas.

#### **4.3.1.1 Análise das notícias**

Falaremos das notícias que foram mais interessantes durante o percurso das análises. No dia 2 de maio de 2005, foram veiculadas quatro notícias e, dependendo do *frisson* que pode causar cada uma, os comentários são inevitáveis. Por exemplo, a notícia de uma norueguesa que foi condenada a nove meses de prisão e obrigada a pagar uma quantia de 4.500 euros por ter feito sexo oral com um homem que dormia deixou o locutor eufórico e debochado. Essa notícia durou 4 minutos e 5 segundos, pois Nerimar fazia comentários e explicava várias vezes ao ouvinte, nos mínimos detalhes. Já uma notícia sobre acidente na avenida Afonso Pena teve a duração de 29 segundos.

Em contrapartida, a rádio também funciona como serviço de utilidade pública e rede de comunicação entre as pessoas da favela. Ela veicula, por exemplo, informações como cursos de computação gratuitos para a população carente.

Os locutores Misael Avelino e Nerimar Vanderley falam o tempo todo da importância de estudar e não se envolver com drogas. E entre uma notícia e outra, eles discorrem sobre a situação política, econômica e cultural do país, endereçando severas críticas ao governo, principalmente a Aécio Neves, chamado de “meu vizinho”.

A linguagem usada pelos locutores é coloquial e informal, com erros de concordância verbal, frases incompletas, falta do “s” nos plurais e do “r” no final dos verbos, redundância, uso de gírias etc. O tempo inteiro Misael e Nerimar agradecem aos ouvintes pela audiência e mandam abraços para inúmeras pessoas. A informalidade está presente na programação e os locutores buscam estabelecer uma relação afetiva e de proximidade com os ouvintes.

O tempo total dedicado ao jornalismo na rádio *Favela FM* é de 74 minutos e 27 segundos, nesses cinco dias de análise. A informalidade também se destaca na hora do jornalismo. Entre uma notícia e outra, o locutor faz comentários, debocha, ironiza, critica, revolta-se.

#### **4.3.1.2 Notas**

Ao todo foram veiculadas 23 notícias, dos quais 11 foram notas simples. Podemos considerar que são notas simples, pelo fato de não ter muito conteúdo e aprofundamento das notícias. Em dois momentos há informação sobre o tempo em Belo Horizonte e na Região

Metropolitana. Aqui, considere também como nota simples por não ter um aprofundamento do conteúdo. Em suma, o jornal é, na maioria das vezes, composto por notas simples. Não existe uma preparação mais aprofundada, com apuração de repórteres nas ruas.

#### 4.3.1.3 Reportagem

No dia 3 de maio, Nerimar noticia o seminário sobre a cobertura da mídia nos casos de abusos contra menores. Nesse momento, o locutor chama o “repórter”, que é um morador do morro, ouvinte e também locutor da rádio. Ele dá informações ao vivo, direto do seminário. Numa linguagem absolutamente informal e cheia de gírias, o “repórter” faz um balanço do evento e dá sua opinião sobre o assunto. Essa matéria dura 3 minutos e 58 segundos. Aqui, considere como matéria, pois teve a participação de um “repórter” de rua com detalhes do evento. É necessário reproduzir alguns trechos da cobertura feita pelo “repórter” da *Favela FM*.

- Hudson Carlos, bom dia! (Nerimar)

- Bom dia Nerimar, bom dia a todos os escutantes aí, ouvintes da rádio Favela! Bom dia a todo aglomerado e demais favelas sintonizados na rádio, né... a gente tá aqui nesse seminário igual ce já bem colocou... seminário de exploração sexual de crianças e adolescentes na cobertura da mídia e a gente sabe que toda violência cometidas contra crianças e adolescentes. Uma das mais graves é a violência sexual, né... (Hudson Carlos)

- (continua)... né, e a gente sabe que tem acontecido muito disso hoje na mídia, né, que põe lá matéria, pai estru... padrastru estrupa entia e assim por diante e muitas vezes, né... coloca essas matérias sem pensar no conflito que isso causa é... pro adolescente, essa exposição dele, da família dele, de toda essa situação que ele viveu... né? (Hudson Carlos)

- (continua)... E no mais, a gente, né... (pausa) se o pessoal quiser dá uma chegada aqui na Uma, podem vim... é convidado, ta... ainda dá tempo de participar um pouco, ta bom? (Hudson Carlos)

- A Una fica em qual endereço? (Nerimar)

- Olha, fica aqui acima da João Pinheiro, ta... eu não sei... (perguntando para outra pessoa) ...essa rua é Aimorés, né? (Hudson Carlos)

- Aimorés, 1451, no Centro... (Nerimar)

- Pó (rindo) essa rua é grande viu... (muitos risos) (Hudson Carlos)

- Aimorés, 1451, no bairro de Lourdes, aqui em Belo Horizonte (Nerimar)

- Podes crê! (Hudson Carlos)

- Tá beleza? (Nerimar)

- Beleza! Um bom dia pra todos, agradeço aí também, né, a participação aí... (pausa) ... na, nessa programação da manhã, né... e um bom dia pra todos e pra você também Nerimar Vanderley. (Hudson Carlos)

- Cê ta no café agora, hein! (Nerimar)

- Firmeza total aí! (Hudson Carlos)
- He, he, he, he, he (muitos risos) (Nerimar)
- Até mais... (Hudson Carlos)
- Um abraço (Nerimar)
- Vamo se papai! (risos) (Hudson Carlos)
- Então era! (risos) (Nerimar)
- Firmeza... (risos) é nós vovô! (Hudson Carlos)
- Parabéns! (Nerimar)

(Voltando para o estúdio)

- Parabéns ao nosso grande amigo, Hudson Carlos, que vai ser papai... olha, já é né! Que já encomendou, então já é.

#### **4.3.1.4 Editorias**

Dividindo as notícias em editorias, encontramos somente três sobre política, a primeira falando sobre o mal estar entre o Brasil e a Argentina, com duração de 1 minuto e 5 segundos; a segunda aborda a questão sobre o Código de Condutas para Taxistas, elaborado pela Prefeitura de Belo Horizonte, com duração de 1 minuto e 1 segundo, e a última informa que o Ministro Nilmário Miranda e o representante do Ministério da Justiça assinaram acordo de cooperação para troca de informações sobre desaparecidos políticos, durante a ditadura militar.

Há ainda duas notícias sobre comportamento, quatro sobre polícia e apenas uma sobre cultura. Foram ao ar duas notícias internacionais. Houve também a informação sobre o tempo em Belo Horizonte e na Região Metropolitana.

Nerimar Vanderley fala sobre o polêmico caso que a mídia massificou durante muito tempo a respeito do caso do apresentador de televisão Gugu Liberato e o ator Tiago Lacerda. A justiça considerou que houve realmente dolo por parte do apresentador ao leiloar a cueca de Tiago Lacerda, sem sua permissão, para internautas, a fim de ajudar numa campanha beneficente. Gugu Liberato terá que indenizar o ator em 1 milhão de reais. Dividindo em editorias, classifica-se essa informação como notícias nacionais, apesar de ter tom meramente de uma *fofoca*. Teve uma duração de 4 minutos e 5 segundos.

Três informações foram consideradas como prestação de serviços, que, aliás, deveria ser o grande forte da rádio *Favela*. Uma nota, com duração de 19 segundos, e uma entrevista, com duração de 2 minutos e 7 segundos. A participação de um ouvinte, com duração de 7 minutos, teve caráter estritamente de prestação de serviço à comunidade. Essa participação foi gancho para uma notícia também de caráter comunitário. Somente uma nota sobre esporte, abrangendo Cruzeiro e Atlético, com duração de 20 segundos, foi veiculada.

#### **4.3.1.5 Participação dos ouvintes**

A participação dos ouvintes é recorrente durante toda a programação da rádio. Porém, durante o programa jornalístico, somente um ouvinte entra ao vivo para reclamar dos serviços da Copasa. Sua participação teve duração de 7 minutos e 10 segundos. O locutor faz um apelo à Copasa, pedindo, em nome do ouvinte, que se tome todas as providências possíveis para sanar o problema.

No dia 6 de maio, último dia de análise, entre 9h30 e 12 h, apenas uma notícia foi veiculada. Nesse ínterim, o locutor Nerimar Vanderley não esteve presente na programação e sim, um locutor italiano, que é ouvinte e presta serviço voluntário à rádio, fazendo comentários sobre a programação cultural para o fim de semana em Belo Horizonte.

#### **4.3.1.6 Perfil da rádio**

O tipo musical mais tocado na *Favela FM* é o *rap*, *hip hop* e *soul*. O *axé music* não é tocado na programação, porque, segundo Misael Avelino, “não é um tipo musical que fala da realidade dos moradores da comunidade”<sup>15</sup>. As músicas comerciais são as mais executadas na emissora, porém as músicas educativas também fazem parte da grade de programação da *Favela FM*.

Durante todo o dia são veiculados programas musicais e ao final de cada hora, um mini jornal, com as principais notícias do dia, de Minas, do Brasil e do mundo. Analisando de uma forma mais criteriosa, o forte da rádio é o programa musical. A produção jornalística é uma preocupação secundária na *Favela FM*.

#### **4.3.2 Rádio CBN**

---

<sup>15</sup> Dados informados pelo fundador da rádio, Misael Avelino dos Santos.

Na análise empírica da rádio *CBN* verifica-se, diferentemente da *Favela FM*, muitas entrevistas e reportagens, todas elas aprofundadas, sobre temas variados. É uma rádio exclusivamente noticiosa e o alicerce de seu conteúdo é o jornalismo. A preocupação com a transparência e qualidade da informação é de extrema importância na produção da notícia. Começando pela duração do jornalismo, que dedica duas horas e meia de programa. Foram veiculadas 95 notícias, dentre elas, entrevistas, debates, comentários, notas, reportagens e *flashes* ao vivo. Temas variados foram abordados a partir de fontes importantes, secretária de Saúde, diretor de exposição de renome no mercado pecuário etc. Não foram contabilizadas nesse montante as participações dos ouvintes por *e-mail*, *fax* ou telefone. Algumas das participações foram resultantes de notícias a respeito da política e economia brasileira.

#### **4.3.2.1 Perfil do programa jornalístico**

Foram observadas entrevistas com duração de três a quase 11 minutos. Este tempo variou muito, de acordo com a importância da notícia. A participação dos ouvintes é restrita e eles não falam diretamente durante o programa. Porém, seus *e-mails*, *fax* e telefonemas são lidos pela apresentadora, Fabiana Arreguy, ao vivo. A linguagem usada pela locutora é estritamente formal e às vezes até rebuscada. Na *CBN* não existe o agradecimento informal, como na rádio *Favela*, muito menos se usa saudar os ouvintes com abraços e beijos.

Com o *slogan* “a rádio que toca notícia”, a *Central Brasileira de Notícias* tem o formato *all news* e traz a cobertura dos principais fatos do País e do exterior. É caracterizada por ser uma emissora plural e que dá espaço para as diversas vozes da sociedade. Percebeu-se uma cobertura muito apurada e aprofundada das notícias.

O jornal *CBN Belo Horizonte* começa às 9h30, com o *Repórter CBN*, com as principais notícias do dia a cada meia hora. São notícias que englobam assuntos do Brasil e do mundo. Em seguida, o *CBN Energia*, que pontua temas ligados à energia elétrica e seus compostos relacionados ao meio ambiente. Por fim, o jornal da *CBN Belo Horizonte*, com um jornalismo dinâmico e uma equipe de repórteres em toda cidade e região. O investimento em produção de notícias é prioridade da *Central Brasileira de Notícias*.

#### **4.3.2.2 Entrevista**

Nesse tópicos abordaremos apenas algumas das principais entrevistas que foram veiculadas ao longo do jornal. No dia 3 de maio, o jornal *CBN Belo Horizonte*, assim como a rádio *Favela*, noticiou o seminário com especialistas na área de Defesa dos Direitos das Crianças e dos Adolescentes e os profissionais da mídia sobre a cobertura dos casos de exploração sexual nos meios de comunicação. A informação dada pela âncora do jornal foi concluída com uma entrevista de 5 minutos e 34 segundos com o responsável pelo evento. Vamos também analisar um pequeno trecho da entrevista:

- Bernardo, bom dia, obrigada por nos atender. Eu sei que você saiu da mesa de debates aí, né...

- É, bom dia, obrigado por você ta dando este espaço aí pro nosso seminário.

- A publicação de casos de exploração sexual pela mídia, ajuda ou prejudica no combate a esse crime, Bernardo? A quais conclusões vocês chegaram sobre isso até agora?

- Bom, tem uma série de recomendações que a gente elaborou a partir de uma reunião que foi feita em 2002, por jornalistas e especialistas da área de infância e adolescência, é... (continua)

- E, no caso, essas recomendações passam por está questão de não é... expor mais a vítima. Na verdade, o que vocês recomendam então é que não sejam reportagens sensacionalistas só pra comover, mas realmente uma... uma... mostrar uma realidade que tem que ser combatida, né?

- É... porque muitas vezes o foco fica na pessoa em si e não na situação no contexto onde ela acontece... (continua)

- Agora, Bernardo, vocês tão discutindo... é, nessa questão da mídia, a própria mídia, no caso, a internet, passa a ser um instrumento até mesmo de propagação da exploração sexual, isto também ta sendo discutido?

- Ta sendo discutido, não exatamente aqui nesse seminário, né... (continua)

A entrevista teve uma cabeça, quer dizer, pequena introdução sobre o assunto discutido, com duração de 13 segundos feita pela própria âncora. Observa-se que a notícia sobre o seminário é mais complexa, envolvendo a participação direta do responsável pelo evento. As questões levantadas pela apresentadora são mais elaboradas e aprofundadas. Por se tratar de uma rádio essencialmente *all news*, a *CBN* tem preocupação com algumas das regras do texto radiofônico: frases curtas e objetivas, expressando uma idéia em cada uma delas e empostação da voz, para dar mais dinamismo ao texto.

A linguagem usada pela locutora é mais polida, apesar de às vezes engolir algumas sílabas, por exemplo, “tão”, ao invés de estão, e “ta”, no lugar de está.

#### **4.3.2.3 Reportagem**

Diante de 18 reportagens veiculadas no programa da *CBN Belo Horizonte*, a mais chamativa foi a do dia 6 de maio, em que a âncora chama o repórter ao vivo, do centro de Belo Horizonte, para noticiar uma tentativa de suicídio. Em momento algum o repórter cita a palavra suicídio. Ele explica aos ouvintes a situação desesperadora do homem no alto de um prédio na avenida Afonso Pena e a luta do Corpo de Bombeiros para tentar salvá-lo. Esse é um tipo de notícia que não deve ser veiculada na mídia e quando essa mídia é uma rádio que prima pela qualidade da informação jornalística, por excelência, pesa muito mais. A notícia teve duração de 1 minuto e 11 segundos.

No geral, a rádio *CBN* obedece os critérios de rádio *all news*, quer dizer, essencialmente informativa e preocupada com uma informação de qualidade para os ouvintes. A rádio não veicula música em momento algum. Somente comerciais nos intervalos e produção jornalística o tempo todo.

#### **4.3.2.4 Comentários**

Os quatro comentários feitos durante o jornal *CBN Belo Horizonte* foram articulados por jornalistas da emissora a respeito de informações veiculadas no programa. Um deles foi sobre esporte, em que o comentarista falava sobre o Atlético Mineiro. Nesse gênero jornalístico, o profissional deve ser muito bem informado sobre as questões que estão em voga no momento. Deve também ter uma fundamentação sólida a respeito do assunto tratado. Essas devem ser as características primordiais de um comentarista de rádio.

#### **4.3.2.5 Debate**

Nesse gênero jornalístico, assim como na entrevista, o jornalista deve ser um profissional dinâmico e bem articulado. Os quatro debates que foram ao ar no programa da *CBN* tiveram duração de 34 minutos e 29 segundos. O mais interessante deles foi a informação do seminário sobre a cobertura da mídia nos casos de abusos contra crianças e adolescentes. Além de ter sido veiculada como entrevista, foi assunto de debate para especialistas sobre o tema, com duração de 6 minutos e 10 segundos. A rádio *Favela* não teve, dentro de seu programa, esse gênero jornalístico.

#### **4.3.2.6 Nota**

Ao todo foram veiculadas 18 notas no programa *CBN Belo Horizonte*, num total de 11 minutos e 22 segundos. Mesmo sendo nota simples, esse perfil jornalístico na emissora tem uma fundamentação sólida.

## CONSIDERAÇÕES FINAIS

Na análise empírica dos programas jornalísticos *Favela FM* e *CBN Belo Horizonte* podemos concluir que ambas cumprem com seus respectivos papéis. A primeira, comunitária, que em tese, prima pela educação e cultura de uma determinada localidade e a segunda, essencialmente *all news*, com uma preocupação em fazer um jornalismo autêntico e de qualidade.

A programação de uma rádio comunitária deve conter informação, lazer, manifestações culturais, artísticas, folclóricas e tudo aquilo que possa contribuir para o crescimento e desenvolvimento da comunidade como um todo. No geral, a rádio *Favela FM* cumpre com esses objetivos, com algumas ressalvas.

Cabe aqui ressaltar que, dentre os objetivos das rádios comunitárias, citados durante toda a monografia, está o comprometimento com a informação. É uma das características mais relevantes do rádio, informar o ouvinte sobre os acontecimentos do país e do mundo. Porém, quando veiculada a notícia de utilidade pública, como foi o acidente na avenida Afonso Pena, Nerimar Vanderley é breve e a notícia teve duração de apenas 29 segundos.

Analisado no capítulo 1, o Jornalismo Cívico tem como objetivo primordial a preocupação com o público e com a ajuda solidária às pessoas, no sentido de superarem sentimentos de impotência e alienação, estimulando-as e envolvendo-as para uma responsabilidade sobre problemas comunitários. Comparando suas características aos programas estudados, observamos que ambas praticam sim, um tipo de jornalismo público, cada uma com seu perfil e linguagem distintas.

A rádio *Favela FM*, com suas características de rádio comunitária, privilegia seu público com uma programação muito próxima do jornalismo engajado. Vale ressaltar aqui que a rádio não prima por um jornalismo autêntico, com as peculiaridades estudadas pelos teóricos do primeiro capítulo. É engajado no sentido de levar aos ouvintes uma programação voltada para as necessidades da comunidade. Percebe-se que os locutores da *Favela* têm a preocupação de dar aos cidadãos informações de utilidade pública. Segundo a análise, podemos observar que a rádio tem uma certa facilidade de fazer com que as pessoas cumpram o papel delas na sociedade, exercendo a cidadania e tornando-os seres questionadores. Eles maximizam a participação dos cidadãos na vida pública.

A rádio *CBN* também se destaca pelo papel relevante que ocupa na mídia. É uma rádio exclusivamente noticiosa e, por isso, prima por um jornalismo de qualidade. Uma das características do Jornalismo Cívico é uma chamada aos jornalistas para o fato de que os seus ouvintes são, antes de tudo, cidadãos, depois, consumidores. Diferentemente da *Favela*, que nos intervalos dos programas só veicula apoio cultural e não propagandas comerciais, a rádio *CBN* não tem essa característica de rádio comunitária. Aqui os ouvintes também são consumidores.

A rádio *CBN* com um perfil, segundo a emissora, que zela pela isenção e independência da informação, tem a notícia como carro chefe, e antes de ser veiculada, deve ser exaustivamente checada e confirmada. A *Central Brasileira de Notícias* é uma rádio que tem 24 horas de jornalismo no ar e é considerada a maior rede de emissoras *all news* do país. Com todos esses aspectos, a rádio também cumpre o dever de informar o cidadão e está dentro dos autênticos padrões das produções jornalísticas.

Observa-se ainda, seguindo as premissas do Jornalismo Cívico, que a imprensa, cumprindo bem o seu papel de informar, já seria um serviço público prestado ao cidadão. É o que acontece com a programação da *CBN*, quer dizer, a emissora preza, em tese, pela qualidade, imparcialidade e objetividade de seus noticiários. Em contrapartida, na *Favela* não constatamos qualidade no jornalismo, pois a rádio não tem tanto compromisso com a produção jornalística e sua essência não é jornalismo e sim, entretenimento. As rádios comunitárias seguem uma característica totalmente engajada com a preocupação com o social. Elas são produtos da comunidade e oferecem programação, resolução de problemas da população e lazer, e isso é verificável na rádio *Favela*, uma vez que os próprios ouvintes são, digamos que, mentores da programação.

Outra característica marcante que percebemos durante a análise comparativa é que na *Favela* existe o favorecimento de uma programação interativa com o público. Aqui o ouvinte opina e transmite seus próprios programas. Já na *Central Brasileira de Notícias*, há um limite entre ouvinte e locutor. A participação efetiva dos ouvintes não é possível, apenas são lidos seus *e-mails* e *fax*, com no máximo um comentário.

Em suma, podemos considerar que os programas jornalísticos da *CBN Belo Horizonte* e *Favela FM* têm papel relevante na comunidade, pois auxiliam os ouvintes sob o aspecto de torná-

los cidadãos questionadores e pensantes, dentro de uma sociedade que é regida por leis e costumes distintos.

## PESQUISA BIBLIOGRÁFICA

BARBEIRO, Heródoto,; LIMA, Paulo Rodolfo de. “Manual de radiojornalismo: produção, ética e Internet”. Rio de Janeiro: Campus, 2001.

CHANTLER, Paul e Harris, “Sim. Radiojornalismo”. São Paulo: Summus, 1998.

FEDERICO, Maria Elvira Bonavita. “História da comunicação: rádio e TV no Brasil”. Petrópolis: Vozes, 1982.

GENRO FILHO, Adelmo. “O segredo da pirâmide: para uma teoria marxista do jornalismo”. Porto Alegre, Tchê, 1987.

IN TRAQUINA, Nelson (Org). “Jornalismo: questões, teorias e “estórias””. Lisboa. Ed. Veja, 1999.

KUNCZIK, Michael. “Conceitos de jornalismo: Norte e Sul”. ed. São Paulo: EDUSP, 1997.

MOTTA, Luiz Gonzaga. Texto: “Teoria da notícia: as relações entre o real e o simbólico”, 2002.

MOTTA, Luiz Gonzaga. “O trábalo simbólico da notícia”. Barcelona: CNPq, 2002.

ORTRIWANO, Gisela Swetlana. “A informação no rádio: os grupos de poder e a determinação dos conteúdos”. São Paulo: Summus Editorial, 1985.

PARADA, Marcelo. “Rádio: 24 horas de jornalismo”. São Paulo: Panda, 2000.

RINCÓN, Omar; MARTÍN B., Jesús et al. Televisão pública: do consumidor ao cidadão. São Paulo: Friedrich Ebert Stiftung, 2002.

RODRIGUES, Adriano Duarte. “Estratégias da comunicação: questão comunicacional e formas de sociabilidade”. Lisboa: Presença, 1997.

SOUSA, Jorge Pedro. “As notícias e os seus efeitos: as 'teorias' do jornalismo e dos efeitos sociais dos media jornalísticos”. Coimbra: MinervaCoimbra, 2000.

SILVA, Luiz Martins. “Imprensa e cidadania: possibilidades e contradições, In Motta, Luiz Gonzaga (org), Imprensa e poder”. Brasília: UnB, 2002.

TRAQUINA, Nelson. “O estudo do jornalismo no século XX”. Editora Unisinos. São Leopoldo, RS, 2001.

WOLF, Mauro. “Teorias da comunicação”. ed. Lisboa: Presença, 1995.

Sites pesquisados:

<http://www.mre.gov.br/cdbrasil/itamaraty/web/port/comunica/radio>

[www.radiofavelafm.com.br](http://www.radiofavelafm.com.br)

<http://intercom.locaweb.com.br/index.shtml> - A compreensão da mensaagem no radiojornalismo :  
uma aboradagem cognitiva. Eduardo Meditsh, 2003

[www.radiojornalismo.com.br](http://www.radiojornalismo.com.br)

[www.cbn.com.br](http://www.cbn.com.br)

[www.jovempan.com.br](http://www.jovempan.com.br)

[www.guaiba.com.br](http://www.guaiba.com.br)

[www.itatiaia.com.br](http://www.itatiaia.com.br)

[www.bocc.ubi.pt](http://www.bocc.ubi.pt) - Participação das Rádios Comunitárias no Brasil. Cicília M. Krohling Peruzzo

<http://wmail.faac.unesp.br/~pcampos/Introducao%20ao%20Radiojornalismo.htm>

[www.telejornalismo.com](http://www.telejornalismo.com)