



## Reposicionamento do radiojornalismo frente aos novos desafios da migração do AM para o FM: análise de caso de quatro emissoras tradicionais

LOPEZ, Debora Cristina<sup>1</sup>; PRATA, Nair<sup>2</sup>; DEL BIANCO, Nelia<sup>3</sup>; ZUCULOTO<sup>4</sup>, Valci; FARIAS, Karina<sup>5</sup>.

Universidade Federal de Ouro Preto (UFOP); Universidade Federal de Ouro Preto (UFOP); Universidade de Brasília (UnB); Universidade Federal de Santa Catarina (UFSC); Universidade Federal de Santa Catarina (UFSC)

**Resumo:** O artigo discute o reposicionamento de emissoras AM jornalísticas que migraram para o FM, com base em dados da pesquisa nacional de tipo quali-quantitativa (FLICK, 2009)

---

<sup>1</sup> Doutora em Comunicação e Cultura Contemporâneas (UFBA). Professora do Programa de Pós-Graduação em Comunicação e da graduação em Jornalismo da Universidade Federal de Ouro Preto. Coordena o Grupo de Pesquisa Convergência e Jornalismo (ConJor) e o Laboratório de Inovação em Jornalismo (Labin). E-mail: [debora.lopez@ufop.edu.br](mailto:debora.lopez@ufop.edu.br)

<sup>2</sup> Doutora em Linguística Aplicada (UFMG). Professora do Programa de Pós-Graduação em Comunicação e do curso de Jornalismo da Universidade Federal de Ouro Preto (Ouro Preto – MG – Brasil). Diretora Científica da Intercom. E-mail: [nairprata@uol.com.br](mailto:nairprata@uol.com.br)

<sup>3</sup> Doutora em Comunicação (ECA-USP) com estágio de pós-doutorado na Universidade de Sevilha. Professora do Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Universidade de Brasília (Brasília – DF - Brasil) e do Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Universidade Federal de Goiás (Goiânia – GO - Brasil). Diretora de Relações Nacionais da Socicom - Federação Brasileira das Associações Científicas e Acadêmicas de Comunicação. E-mail: [nbianco@uol.com.br](mailto:nbianco@uol.com.br)

<sup>4</sup> Professora do Curso de graduação e Programa de Pós-Graduação em Jornalismo da Universidade Federal de Santa Catarina (UFSC), Doutora em Comunicação (PUCRS), Pós-Doutora (ECO-UFRJ), Coordenadora do GP Rádio e Mídia Sonora da Intercom e da Rádio Ponto UFSC, Diretora da Federação Nacional dos Jornalistas (FENAJ). Líder do Grupo de Investigação em Rádio, Fonografia e Áudio (Girafa), certificado no CNPq. E-mail: [valzuculoto@hotmail.com](mailto:valzuculoto@hotmail.com)

<sup>5</sup> Doutoranda do Programa de Pós-Graduação em Jornalismo da Universidade Federal de Santa Catarina (UFSC), Mestra em Educação pela Universidade do Extremo Sul Catarinense (UNESC) e professora do curso de Jornalismo da Faculdade Satc, em Criciúma-SC. Integrante do Grupo de Investigação em Rádio, Fonografia e Áudio (Girafa), certificado no CNPq. E-mail: [fariaskaki@gmail.com](mailto:fariaskaki@gmail.com)

realizada em 2018 pelo GP Rádio e Mídia Sonora da Intercom, com objetivo de mensurar o impacto dessa mudança sob aspectos de programação, sustentabilidade e relacionamento com audiência. A maior parte (41%) fez adaptações parciais, visando o rejuvenescimento do público a partir da inserção de prestação de serviço ao estilo dinâmico do FM e ampliação dos mecanismos de interação com o público. O maior desafio das rádios tradicionais em jornalismo é enfrentar o conservadorismo do público do AM, que recusa mudanças. Detalha-se esse reposicionamento em quatro emissoras que migraram: Rádio Itatiaia de Ouro Preto e Montanhesa (Minas Gerais); Clube de Lages e Cruz de Malta (Santa Catarina).

**Palavras-chave:** migração do AM; radiojornalismo; reposicionamento; sustentabilidade.

## A crise do rádio AM

Presente em toda parte, rápido em fornecer notícias, o rádio AM foi o pioneiro meio de comunicação no Brasil. Importante na disseminação de costumes, ideais políticos e democráticos, foi essencial na construção cultural da integração nacional graças ao alcance de seu sinal e penetração em cidades interioranas. No Brasil, as principais emissoras jornalísticas tiveram origem no AM nas décadas de 40 e 50. Com a chegada das emissoras FMs no final da década de 60, essas emissoras tiveram que sustentar sua programação fortalecendo o jornalismo, a cobertura esportiva e os programas de estilo talkshow com prestação de serviço. No entanto, as mudanças tecnológicas e sociais do século XXI como o crescimento da Internet, dos dispositivos móveis, da transmissão via satélite e a disseminação de mídias de gravação e reprodução de música por streaming ameaçaram fortemente a sustentabilidade do AM.

A partir do século XXI, o AM perde audiência e faturamento. O crescimento urbano aumentou o nível de ruídos, interferências e poluição na faixa de Ondas Médias. Com a deterioração da qualidade de áudio, os ouvintes enfrentam dificuldades para sintonizar emissoras em AM, seja em receptores de mesa ou de automóveis. Ademais, a indústria automobilística tem fabricado carros com antenas menores que não recebem o sinal do AM adequadamente. Ou seja, em deslocamentos de carro onde mais se consome rádio – 14% dos brasileiros (BRASIL, 2017) não conseguem ouvir AM com qualidade. Soma-se a isso, as dificuldades técnicas/operacionais de recepção em dispositivos móveis como os smartphones. Em 2016, 17% dos brasileiros ouviam rádio pelo celular (BRASIL, 2017). E a tendência é esse consumo crescer na faixa FM. Há mais motivos para esse diagnóstico. Os celulares fabricados a partir de 2009 não

dispõem de antena para captar o AM. A justificativa é que para ser operado numa frequência baixa consome mais energia do que o FM, exigindo a instalação de chip que aumenta ainda mais o consumo de bateria. Outro aspecto está relacionado à necessidade de uma antena maior para captar a frequência. Esses dois fatores inviabilizaram a fabricação de aparelhos mais baratos e leves levando à preferência por excluir o AM do ecossistema dos dispositivos móveis.

A crise reduziu a capacidade competitiva do AM no dial. Chegou a níveis elevados a ponto das outorgas da frequência tornarem-se desinteressantes. De 2004 para 2014, mais de 1.300 outorgas foram distribuídas nas faixas de frequência modulada, enquanto apenas 80 concessões em AM foram entregues a radiodifusores (CURADO, 2016, p.56).

A migração para o FM foi a solução para superar a estagnação do rádio AM<sup>6</sup>. De acordo a Agencia Nacional de Telecomunicações (Anatel) estão em funcionamento no Brasil 1.781 emissoras AM, o que corresponde a um terço das rádios brasileiras. Cerca de 84% das AMs instaladas no país já solicitaram ao governo a migração para o FM. Das 1.500 rádios que desejam migrar, 960 possuem canal previsto (faixa entre 88 a 108 MHz) no Plano Básico da Agência Nacional de Telecomunicações (Anatel). A maioria dessas deve concluir a mudança até o início de 2019. As outras 540 rádios, estabelecidas em áreas onde o espectro está saturado, terão de aguardar o término do desligamento do sinal analógico de TV para liberação da faixa 700MHz (canais 5 e 6) previsto para 2019. Ao todo 220 municípios demandarão a faixa FM estendida. A migração beneficia mais de 50% rádios de potência de 1KW instaladas em localidades com até 150 mil habitantes. Trata-se da maior política pública de migração das Américas; o México é o segundo país com 400 emissoras AM operando em FM desde 2015.

O processo de migração foi regulamentado pelo Decreto da Presidência da República n. 8.139/2013. Entre os benefícios do marco legal estão a possibilidade de

---

<sup>6</sup> Radiodifusores deixaram de investir na renovação de equipamentos e na programação nos últimos 10 anos à espera da implantação do rádio digital no Brasil. A digitalização da transmissão esteve em debate pelo governo federal de 2005-2013 sem chegar uma solução quanto a escolha do modelo de transmissão. O impasse estava relacionado às características tecnológicas dos sistemas disponíveis (IBOC, DRM e DAB) que não se adaptavam integralmente ao modelo de radiodifusão, ao marco regulatório e às regras de mercado do rádio no país (BIANCO, 2011).

operação das emissoras em mesma classe sem perder o alcance e mantendo a base ouvinte, aspecto fundamental para a manutenção comercial. Outros aspectos do decreto incluem a extinção da frequência AM local ao término do processo; quem não aderir terá de migrar para outras categorias de operação na faixa AM (regional e nacional). A nova outorga é restrita ao município onde está situada a emissora de origem sendo permitido *simulcast* nas localidades onde há espaço no dial por até 180 dias após a transferência. A concessão de outorga para FM é onerosa, e o valor é calculado com base no Produto Interno Bruto (PIB), os Indicadores de Desenvolvimento/Renda IDH – R, o Índice Nacional de Preços ao Consumidor (IPC), portes técnicos das emissoras – classe de operação e potência, disponibilidade de canais em FM (faixa ou dial convencional ou estendido). Cada localidade tem seu cálculo individual, levando em consideração o número de habitantes e os medidores da economia local. Os preços variam de R\$ 8,4 mil em cidades pequenas, de até 10 mil habitantes, a R\$ 4,4 milhões para São Paulo. Os preços não são irrisórios, mas a tabela de valores contempla as características regionais e a capacidade econômica do setor

Entre 2016 e 2017, foram 616 as emissoras que assinaram junto ao MCTIC o termo de nova outorga para mudar de frequência. Com o objetivo de avaliar o impacto dessa mudança, um grupo mais de 100 pesquisadores brasileiros vinculados ao Grupo de Rádio e Mídia Sonora da Intercom, da qual participaram as autoras deste texto, realizou uma pesquisa, apoiada no método quali-quantitativo (FLICK, 2009), para avaliar o impacto dessa mudança junto às emissoras. Participaram da investigação 238 rádios que responderam ao questionário online, obtendo-se um erro amostral de 5% com nível de confiança de 95%. Desse total, 124 já estão operando em FM há pelo menos um ano.

Fazendo um recorte a partir das emissoras que já migraram e possuem programação com foco em jornalismo, o objetivo desse texto é mostrar como essas rádios estão reconfigurando o radiojornalismo frente aos desafios impostos pela mudança, tais como a adaptação ao estilo dinâmico do FM, uso dos mecanismos de interação com o público para impulsionar o jornalismo e a produção de conteúdo informativo mais próximo da comunidade.

## **Avaliando o impacto da migração**

Entre as emissoras que migraram, a maioria está operando no FM há mais de um ano (82%). Todas têm expectativa de obter melhoria da qualidade do som, aumentar a audiência, alcançar várias faixas da audiência, a exemplo dos jovens, aumentar o faturamento com publicidade, ter a oportunidade de renovar o conteúdo e formato da programação e utilizar novos canais de interação com a audiência.

A expectativa é que o rádio AM na nova frequência possa impulsionar a audiência especialmente pelo smartphone. Por essa razão, pequenos e médios empreendedores têm investido nas plataformas multimídia para chegar aos mais variados públicos segmentados. Todas as emissoras pesquisadas têm site, aplicativo para celular, *fanpage* no Facebook e perfil no Twitter. Um terço delas têm perfil no Instagram e canal no YouTube.

Para fazer a adaptação, 60% das emissoras investiram uma média de 250 mil reais. Valor considerado alto para 60% dos radiodifusores. Todas as rádios tiveram que fazer investimentos na troca de transmissor, torre e reforma de estúdios ao vivo.

No entanto, as emissoras foram cautelosas em relação à contratação de pessoal. Em média 50% delas não pretendem contratar novos funcionários. Cerca de 30% estão dispostas a empregar apenas mais um novo profissional em cada área, como locutor, comunicador, produtor/redator, programador musical, jornalista, publicitário, operador de áudio. Pelo menos 40% delas querem ter um profissional que saiba lidar com as mídias digitais e ajude na interação com a audiência cada vez conectada ao celular. Essa tendência a não ampliar o quadro de funcionários significa fazer mais com menos pessoas.

Quanto à reconfiguração da programação a partir do processo de migração, as emissoras mostraram-se conservadoras. Entre as já operam em FM, 40% já mudaram apenas parte da programação. Os radiodifusores explicaram a permanência de parte da programação do AM para não perder audiência tradicional ao mesmo tempo em que tem intenção de fazer mudanças no jornalismo local para atrair outras faixas de ouvintes. O equilíbrio está em manter-se fiel ao público AM que concede a base da audiência,

consolidar a programação de jornalismo, com informação de serviço e de interesse público, e buscar formatos que possam atrair um público mais jovem.

O que as emissoras vão fazer, na sua maioria, é a remodelagem de programas existentes (57,73%) e aumento da programação jornalística (45,36%). Porém, um dado chama atenção: quase 20% delas estão aderindo a uma rede nacional ou regional de rádio. Embora seja menor em relação às estratégias de remodelagem de programação com características locais, 43 daquelas com programação jornalística, 13% delas já aderiram as redes nacionais CBN ou BandNews. Os radiodifusores apontaram como vantagens a marca forte, liderança da rede no segmento *all news*, credibilidade da marca, estrutura completa de programação com janelas locais, o que gera economia, porque traz toda a plástica sonora pronta resultando em baixo custo e programação de qualidade. Essas emissoras não percebem que essa adesão exigirá adequação da redação local aos critérios de noticiabilidade e aos padrões inerentes ao modelo estratégico de rede.

O jornalismo está entre os desafios da migração do rádio para o FM, principalmente se o fenômeno é visto pela perspectiva da adesão às redes. O meio, caracteristicamente local, tem na utilidade pública e no conteúdo de serviço uma parcela crucial de seu conteúdo jornalístico (Meditsch, 2007). A adesão às redes, ao mesmo tempo que funciona como uma estratégia para baratear a produção jornalística, afasta o rádio deste perfil, caminhando para um reforço da padronização da informação transmitida, abrindo mão das especificidades da audiência local. A realidade brasileira, no entanto, é múltipla e permite também observar a ampliação do investimento no jornalismo e na diversificação das vozes presentes no novo dial.

Para compreender como este fenômeno tem se estabelecido no radiojornalismo brasileiro em migração, este artigo olha para quatro emissoras tradicionais e busca apresentar e relatar os caminhos e estratégias adotados por elas. Com foco em dois estados de tradição radiofônica, Minas Gerais e Santa Catarina, analisamos aqui emissoras alocadas em estágios distintos do processo de migração. São elas as mineiras Rádio Montanhosa AM de Viçosa e Rádio Itatiaia de Ouro Preto e as catarinenses Rádio Clube de Lages e Rádio Cruz de Malta. Em Minas Gerais são 80 as emissoras AM que já assinaram o termo para migração de outorga em diversas regiões do estado. A

tradição do rádio mineiro, como ocorre com o catarinense, permite uma leitura relevante das estratégias adotadas para fortalecer a audiência e o faturamento na nova frequência, que passam pelo fortalecimento do jornalismo.

### **Rádio Montanhesa**

A Rádio Montanhesa AM é a emissora pioneira de Viçosa, cidade universitária mineira localizada a 227 km de Belo Horizonte. Foi fundada em 16 de julho de 1949 por um grupo de empresários e, desde 1976, pertence ao radialista João Bosco Torres (FRAGA, 2010). Em 2017, a Rádio Montanhesa deixou a tradicional frequência no 1500 AM e migrou para o 106,5 FM. Em entrevista para esta pesquisa, o filho do proprietário e sócio-administrador da emissora, o empresário Bruno Torres explica que, antes da migração, a rádio fazia a programação para um público C, D, E e dedicava três horas diárias ao jornalismo. Para o jornalismo, exclusivamente, havia um locutor e um repórter na rua e o material produzido consistia em boletins informativos e entrevistas. A participação da audiência se dava exclusivamente por telefone. Sobre a sustentabilidade da Montanhesa, Torres relata: “A cada dia tínhamos menos anunciantes. Eles relatavam dificuldade em sintonizar a emissora e a baixa qualidade sonora”.

Depois da migração, a Montanhesa passou a dedicar quatro horas diárias ao jornalismo e agora foca também na classe B, além da C, D e E. A equipe de jornalismo dobrou: além do locutor e do repórter na rua, a rádio conta agora com um jornalista e um editor de áudio. A programação jornalística também cresceu: atualmente são dois boletins diários só com notícias locais e regionais, um giro de notícias diário, reportagens de rua e entrevistas. Além de participar pelo telefone, o público do FM interage também pelas redes sociais e pelo WhatsApp. Depois da migração e mudanças na programação, Torres explica que “pouco a pouco se nota um crescente, mas ainda tímido, aumento no número de anunciantes. Acredito e estamos otimistas que a grade comercial irá melhorar”.

Como estratégias da emissora para tornar o jornalismo da Montanhesa mais participativo em relação aos seus competidores no FM, Torres aponta: “equipe com credibilidade, boas fontes, interação da notícia da rádio em portal de internet e redes

sociais, apuração da notícia no menor tempo possível para dar o furo - mas tomando cuidado com *fake news*; repórter na rua cobrindo os fatos e a abertura de um canal de envio de notícias por WhatsApp, chat e redes sociais”.

### **Rádio Itatiaia de Ouro Preto**

A Rádio Itatiaia de Ouro Preto faz parte da Rede Itatiaia, uma das mais sólidas redes de comunicação do país, com emissoras também em Belo Horizonte, Juiz de Fora, Montes Claros e Varginha. Além das emissoras próprias, há também a Rede Itasat, um conglomerado de estações parceiras presente na quase totalidade dos 853 municípios mineiros. Via satélite, as rádios de todo o interior retransmitem parte ou toda a programação da Rádio Itatiaia FM de Belo Horizonte.

A Rádio Itatiaia de Ouro Preto foi fundada em 27 de abril de 1974, com o nome de Rádio Cultura. Com o tempo, tornou-se conhecida como Rádio Cultura de Ouro Preto, até oficializar o nome Rádio Itatiaia de Ouro Preto, em 1º de janeiro de 2004. A emissora conta com programas jornalísticos, esportivos, noticiários e prestação de serviço, como denúncias e reclamações diversas.

Em entrevista para este trabalho, o técnico Daniel Pedrosa explica que o parque transmissor do AM possui dois transmissores: um titular de 10 K e um reserva de 5 K que mantêm emissora no ar. A torre de transmissão, com 50 metros de altura, fica instalada no Morro Santana. Ele explica que “o jornalismo sempre foi o principal meio de sustentabilidade da emissora, através do *Jornal da Manhã*, que continua no ar até hoje. Mas já tivemos programas ao longo do tempo como Plantão Policial e notícias direto do local do ocorrido”.

Antes da migração, a emissora dedicava cerca de uma hora e meia diárias ao jornalismo, o público era formado predominantemente por adultos acima de 35 anos e um único funcionário fazia todo o trabalho da redação, levantamento de matérias, gravação e apresentação do Jornal.

As principais produções no AM eram os noticiosos *Itatiaia Urgente* (de hora em hora) e o *Jornal da Manhã*. O telefone era o principal meio de interação com o ouvinte mas, ao longo do tempo, foram implementados os contatos via redes sociais (Orkut e Facebook). Segundo Pedrosa, a sustentabilidade da emissora era centrada na

publicidade gerada pelos programas *Antônio Carlos*, *Jornal da Manhã* e *Show da Tarde*.

Sobre a migração, Daniel Pedrosa afirma: “Não mudamos muito ainda com a migração, mas as mudanças estão acontecendo aos poucos”. O tempo dedicado ao jornalismo permanece o mesmo, mas o público da rádio agora é mais jovem, “conquistamos público mais jovem através das redes sociais, público abaixo dos 35 anos”, afirma Pedrosa.

O jornalismo agora tem dois funcionários, que continuam fazendo as atividades da redação, levantamento de matérias, gravações e apresentações. A nova repórter agora participa dos programas da Rede Itatiaia com matérias de Ouro Preto e região. Também há produção de podcasts e boletins informativos ao vivo. A interação com os ouvintes é realizada através das redes sociais: Facebook, Instagram, WhatsApp e também pelo telefone.

A sustentabilidade continua sendo garantida por meio da publicidade dos programas *Antônio Carlos*, no *Jornal da Manhã* e *Show da Tarde*. Pedrosa aponta quatro estratégias da emissora para tornar o jornalismo mais participativo em relação aos competidores FM que também fazem jornalismo:

1. Estar ativo nas redes sociais com *stories* no Instagram durante a programação, convidando os seguidores a ouvirem a rádio para ficarem informados;
2. Estar ativo, no máximo número de redes sociais, com o objetivo de diversificar o público que é convidado a ouvir a emissora;
3. Produção do *Vila Rica Cast* – primeiro podcast de jornalismo da cidade, trazendo explicações ricas em detalhes, a fim de que seja unido o caráter informativo com o educativo;
4. Os questionamentos dos ouvintes que chegam por telefone ou redes sociais são veiculados com destaque na grade de internet, a fim de fazer o ouvinte se sentir incluído na construção de pauta.

### **Rádio Clube de Lages**

As rádios AM de Santa Catarina vêm migrando desde 2016, somando 36 já em operação no FM desde o decreto do Governo Federal, de um total de 99 emissoras em

amplitude modulada no Estado. A Rádio Clube de Lages, município do planalto serrano catarinense, foi a primeira no estado e a segunda no país a fazer a troca de espectro, conforme a Associação Brasileira de Emissoras de Rádio e Televisão, a ABERT (2018). A Clube é uma das rádios mais antigas de Santa Catarina, tendo começado suas atividades em 1947. Atualmente é comandada pelo empresário Roberto Amaral, do Grupo SCC (Sistema Catarinense de Comunicações). Desde junho de 2016, funciona na frequência de 98,3FM e no novo *dial*, manteve boa parte de sua programação do AM, mudando muito mais a plástica, por meio de novas vinhetas e trilhas, do que o conteúdo. Anteriormente, os ouvintes sintonizavam a Clube de Lages no 690AM.

Para funcionar em frequência modulada, investiu aproximadamente R\$ 1 milhão na compra de equipamentos, na troca da torre e do transmissor, e em mudanças no estúdio. A migração vinha sendo planejada desde 2014. Naquela época, transmitia uma grade generalista, com programas de formatos e conteúdo variados, ainda bastante comuns em emissoras do interior do país e que consolidou a Clube, ao longo de todos seus 71 anos de existência, como uma das rádios mais populares do município catarinense e uma das principais fontes de informação da sua comunidade. “Na década de 2000, a diversidade caracteriza a programação da emissora” (ABREU, 2015, p.9), com música, esporte, jornalismo, programação voltada para a dona-de-casa, abordando saúde, orações, etc.

Observando-se programações e aspectos dos seus tempos pioneiros e de consolidação (NUNES, 2001), em cotejamento com a grade de 2014 do AM e a atual do FM, verifica-se a mesma linha geral que mescla entretenimento e informação. No entretenimento, o destaque é a programação musical, mantendo atualmente a variedade que vai da sertaneja à nativista gaúcha. Na parte informativa, continua a irradiar programas exclusivamente jornalísticos, como noticiosos em formatos clássicos e inclusive jornalismo esportivo, com suas tradicionais jornadas de transmissão de jogos de futebol, e tem forte e consolidada atuação como rádio de serviços e utilidade pública.

A partir de abordagem de Meditsch (2007) de que a conceituação de radiojornalismo vem alargando-se, consideramos que hoje já pode englobar produções antes definidamente apartadas do jornalismo, como a prestação de serviços, a previsão do tempo, a institucional, entre outras. Assim, reflete-se que a Clube, depois da

migração, conserva, em linhas gerais, a programação informativa que, na concepção da própria emissora, abarca até mesmo o assistencialismo. Também preserva, no FM, o seu *slogan* histórico “Se a Clube não deu, é porque não aconteceu”, evidenciando que pretende seguir sua autoproclamada atuação informativa e de interação com a audiência da região, em especial o público de Lages, sua cidade sede.

O diretor do Grupo SCC de Comunicação, Roberto Amaral (2017), detalha que, das poucas mudanças, a principal alteração na Rádio Clube se deu no período noturno. Desde a migração para o FM, os programas da noite passaram a contar com um locutor até as 23h. Antes, o espaço era utilizado somente com músicas sem a presença de um comunicador no estúdio. O número de funcionários continuou o mesmo de antes do processo de migração. Entretanto, pode-se considerar esta uma mudança importante na programação, principalmente como tendência para incrementar a informativa/jornalística, já que o funcionamento ao vivo de uma emissora permite maior agilidade e prática do jornalismo.

Também são transformações marcantes hoje o radiojornalismo praticado cada vez mais ao vivo, a maior produção e o crescimento do improviso, em decorrência de contar com mais recursos para aumentar a utilização de outras de suas principais características: o imediatismo e a simultaneidade. (ZUCULOTO, 2012, p. 172)

No primeiro ano na nova frequência, o faturamento da Clube cresceu 20%. O empresário destaca ainda a ampliação no alcance geográfico, chegando em municípios em que o AM já não mais cobria. “Estamos pegando bem em Campos Novos, onde antes a gente não chegava”. O município situa-se a 100 quilômetros de Lages, sede da Rádio Clube.

A expectativa da emissora é alcançar um público mais jovem e das classes A e B, conforme resposta ao questionário no *survey*. Além do aumento na abrangência geográfica, em relação aos desafios e à sustentabilidade no FM, a rádio também espera alavancar a audiência com o crescimento do uso de multiplataformas pelo público ouvinte. Atualmente, a interação com a emissora acontece via *WhatsApp*, *Twitter*, *Facebook*, *Instagram*, e ainda pelo telefone.

## **Rádio Cruz de Malta**

Desde fevereiro de 2018 no novo *dial*, a Rádio Cruz de Malta, de Lauro Müller, iniciou suas transmissões em 1946, de maneira amadora como a maioria das emissoras pioneiras. Nasceu como Rádio Clube de Lauro Müller, na região sul de Santa Catarina, para anos mais tarde tornar-se a estação que é atualmente. Comandada pela família Librelato, a emissora investiu aproximadamente R\$ 150 mil na mudança para a frequência modulada, adquirindo um novo transmissor, equipamentos para o estúdio e para o departamento de produção e jornalismo.

Na programação, a Cruz de Malta fez alterações, aumentando principalmente a grade musical, caracterizada pela “transmissão de músicas com apresentação ou locução ao vivo ou gravada” (FERRARETTO, 2014, p.51). A rádio passou a funcionar 24 horas, antes os programas encerravam-se às 22 horas. Além disso, alterou o intervalo entre os comerciais para cada 20 minutos, e não mais em blocos de 15, como ocorria até a migração. Também mexeu no quadro de comunicadores, contratando um jornalista para a produção de programas, embora sua tendência não seja de profundas modificações no seu espaço jornalístico.

A programação musical mudou na emissora do sul de Santa Catarina, numa tentativa de atingir um público mais jovem. A plástica foi modernizada, com vinhetas e trilhas mais musicalizadas. Mas também a grade informativa passou por modificações, de maneira mais sutil, apenas com trocas de nomes de programas e a inclusão de um novo. Antes mesmo de migrar de espectro, o jornalismo ganhou um pouco mais de espaço, marcando presença agora igualmente nos finais de tarde, com o programa *Jornal das Cinco*, apresentado pelo jornalista Eduardo Madeira (2018). “Algumas alterações já ocorreram um ano antes, fomos nos preparando para migrar”.

A necessidade de inserir a rádio no ambiente móvel foi um dos motivos que levaram a emissora para o FM. A expectativa, com a migração, é aumentar o faturamento com a melhora na qualidade do som, atraindo assim novos anunciantes, bem como a audiência, que agora possui novas plataformas para sintonizar a rádio. A emissora trocou seu *slogan* de “Informação com responsabilidade” para “Música e Informação”, destacando também investimento no caráter musical para o novo *dial*.

Dos desafios e da sustentabilidade do meio no novo espectro, a direção da Cruz de Malta acredita que a criatividade para novos formatos e conteúdos é uma das metas a serem alcançadas. Estar atento à agilidade das redes sociais é mais um dos desejos aspirados pela emissora. Das mudanças observadas nestes primeiros meses em nova sintonia, Madeira (2018) explica que “muitas lojas do comércio local já colocaram o som da rádio como ambiente nos seus estabelecimentos, que antes não conseguiam sintonizar devido às interferências no AM”.

### **Considerações finais**

As impressões iniciais do processo de migração do rádio AM para o FM demonstram uma expectativa de sobrevivência do meio, com aumento no faturamento neste primeiro ano de novo *dial*. Mas essa variação ainda não pode ser considerada regra por todas as migrantes, pois as mudanças ainda são perspectivas apenas e aparecem distintas e diferenciadas.

Este novo momento da radiodifusão parece impulsionado mais pela qualidade sonora do que por novidades no espectro, tendo em vista que das emissoras analisadas, algumas até agora operaram poucas mudanças na programação, sobretudo no que diz respeito ao jornalismo.

As estratégias variam. A variar da região ou do perfil de gestão da emissora, alteram-se a estrutura de pessoal, a plástica ou a grade de programação da rádio. Mas há mudanças que podem ser apontadas como diagonais, que aparecem em todas as emissoras analisadas: 1) a busca pelo rejuvenescimento da audiência (LOPEZ, 2016) – conectada com a estabilização do modelo de negócio e a ampliação do lucro; 2) a valorização do jornalismo, seja ele local ou de rede, como um referencial de credibilidade e atração para a “nova rádio” que se configura no FM. Esta valorização não se dá necessariamente com o acréscimo de minutos ou programas jornalísticos, mas com o reforço da equipe ou ainda com o posicionamento do conteúdo informativo da emissora no papel de protagonista da rádio e da comunidade.

A expansão para outras plataformas também é uma expectativa que permeia as emissoras analisadas e, como dito anteriormente, expande a amostra qualitativa deste artigo. O investimento em tecnologias móveis, na exploração das redes sociais e até

mesmo na produção de conteúdo para mídias digitais revela que com a migração o olhar para as novas audiências tem buscado extrapolar os usos instrumentais. A ampliação das equipes, o investimento em remodelagens plásticas e a ocupação de espaços característicos do rádio expandido (KISCHINHEVSKY, 2016) e que falam a uma audiência rejuvenescida estão no cerne das mudanças já detectadas.

As emissoras estão diante de grandes desafios. A migração obrigou emissoras que estavam estagnadas na última década a planejar seu crescimento no FM. Planejar significou não apenas mudar de frequência, mas preparar e motivar equipe, criar expectativa junto a audiência, sinalizar para o mercado o investimento que se fez na renovação. Parte das emissoras entendeu que as pessoas não ligam mais o rádio somente para ouvir música, algo que as plataformas digitais oferecem em abundância, mas que o principal motivo da sintonia é a busca de informação local, prestação de serviço e comunicação interativa com comunicadores.

O desafio maior está diante das novas plataformas, ou seja, como continuar com a programação informativa, socialmente inserida, concorrendo com outros meios, como as redes sociais. Os desafios estão em inovar sem perder a tradição e trabalhar com conteúdo multiplataforma pensando além do rádio, ou seja, na interface que pode estabelecer com outras plataformas digitais de comunicação.

Um radiodifusor sintetizou em profundidade o significado para as rádios tradicionais que tomaram a decisão de migrar:

O primeiro grande desafio foi reposicionar uma marca com 55 anos no mercado. Para mudar a programação foi realizada uma pesquisa que apontou como perspectiva uma programação mais propositiva. Diante disso, houve o desafio de lidar com profissionais/locutores com mais de 50 anos apresentando programas com produção mínima ou sem produção, construindo o conteúdo na hora. O desafio foi mudar o comportamento, passar a produzir, pensar o conteúdo e atuar com multiplataformas. Ainda estamos com esses desafios pela frente.

## Referências

ABERT. **Primeiras Migrações do AM devem ocorrer até abril**. Disponível em <https://www.abert.org.br/web/index.php/notmenu/item/24473-primeiras-migracoes-do-radio-ampara-fm-devem-ocorrer-ate-abril>. Acesso: jan. de 2018

ABREU, Karen Cristina Kraemer. Breve memória da Rádio Clube de Lages, em Santa Catarina. **In: Anais do 10º Encontro Nacional de História da Mídia.** Porto Alegre, RS: Alcar, 2015.

AMARAL, Roberto. Entrevista concedida a Karina Woehl de Farias. Criciúma, out. 2017.

BIANCO, N.R. D. Digital Radio in Brazil: Indecision and Impasse After a Ten-Year Discussion. **Journal of Radio & Audio Media**, v. 18, p. 371-380, 2011.

BIQUAD. Panorama: Rádio Itatiaia e Alvorada FM disparam na audiência em Belo Horizonte. Disponível em <http://biquadbroadcast.com/br/panorama-radio-itatiaia-e-alvorada-fm-disparam-na-audiencia-em-belo-horizonte>. Acesso: 25 jun. 2018.

BRASIL. Pesquisa Brasileira de Mídia 2016. Brasília: Secretaria Especial de Comunicação Social (Secom) da Presidência da República, 2017. Disponível em <http://www.pesquisademidia.gov.br/#/Rádio>. Acessado em 20.09.2017.

CURADO, Camila C. **Migração de rádios AM para FM: processos de preparação e perspectivas de mudança frente à convergência tecnológica.** Trabalho de conclusão de curso (graduação). Universidade de Brasília, Faculdade de Comunicação, 2015. Disponível em : <http://bdm.unb.br/handle/10483/12196>. Acesso em novembro de 2016.

FERRARETTO, Luiz Artur. **Rádio: teoria e prática.** São Paulo: Summus, 2014.

FRAGA, Kátia. **Rádio Amiga da Cidade: seis décadas de namoro com Viçosa.** In: PRATA, Nair (Org.). O rádio entre as montanhas – Histórias, teorias e afetos da radiofonia mineira. Belo Horizonte: Fundac, 2010.

KISCHINHEVSKY, M. Rádio e mídias sociais: mediações e interações radiofônicas em plataformas digitais de comunicação. Rio de Janeiro: Mauad X, 2016.

LOPEZ, Debora Cristina. (Re)Construindo o conceito de audiência no rádio em cenário de convergência. In: Valci Zuculoto; Debora Cristina Lopez; Marcelo Kischinhevsky. (Org.). Estudos radiofônicos no Brasil - 25 anos do Grupo de Pesquisa Rádio e Mídia Sonora da Intercom. 1ed.São Paulo: Intercom, 2016, v. 1, p. 326-342.

MADEIRA, Eduardo. Entrevista concedida a Karina Woehl de Farias. Criciúma, jul. 2018.

MEDITSCH, Eduardo. **O Rádio na Era da Informação: Teoria e Técnica do Novo Radiojornalismo.** Florianópolis: Insular/Edufsc, 2ª. Ed., 2007.

NUNES, Paulo de Tarso . **Se a clube não deu, é porque não aconteceu: Rádio Clube de Lages, comunicação e poder político na Região Serrana de Santa Catarina.** Dissertação (Mestrado em Sociologia Política) - Universidade Federal de Santa Catarina - UFSC. Florianópolis, 2001.

PEDROSA, Daniel. Entrevista concedida a Nair Prata. Belo Horizonte, 02 jul. 2018.

RAMOS, Duda. Entrevista concedida a Nair Prata. Belo Horizonte, 22 jun. 2018.

TORRES, Bruno. Entrevista concedida a Nair Prata. Belo Horizonte, 20 jun. 2018.

ZUCULOTO, Valci Regina Mousquer. **No ar – a história da notícia de rádio no Brasil.**  
Florianópolis: Insular, 2012.



## O jornalista com múltiplas funções no rádio: velhos preconceitos para novos desafios

**Luiz Artur Ferraretto<sup>1</sup>**

Universidade Federal do Rio Grande do Sul

**Fernando Morgado<sup>2</sup>**

Faculdades Integradas Hélio Alonso

**Léo Henrique Saballa Jr.<sup>3</sup>**

Universidade Federal do Rio Grande do Sul

**Resumo:** Parte da ideia de que o rádio adotou uma atuação expandida (KISCHINHEVSKY, 2016), provocando transformações na rotina profissional. Defende que tais alterações precisam ser analisadas no contexto da convergência, estratégia de posicionamento predominante no meio, e não mais dentro dos parâmetros do período anterior, quando dominava a segmentação (FERRARETTO, maio-ago. 2012). Em relação às múltiplas funções atribuídas aos profissionais, pondera que as tecnologias, como extensões do ser humano (McLUHAN, 1974), apresentam aspectos positivos e negativos. Procurando fugir de posições preconceituosas em relação às inovações, busca situações semelhantes no passado e concentra a análise no segmento de jornalismo e no cargo de repórter, indo a campo para analisar as alterações registradas na Gaúcha, de Porto Alegre, da segunda metade da década de 1980 até a atualidade.

**Palavras-chave:** Rádio expandido; Múltiplas funções; Jornalismo; Reportagem; Gaúcha.

### 1. Introdução

Nas últimas décadas, a proliferação da internet, dos dispositivos móveis e dos aplicativos faz com que os profissionais de rádio assumam funções que, antes, eram realizadas por outras pessoas dentro da emissora. Como em processos passados de transformação de rotinas devido à tecnologia, trata-se de uma situação irreversível. Analisá-la preconceituosamente com base em pressupostos de outros tempos resulta em incompreensão do fenômeno. Vive-se uma etapa histórica em que as emissoras adotam a convergência como estratégia e não mais apenas a segmentação de seu conteúdo. O rádio expandiu-se, transbordando sua programação para outras plataformas e, em paralelo, incor-

<sup>1</sup> Doutor em Comunicação e Informação pela Universidade Federal do Rio Grande do Sul, onde atua no curso de Jornalismo e no Programa de Pós-graduação em Comunicação e Informação (PPGCOM), além de coordenar o Núcleo de Estudos de Rádio (NER). E-mail: luiz.ferraretto@ufrgs.br.

<sup>2</sup> Mestre em Gestão da Economia Criativa pela Escola Superior de Propaganda e Marketing (ESPM-RJ), professor das Faculdades Integradas Hélio Alonso e coordenador adjunto do NER. E-mail: contato.fernandomorgado@gmail.com.

<sup>3</sup> Mestrando no PPGCOM/ UFRGS. Integrante do NER. E-mail: saballa@gmail.com.

porou imagens e textos ao áudio de sua centralidade como instituição social, construída culturalmente ao longo do tempo. Se o meio está se transformando, é natural que o mesmo ocorra com jornalistas e radialistas. Isso, no entanto, não significa também assumir um discurso otimista em excesso no tocante à tecnologia, encobrendo as relações entre as forças envolvidas no processo.

Aqui, procura-se fugir de posições ultrapassadas pela conformação da convergência como um processo cultural a englobar gradativamente o conjunto da sociedade. Tem-se como base o proposto por Henry Jenkins (2006, p. 28): “A convergência ocorre dentro dos cérebros de consumidores individuais e em suas interações sociais com outros.”

É necessário, ainda, ter clareza a respeito da terminologia empregada. Busca-se o amparo do *Dicionário de Sinônimos*, de Antenor Nascentes (1981), obra clássica por registrar a diferença de significação entre palavras agrupadas por grau de parença. Uma primeira lógica semântica aparece em relação às palavras: (1) *cargo*, “uma posição que traz um título honroso, vantagens etc., mas também acarreta o peso de importantes deveres”; (2) *emprego*, “a ideia de sujeição a trabalho obrigatório e permanente”; e (3) *funções*, conjunto de obrigações decorrentes do exercício de um cargo ou de um emprego (NASCENTES, 1981, p. 163). Em outra linha, há: (1) *aptidão*, “capacidade natural para fazer algo”; (2) *capacidade*, “a posse, dada pela aptidão, do conjunto de qualidades e conhecimentos necessários para as coisas práticas da vida”; (3) *disposição*, capacidade natural, menor que a aptidão e aplicada ao que requer “estudos ligeiros ou recreativos, como a dança, a ginástica, o esporte”; (4) *habilidade*, “capacidade comprovada pela prática e sempre com resultado bom”; e (5) *talento*, “um dom natural, uma aptidão, mas revelada na prática” (NASCENTES, 1981, p. 92).

Assume-se que a análise dos profissionais com múltiplas funções foi turvada pela redução do fenômeno às relações entre capital e trabalho. Tal rebaixamento do debate desconsidera que parcela significativa do público vive a cultura da convergência e deixou de consumir informações com base na separação entre meios ou abstraindo a existência de redes sociais. Em paralelo, uma série de tecnologias incorpora-se ao fazer radiofônico, podendo compensar parcialmente o que antes seria uma sobrecarga de funções.

Na busca por uma visão que não seja nem exageradamente otimista, nem excessivamente pessimista, concentra-se a análise no segmento de jornalismo e no cargo de repórter para analisar alterações registradas na Gaúcha, de Porto Alegre, do final da década

de 1980 até a atualidade. Como base, são usadas descrições de seus protagonistas dos processos de produção de reportagens. Parte-se da constatação de que, ao longo do período abordado, a emissora possuiu cinco tipos de profissionais: (1) o *polivalente*, trabalhando na área de geral – polícia, sindical, ensino, trânsito etc. –, mas, na falta de outro, cobrindo também da política à economia; (2) o *setorista*, atuando em uma área específica; (3) o *repórter especial*, profissional experiente e qualificado, responsável pela cobertura aprofundada e mais investigativa relacionada a grandes temáticas; (4) o *correspondente*, aquele que desenvolve suas funções cotidianamente fora da cidade-sede da emissora e de seu entorno; e (5) o *enviado especial*, que é deslocado para a cobertura em outros municípios, estados ou países. Dá-se como estabelecido que, ao rádio em sua forma expandida (KISCHINHEVSKY, 2016), deve corresponder também um repórter cujas práticas e rotinas de trabalho vão ao encontro de tal realidade.

## 2. Quadro teórico-referencial

“Qualquer invenção ou tecnologia é uma extensão ou autoamputação de nosso corpo, e essa extensão exige novas relações e equilíbrios entre os demais órgãos e extensões do corpo”, afirma Marshall McLuhan (1974, p. 63). Na assertiva do pesquisador, está presente a ideia de que uma inovação expande as capacidades naturais simultaneamente ao embotamento da função fisiológica original substituída. Fique claro, portanto, o poder exercido pelo ser humano no uso e no desenvolvimento da tecnologia em relação a necessidades específicas. Nesse sentido, os meios de comunicação, como extensões, “estabelecem novos índices relacionais, não apenas entre os nossos sentidos particulares, como também entre si, na medida em que se inter-relacionam” (McLUHAN, 1974, p. 72).

Portanto, as tecnologias relacionadas ao celular e à internet estendem as aptidões de repórteres, permitindo o desenvolvimento de novas capacidades aptas a tornar o profissional hábil em relação a suas funções, desde que tenha disposição e talento. Obviamente, o telefone móvel conectado à rede mundial de computadores altera o próprio rádio, podendo ser encarado, em maior ou em menor medida, como um substituto ou correlato: (1) do *estúdio*, melhor dizendo do microfone, da mesa de áudio e dos gravadores; (2) da *emissora*, já que permite a transmissão de qualquer lugar, desde que exista banda para tanto; e (3) da *redação*, cujo ambiente é clonado em grupos de trocas de mensagens.

.....

Cabe lembrar, conforme McLuhan (1974, p. 75): “O híbrido, ou encontro de dois meios, constitui um momento de verdade e revelação, do qual nasce a forma nova”. É nesse ponto que se inclui o chamado *rádio expandido*, expressão sugerida por Kischinevsky (2016, p. 13-14), identificando a extrapolação da base tecnológica original do meio. Que não se reduza, no entanto, a ideia à presença do rádio apenas para além do hertziano. Toma-se essa expansão, aqui, como uma ocupação de espaço por parte das emissoras e de seus profissionais no terreno do texto escrito e da imagem estática – fotografias, ilustrações, infográficos etc. – e dinâmica – animações, vídeos etc. – em aplicativos, redes sociais e **sites**. Trata-se de um processo que reflete nas rotinas radiofônicas a vigência de uma cultura da convergência (JENKINS, 2008) e da conexão (JENKINS; FORD; GREEN, 2014), redundando no posicionamento de todos os envolvidos, mesmo que em proporções diversas, como comunicadores (FERRARETTO, 2014).

### 3. Metodologia

Do ponto de vista metodológico, posiciona-se a reflexão dentro do que Michael Schudson (1993, p. 213) chama de (1) *história das instituições*, para responder de que modo se desenvolveu esta ou aquela instituição de comunicação de massa. Tem-se consciência de que os estudos exclusivamente dentro desse parâmetro ignoram impactos sobre a sociedade e correm o risco de se converter “em um desfile de personagens e readequações organizativas” (SCHUDSON, 1993, p. 216). Não se abandona, portanto, o chamado enfoque (2) *histórico propriamente dito*, procurando sopesar “a relação dos meios de comunicação com a história cultural, política, econômica ou social” para dar conta da questão “de que modo as transformações na comunicação influenciam e como são influenciadas por outros aspectos das transformações sociais?” (SCHUDSON, 1993, p. 214).

Parte-se de uma periodização proposta anteriormente (FERRARETTO, maio-ago. 2012), englobando duas das fases ali definidas: (1) a de *segmentação*, iniciada no final da década de 1950, estendendo-se até os primeiros anos do século 21 e caracterizada pela divisão do mercado em nichos de audiência e anunciantes atendidos por programações centradas no comunicador, aquele a simular uma conversa com o ouvinte; e (2) a de *convergência*, de meados da década de 1990 até os dias de hoje e marcada pela redefinição das emissoras para além das ondas hertzianas, com incentivo à participação do público.

Como certo senso comum entre os que fizeram o jornalismo de décadas anteriores associa uma propalada decadência de qualidade ao aumento no número de funções, em especial, dos responsáveis pela coleta de informações no palco de ação dos fatos, opta-se, justamente, pela escolha do cargo de repórter como objeto de análise. No entanto, por sua lógica muito particular, ficam de fora processos relacionados à cobertura esportiva. Centra-se o foco na Gaúcha. Pertencente ao Grupo RBS, a emissora opera no formato **talk and news**, caracterizado pela veiculação constante de comentários, entrevistas, mesas-redondas, noticiários, reportagens e serviços. Atualmente, de acordo com a Kantar Ibope Media, lidera a audiência geral na Grande Porto Alegre, com sua concorrente mais próxima no segmento de jornalismo ocupando a 11ª posição no mesmo levantamento (TU-DO RÁDIO, 15 jun. 2018). Para chegar a tal situação, em 2012 passou a oferecer o seu conteúdo em múltiplas plataformas:

A decisão foi transformar, por meio do mundo digital, a Rádio Gaúcha em Gaúcha, “uma solução moderna de comunicação multiplataforma”, capaz de atender usuários e anunciantes a partir da geração de conteúdo para as diversas plataformas – tradicionais ou de vanguarda. (MARTINS, 20 mar. 2017).

Mais adiante, apresenta-se um estudo comparativo sobre a reportagem na Gaúcha nas fases de segmentação e de convergência. Assume-se que “a comparação aparece como sendo inerente a qualquer pesquisa no campo das ciências sociais, esteja ela direcionada para a compreensão de um evento singular ou voltada para o estudo de uma série de casos previamente escolhidos” (SCHNEIDER; SCHMITT, 1998, p.49).

#### 4. Antecedentes

Antes de descrever o verificado na Gaúcha e para demarcar o já citado senso comum, esboça-se um histórico da resistência ao novo no jornalismo. Em um âmbito geral, há antecedentes que remontam à Revolução Industrial. No biênio 1811-1812, na Inglaterra, ocorrem manifestações de trabalhadores manuais destruindo o maquinário no setor têxtil e consagrando o termo *ludita*<sup>4</sup> para designar os que se opõem ao progresso ou à substituição de mão de obra por equipamentos mecânicos ou eletrônicos (FULCHER, 1999, p. 588-589). Sob a vigência de uma sociedade baseada em computadores, tal ideia associa-se à de *tecnofobia*, a repulsa às inovações tecnológicas (CHANDLER, MUNDAY, 1999, p. 423). Trata-se do pano de fundo do momento atual no jornalismo, no qual, por exemplo, o diário *The New York Times* constata a tendência de profissionais tradicionais a se manterem em

<sup>4</sup> Referência ao sobrenome *Ludd*, que aparecia em manifestos representando o conjunto daqueles trabalhadores.

.....

sua zona de conforto, resistindo ou tentando adaptar velhas práticas, sem uma conversão efetiva às inovações (THE NEW YORK TIMES, 24 mar. 2004).

Vale recordar registro de Mario Erbolato (1984, p. 138-139) a respeito da introdução da entrevista na imprensa do século 19:

*A Pall Mall Gazette*, de Londres, afirmou que ela “era degradante para o jornalista que a fazia, odiosa do ponto de vista do entrevistado e cansativa para o público”. Outro jornal alegou, em 1869, que “a entrevista somente podia ser o produto do conluio de um politiqueiro farsante com um farsante repórter”.

No início da década de 1950, situação semelhante ocorre na redação do *Diário Carioca*, do Rio de Janeiro. O jornalista Pompeu de Sousa (apud LYSIAS, 1986, p. 22) enfrenta dura resistência ao introduzir o *lide*, abertura na qual se destaca o essencial do relato em substituição ao até então usual preâmbulo pretensioso e cheio de impressões do redator: “Todo jornalista que estava em atividade representava um vício. O vício era exatamente o *nariz de cera*. Eu precisava de gente zero quilômetro.”

Em meados dos anos 1980, a informatização começa a ser introduzida nas redações. Na época, o então presidente do Sindicato dos Jornalistas Profissionais do Município do Rio de Janeiro, José Carlos Monteiro (1985, p. 6), posiciona-se:

Quem tem medo da automação do processo de informação? Em primeiro lugar, os jornalistas. [...]  
Mas a automação das redações é irreversível. Fará parte do futuro. [...] Não se pode reagir como avestruz ante o perigo, escondendo a cabeça no buraco. É preciso enfrentar a ameaça – ou desafio? – com coerência, bom senso, lucidez.

Em 1982, pouco antes da informatização das redações chegar ao Brasil, o *USA Today*, nos Estados Unidos, é lançado “com uma roupagem colorida, dentro de caixas de distribuição semelhantes a um aparelho de televisão, com as várias editorias separadas em cadernos independentes, extensivamente ilustradas por gráficos e quadros” (MOREIRA, mar. 1991, p. 14). Por não priorizar apenas o texto, o diário chega a ser considerado por parte da imprensa, conforme Sonia Virgínia Moreira (mar. 1991, p. 14), “um jornal para leitores que não sabem ler”.

Na economia em geral, autores como Robert Hassan (2000) apontam para a criação de milhares de novos tipos de trabalho em função das tecnologias da informação, a maioria desses sem uma alta remuneração ou segurança de continuidade no cargo. No raciocínio do professor da Universidade de Melbourne, a necessidade de ampliar a produtividade leva à busca por profissionais **multiskilled**, palavra inglesa que remete ao sujeito dotado de múltiplas habilidades, mas que tem sido traduzida, por vezes, como “multifun-

cional”. A rigor, como destacado no início desta reflexão, *habilidade* relaciona-se com a capacidade do indivíduo em realizar algo, enquanto *função* diz respeito às obrigações de um cargo ou emprego (NASCENTES, 1981).

Na comunicação massiva, apesar do acúmulo de funções não ser algo exclusivo da contemporaneidade, tal fenômeno aprofundou-se. Não por acaso, algumas das expressões usadas internacionalmente para definir essa situação surgiram nas últimas duas décadas: (1) *backpack journalism*, “jornalismo de mochila”; e (2) *solo journalism* ou simplesmente *SoJo*, “jornalismo solo”. A primeira foi cunhada por Jane Stevens (2002), que integrou, entre março de 1996 e março de 1998, o primeiro grupo de 80 videorepórteres do *The New York Times*. A referência à mochila não é à toa: os equipamentos guardados nela permitiam ao profissional fazer sozinho, em qualquer lugar, o que antes era integral e obrigatoriamente executado por toda uma equipe instalada em uma sala de redação. A segunda faz referência à atividade cada vez mais solitária do profissional e seu pioneiro foi Kevin Sites. De correspondente de guerra da CNN e da NBC, o jornalista se transformou em profissional com múltiplas funções do Yahoo! News (STERLING, 2009, p. 599). Apesar de destacar vantagens, Sites (apud KOLODZY, 2006, p. 127) reconhece a repercussão desse modelo de trabalho no mercado, abalando profissionais tradicionais devido à redução de custos e de empregos.

## 5. Resultados

Apesar das dificuldades para obtenção de dados a respeito de profissionais e de processos relacionados à reportagem da Gaúcha do final da década de 1980 até a atualidade, é possível ter uma ideia das alterações ocorridas recorrendo-se a entrevistas com protagonistas. Procurou-se identificar, em um primeiro momento, alterações relacionadas: (1) ao cargo de repórter, (2) à quantidade de empregos relacionados ao cargo e (3) às funções exercidas pelo empregado. Na sequência, descreve-se o que foi possível identificar a respeito de repórteres (1) *polivalentes*, (2) *setoristas*, (3) *especiais*, (4) *correspondentes* e (5) *enviados especiais*. Por fim, com base em seus significados dicionarizados, analisam-se (1) *aptidão*, (2) *capacidade*, (3) *disposição*, (4) *habilidade* e (5) *talento*.

.....

Cabe destacar um recorte da pesquisa *Radiojornalismo e convergência na fase da multiplicidade da oferta*<sup>5</sup>, procurando reconstruir, com base em depoimentos, as atividades de repórteres da Gaúcha nas coberturas das eleições municipais de 1988 e 2012:

(1) no final da década de 1980, (a) o repórter ia ao palco de ação do fato, coletava informações, ligava para a redação, passava dados que seriam convertidos em texto e entrava no ar, terminando, enfim, o seu trabalho; e (b) a tecnologia empregada englobava gravadores de fita, telefones fixos e unidades móveis com rádios em UHF para comunicação com a emissora e entrada ao vivo no ar; e (2) no início dos anos 2010, (a) as novas possibilidades tecnológicas trouxeram mais funções ao jornalista, já não sendo suficiente planejar a execução de sua pauta exclusivamente para o rádio e devendo esta ser pensada também para a internet e as mídias sociais; e (b) tais funções passam a requerer revisão do que realmente é o seu trabalho, havendo tarefas relacionadas à produção de fotografias, textos e vídeos para veiculação **on-line**, algumas das quais extrapolando o que seria a jornada contratada junto ao empregador. (FERRARETTO, set.-dez. 2015, p. 226).

Até o final da década de 1990, quando a telefonia celular começa a se consolidar, as participações ao vivo eram menos frequentes e com qualidade sonora reduzida. Conforme Francisco Paulo Bisogno (21 jan. 2017), responsável pelas transmissões externas da Gaúcha: “Funcionava, só que a qualidade de áudio era muito ruim”. Os repórteres usavam telefones fixos públicos ou privados. Oziris Marins (20 jan. 2017) recorda ter recorrido, quando era repórter da Gaúcha, a *orelhões* para conseguir transmitir uma notícia ao vivo, chegando a realizar enquetes com pessoas que passavam por perto, precisando chamá-las para que se aproximassem. O jornalista circulava por órgãos públicos, de onde seu contato com a emissora era feito por meio de telefones fixos emprestados pelos servidores, podendo incluir o repasse de dados para a redação ou a veiculação direta desses no ar. No caso de reportagens gravadas, o áudio era coletado no palco de ação dos fatos, sendo registrado em fitas cassete para edição por operadores de gravação e veiculação posterior. As funções exercidas pelos repórteres restringiam-se à coleta e à veiculação com registro sonoro. O processamento de gravações e textos escritos cabia a outros funcionários.

Na contemporaneidade, o aparelho de telefonia celular ganha centralidade e, graças a esse dispositivo móvel e aos seus aplicativos, alteram-se as funções do repórter e suas rotinas. Um exemplo aparece em uma situação vivenciada pelo repórter Mateus Ferraz, em 2014. Para cobrir uma ocorrência policial, usou dois telefones celulares, um bastão para fixar um deles e um equipamento de transmissão de áudio com qualidade semelhante

---

<sup>5</sup> Projeto coordenado por Luiz Artur Ferraretto, de 2011 a 2017, na UFRGS.

.....

à de estúdio, o Access, que usa conexão via protocolo de internet e é fabricado pela Comrex<sup>6</sup>. Um celular foi utilizado para falar com a produção (por ligação telefônica ou por WhatsApp) e o outro para gravar imagens ou transmiti-las ao vivo. Assim, registrou uma alteração entre protagonistas do fato. Entrou ao vivo, enquanto, quase que simultaneamente, produzia um vídeo com o **smartphone**: “Eu gravei com um iPhone e entrou até no *Jornal Nacional*, da Rede Globo. Se eu não tivesse gravado, ninguém iria ver aquilo.” (FERRAZ, 16 de fev. 2017).

Por uma decisão editorial, as reportagens são predominantemente ao vivo. Conforme o então editor-chefe da Gaúcha, Daniel Scola (12 jan. 2017): “O ouvinte, subliminarmente, pensa ‘esses caras estão ao vivo, conversando comigo’. É a **charla**<sup>7</sup>”. Não há mais por que editar materiais, tempo repassado à expansão do trabalho do repórter em termos de produção de imagens e de textos para veiculação em redes sociais, **sites** e aplicativos relacionados à marca da Gaúcha. Ferraz (16 fev. 2017) conta que escreve textos apenas para publicá-los na internet, atribuição dos repórteres desde 2013. Na rotina do repórter, algo comum na fase de segmentação, o texto escrito para ser lido dá lugar ao exclusivamente falado. Esse profissional, no entanto, incorpora as funções de captação de imagens e de redação, abandonando o registro em áudio e o posterior acompanhamento da edição de materiais gravados.

A exemplo de décadas anteriores, os repórteres são em grande medida polivalentes. Em meados dos anos 1980, havia setoristas parciais. Repórteres tinham entre suas obrigações boletins com informações específicas – aeroporto, trânsito ou plantões policiais –, mas atuavam cobrindo outras temáticas. Alguns faziam com maior frequência a cobertura de economia e política, havendo mesmo os que, diariamente, se deslocavam até as sedes dos poderes executivos e legislativos municipal e estadual. Na atualidade, a maioria atua em diversas frentes, excetuando-se aqueles destinados à cobertura constante do trânsito. Na década de 1980, chegou a ser designado, “por um período curto”, um repórter como especial, no caso o jornalista Isaías Porto (19 jun. 2018), que fazia “registros sonoros da cidade”, sem uma perspectiva mais investigativa, embora tenha participado de “algumas coberturas de maior porte”. Na contemporaneidade, mesmo exercendo certa polivalência, há profissionais com larga experiência na produção de grandes reportagens com conteúdo

<sup>6</sup> A emissora trabalha também com aplicativos da Tieline Technology.

<sup>7</sup> Em espanhol, conversa. A é expressão muito usada no Rio Grande do Sul.

marcadamente expandido e, portanto, incluindo textos e imagens para plataformas **on-line**. Não por acaso, a Gaúcha tem em seus quadros o repórter Cid Martins, o mais premiado da Região Sul, conforme a edição de 2017 do *Ranking dos +Premiados Jornalistas da História*, elaborado pelo Portal dos Jornalistas (3 jan. 2018). Desde os anos 1980, a emissora mantém correspondentes em Brasília, junto aos três poderes.

No que diz respeito a enviados especiais, há uma significativa mudança desde a década de 1990. Foi na cobertura de acontecimentos internacionais que repórteres do Grupo RBS começaram a atuar em uma perspectiva multimidiática. Até então, apenas âncoras ou comentaristas de renome eram usados nessas situações. Como descrito por Ferraretto (2007b, p. 449-451), na cobertura da Guerra do Golfo, em 1991, a empresa chega a deslocar os apresentadores Lasier Martins para Amã, na Jordânia, e Rogério Mendelski para Tel Aviv, em Israel. No entanto, quem vai permanecer no Oriente Médio por mais tempo é o repórter do jornal *Zero Hora* Marcelo Rech, que fica de 15 de janeiro até 7 de março, movimentando-se pela Arábia Saudita, Egito, Iraque, Jordânia e Kuwait, sempre com relatos nos principais veículos do grupo. No início do século, é comum a presença de repórteres da própria Gaúcha como enviados especiais e em atuação similar não só para rádio, mas também para o jornal *Zero Hora* e a RBS TV. Em várias dessas coberturas, vão se destacar profissionais de reportagem ou nela originados, como Andressa Xavier, Daniel Scola, Eduardo Matos e Oziris Marins.

Para a descrição aqui realizada, foram ouvidos gestores e ex-gestores: Cláudio Morretto (14 maio 2018), funcionário da Gaúcha de 1980 a 2015, tendo desempenhado, entre outras, as funções de editor, chefe de reportagem e coordenador de jornalismo; André Machado (14 maio 2018), de 1998 a 2004, chefe de reportagem e, na sequência, até 2013, editor-chefe; e Daniel Scola (12 jan. 2017), gerente da emissora desde abril de 2018 e, anteriormente, editor-chefe. Os dados numéricos assim obtidos são incongruentes e inespecíficos. Optou-se, então, por considerar dois quantitativos: o de 1997, passível de identificação mais precisa graças à existência de um questionário aplicado junto ao então gerente-executivo da Gaúcha, Armino Antônio Ranzolin (23 abr. 1997); e o de 2018, fornecido por Daniel Scola (19 jun. 2018). Em plena fase de segmentação, no mês de abril de 1997, eram oito repórteres, dos quais um atuava como correspondente em Brasília, existindo ainda seis estagiários como apoio na produção, redação e reportagem. Em junho de 2018, com a convergência orientando uma operação multiplataforma, são 15 repórteres, incluindo o

correspondente no Distrito Federal, e quatro estagiários, além de equipes nas emissoras próprias da rede em Caxias do Sul, Pelotas e Santa Maria. Na atualidade, participam da programação, ainda, jornalistas do portal GaúchaZH, operação integrada com o jornal *Zero Hora*.

## 6. Considerações finais

Não se pretendeu aqui medir ou julgar se o profissional com múltiplas funções significa uma forma de exploração de mão de obra, como advogam alguns. Tomou-se tal situação como um dado de realidade em fase de consolidação e – como indica o cotidiano dos repórteres da Gaúcha – irreversível. Basta observar o passado e outras resistências a inovações, projetando de lá o olhar sobre o presente. Quem pensaria em reagir, hoje, ao uso da entrevista como instrumento de apuração ou ao do lide como recurso para capturar a atenção do público? Ou à introdução do computador nas redações? Ou, em plena vigência do chamado jornalismo de dados, do recurso a infográficos, tão necessários para o esclarecimento da audiência?

Embora não se tenha analisado as intenções de radiodifusores ou gestores – o capital, conforme uma visão mais reducionista – e de funcionários – o trabalho, no mesmo raciocínio –, pode-se aventar considerável confusão entre o fenômeno das múltiplas funções proporcionadas pela extensão tecnológica das *capacidades* e *habilidades* dos seres humanos e os diferentes tipos de repórteres de que uma emissora pode ou não dispor. Esse último aspecto, aliás, parte de decisões editoriais, considerando concorrência e investimento publicitário, algo nem sempre abordado na bibliografia existente. O mesmo ocorre em relação à quantidade de profissionais. A Gaúcha emprega na atualidade quase o dobro de repórteres de 1997, sendo impossível verificar se esses números eram ou são suficientes.

Se a tecnologia compensa novas *funções* atribuídas ao *cargo* de repórter – como a produção de textos escritos e de imagens, além da edição e veiculação desses –, gera também, por óbvio, novas necessidades e essas últimas vão provocar o desenvolvimento de novos aparatos técnicos. Trata-se de um ciclo sem relação direta com a existência de profissionais caracterizados como *polivalentes*, *setoristas*, *repórteres especiais*, *correspondentes* e *enviados especiais*.

Pode-se aventar ainda que nem todos têm *aptidão* ou conseguem desenvolver *capacidade e/ou habilidade* para tal. Tem-se consciência de que, por exemplo, um excelente narrador esportivo talvez não possua os requisitos para exercer outras funções. Não se trata de nenhuma novidade. Profissionais de rádio exercem ou não múltiplas funções desde que as primeiras emissoras surgiram. E não se restringem ao meio em si<sup>8</sup>. Há ainda que considerar as ideias associadas à *disposição* – no jargão mais popular, o *jeito* ou a *predisposição para* – e ao *talento*. Sem certa inclinação natural para o uso amplo de aplicativos, tornam-se muitíssimo complicados o ensino e o treinamento necessários ao desenvolvimento de aptidões como as relacionadas ao exercício das novas funções identificadas na contemporaneidade.

Por fim, advoga-se para as múltiplas funções pelo menos o benefício da dúvida, uma vez que o novo, historicamente, tem o papel de tirar todo protagonista de seu lugar de conforto. Ocorreu a passagem para um rádio que se afirma como expandido, tendo foco na convergência e não mais apenas na segmentação. É de se esperar – ou mesmo de se exigir – movimento semelhante de seus profissionais.

## Referências

ANDRÉ MACHADO. Além de apresentador do programa *Gaúcha Atualidade*, exerceu os cargos de chefe de reportagem, de 1998 a 2004, e de editor-chefe, de 2005 a 2013, na *Gaúcha*. Entrevista em 14 de maio de 2018.

ARMINDO ANTÔNIO RANZOLIN. Gerente-executivo e, posteriormente, diretor da *Rádio Gaúcha* nas décadas de 1980 e 1990. Entrevista em 23 de abril de 1997 por meio de questionário.

CHANDLER, D.; MUNDAY, R. *A dictionary of media and communication*. Oxford: Oxford University Press, 1999.

CLAUDIO MORETTO. Funcionário da *Gaúcha* de 1980 a 2015, tendo desempenhado, entre outras, as funções de chefe de reportagem, editor e coordenador de jornalismo. Entrevista em 20 de janeiro de 2017.

DANIEL SCOLA. Editor-chefe da *Gaúcha* e âncora dos programas *Gaúcha Atualidade* e *Chamada Geral – Segunda Edição*. Em maio de 2018, assumiu a gerência da emissora. Entrevistas em 12 de janeiro de 2017 e em 19 de junho de 2018.

ERBOLATO, M. *Técnica de codificação em jornalismo*. 5.ed. São Paulo: Ática, 1991.

FERRARETTO, L. A. *Rádio e capitalismo no Rio Grande do Sul: as emissoras comerciais e suas estratégias de programação na segunda metade do século 20*. Canoas: Editora da Ulbra, 2007b.

\_\_\_\_\_. Uma proposta de periodização para a história do rádio no Brasil. *Eptic – Revista de Economia Política das Tecnologias da Informação e Comunicação*, Aracaju: Observatório de Eco-

<sup>8</sup> Fique claro que não se adentrou, aqui, o terreno do jornalista multimidiático, talvez uma consequência do exercício de múltiplas funções, mas que precisa ser analisada para além do rádio.

nomia e Comunicação da Universidade Federal de Sergipe, v. XIV, n. 2, maio-ago. 2012. Disponível em: <<http://www.seer.ufs.br/index.php/eptic/article/viewFile/418/332>>.

\_\_\_\_\_. Da segmentação à convergência, apontamentos a respeito do papel do comunicador de rádio. *Comunicação & Sociedade*, São Bernardo do Campo: Universidade Metodista de São Paulo, v. 36, n. 1, 2014, p. 59-84. Disponível em: <<https://www.metodista.br/revistas/revistas-ims/index.php/CSO/article/view/4705>>.

\_\_\_\_\_. Inquietudes e tensionamentos: pistas para a compreensão do rádio comercial em sua fase de convergência. *Intexto*, Porto Alegre: Universidade Federal do Rio Grande do Sul, n. 34, p. 214-235, set.-dez. 2015. Disponível em: <<http://www.seer.ufrgs.br/index.php/intexto/article/view/58408/35426>>.

FRANCISCO PAULO BISOGNO. Funcionário da Gaúcha de 1978 a 2006, tendo desempenhado, entre outras, as funções de operador de externas e coordenador. Entrevista em 21 de janeiro de 2017.

FULCHER, J. Luddism. In: McCALMAN, I. (Ed.). *An Oxford companion to the Romantic Age: British Culture (1776-1832)*. Oxford: Oxford University Press, 1999. p. 588-589.

HASSAN, R. The space economy of convergence. *Convergence – The International Journal of Research into New Media Technologies*. Nova Iorque: Sage, v.6, n.4, p. 18-35, 2000.

ISAÍAS PORTO. Trabalhou na Gaúcha de 1983 a 1988, passando pelos cargos de apresentador, chefe de reportagem e repórter especial da Gaúcha. Entrevista em 19 de junho de 2018.

JENKINS, H. *Cultura da convergência*. São Paulo: Aleph, 2008.

JENKINS, H.; FORD, S.; GREEN, J. *Cultura da conexão: criando valor e significado por meio da mídia propagável*. São Paulo: Aleph, 2014.

KISCHINHEVSKY, M. *Rádio e mídias sociais: mediações e interações radiofônicas em plataformas digitais de comunicação*. Rio de Janeiro: Mauad X, 2016.

KOLODZY, J. *Convergence journalism: writing and reporting across the news media*. Lanham: Rowman & Littlefield, 2006.

LYSIAS, C. Era uma vez o nariz de cera. *Revista da Comunicação*, Rio de Janeiro: Agora, ano 2, n. 7, p. 22-25, 1986.

MARTINS, C. Gaúcha: muito mais que uma rádio. *Case Studies – Portal Brasileiro de Management*. Rio de Janeiro: Fundação Getúlio Vargas, 20 mar. 2017. Disponível em: <<http://casestudies.com.br/gaucha-muito-mais-que-uma-radio/>>. Acesso em: 25 jun. 2017.

McLUHAN, M. *Os meios de comunicação como extensões do homem*. 4.ed. São Paulo: Cultrix, 1974.

MONTEIRO, J. C. Avaliação realista dos novos tempos. *Revista da Comunicação*, Rio de Janeiro: Agora, ano 1, n. 1, p. 6, 1985.

MOREIRA, S. V. Deus também aceita jornais coloridos. *Revista da Comunicação*, Rio de Janeiro: Agora, ano 7, n. 24, p. 15, mar. 1991.

NASCENTES, A. *Dicionário de sinônimos*. 3.ed. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 1981.

OZIRIS MARINS. Funcionário da Gaúcha de 1991 a 2006, tendo desempenhado, entre outras, as funções de produtor, repórter e apresentador. Entrevista em 20 de janeiro de 2017.

PANORAMA: Rádio Gaúcha dispara na liderança. Rádio Caiçara se consolida no “top 3” em Porto Alegre. *Tudo Rádio*, Curitiba, 15 jun. 2018. Disponível em: <<https://tudoradio.com/noti->

cias/ver/19754-panorama-radio-gaucha-dispara-na-lideranca-radio-caicara-se-consolida-no-top-3-em-porto-alegre>. Acesso em: 18 jun. 2018.

RANKING +Premiados: Cid Martins assume a ponta no Sul do Brasil. *Portal dos Jornalistas*, São Paulo, 3 jan. 2018. Disponível em: <<http://www.portaldosjornalistas.com.br/ranking-premiados-cid-martins-assume-ponta-no-sul-do-brasil>>. Acesso em: 3 jan. 2018.

SCHNEIDER, S.; SCHIMITT, C. J. O uso do método comparativo nas Ciências Sociais. *CADERNOS de Sociologia*, Porto Alegre, v. 9, p. 49-87, 1998.

SCHUDSON, M. Enfoques históricos a los estudios de la comunicación. In: JENSEN, K.B., JANKOWSKI, N.W. (Org.). *Metodologías cualitativas de investigación en comunicación de masas*. Barcelona: Bosch, 1993. p. 211-228.

STERLING, C. H (ed.). *Encyclopedia of journalism*. California: Sage, 2009. v. 1.

STEVENS, J. Backpack journalism is here to stay. *Online Journalism Review*, Annenberg: University of Southern California, 2 abr. 2002. Disponível em: <<http://www.ojr.org/ojr/workplace/1017771575.php>>. Acesso em: 18 jun. 2018.

THE NEW YORK TIMES. *Innovation*. Nova Iorque, 24 mar. 2014.



## Cartografia das fontes em disputa no radiojornalismo da CBN Rio

Luã José Vaz Chagas<sup>1</sup>

Universidade do Estado do Rio de Janeiro

**Resumo:** O artigo realiza uma análise da disputa e ocupação pelas fontes do espaço midiático na programação da CBN Rio ao longo de uma semana. O objetivo é realizar um mapeamento das vozes selecionadas para debater as temáticas sociais e entender as dinâmicas de disputa no cenário jornalístico. Para isso, utilizam-se conceitos relacionados à construção da notícia no radiojornalismo e da geografia, como espaço, lugar e configuração territorial. Por fim, a pesquisa apresenta uma cartografia em espiral com zonas altas de discussão na ótica de fontes primárias e zonas baixas com secundárias. Aponta-se assim uma dinâmica diferenciada e específica do formato radiofônico na seleção e distribuição de temáticas e vozes ao longo da programação construída ao vivo.

**Palavras-chave:** fontes; diversidade; cartografia; espiral; radiojornalismo.

### 1. Introdução

Como as diferentes vozes sociais disputam sentidos na ocupação do espaço midiático? Que disputas entre as fontes permeiam o jornalismo televisivo, radiofônico,

---

<sup>1</sup> Doutorando no Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Universidade do Estado do Rio de Janeiro (PPGCOM UERJ). Integrante do Grupo de Pesquisa Mediações e Interações Radiofônicas. Bolsista da Fundação Carlos Chagas de Amparo à Pesquisa no Rio de Janeiro (Faperj). Email: luaanchagas@gmail.com

impresso ou na web? Com essas questões, o presente artigo busca em conceitos da Geografia, como o espaço vivido (MASSEY, 2009; HOLZER, 2012; SANTOS, 2006; SILVEIRA, 2004), a configuração territorial e o lugar (SANTOS, 2006) e os diálogos com a comunicação (POOLEY, 2016) na disputa de sentidos da mediação (MARTÍN-BARBERO, 2004) para realizar uma cartografia das fontes no radiojornalismo. A escala de análise (HEROD, 2011) é sobre as fontes selecionadas em 24 horas da programação ao longo de uma semana na CBN do Rio de Janeiro. O objetivo é olhar para as formas com as vozes sociais são distribuídas nas notícias e como ditam os acontecimentos, se de forma primária ou secundária (HALL e outros, 1999) e com diferentes formas de acesso (MOLOTCH e LESTER, 1999). A hipótese é de que considerado o radiojornalismo *All News* da CBN como um espaço que possui um lugar em construção, a disputa segue o padrão econômico e político das relações de poder da sociedade.

Dessa forma, apresenta uma cartografia das fontes selecionadas e busca contribuir para o diálogo entre a geografia da comunicação e os estudos sobre diversidade de vozes no radiojornalismo. A análise demonstra um mapa do texto radiojornalístico construído ao vivo no formato *All News*. Ao contrário da construção informativa em pirâmide invertida ou em pé no modelo clássico, ou deitada no webjornalismo, o estudo apresenta um formato de espiral, com uma cartografia que possui zonas altas de discussão na ótica de fontes primárias e zonas baixas com secundárias.

## 2. Espaço e lugar: o noticiário radiofônico no sul global

A constituição do espaço como algo vivido enquanto produto de inter-relações, esfera da multiplicidade e em construção é o ponto de partida para a discussão sobre a relação entre a geografia e a comunicação. Segundo Massey (2009), ainda que se pense pouco explicitamente sobre o conceito, torna-se necessário incorporar as maneiras de ser no mundo às dinâmicas de espacialidade e aos modos de lidar com esse desafio. As trajetórias que compõem a sociedade como um todo explicitam as formas políticas e sociais nas práticas cotidianas e globais, o que sustentam os entendimentos sobre o mundo. Para a autora, isso torna o espaço aberto, nunca fechado, como a história na formação de conexões a partir da interação humana com o outro, como produto de relações em potenciais conexões a partir da multiplicidade: “Um espaço, então, que não é

nem um recipiente para identidades sempre-já constituídas nem um holismo completamente fechado. É um espaço de resultados imprevisíveis e de ligações ausentes” (MASSEY, 2009, p. 32).

As três proposições iniciais de que parte a autora para esse entendimento não conceituam o espaço como algo estático ou cristalizado, mas sim envolvido pelas percepções do existencial com diferentes dimensões. No fluxo sobre as ideias e disputas de sentido, consideramos as três proposições de Massey (2009, p. 29): I) o espaço é produto de inter-relações, se constitui por meio de interações, desde o global até o mais íntimo; II) o espaço é uma esfera da possibilidade de multiplicidade, de pluralidade onde as trajetórias coexistem, da heterogeneidade, do encontro com o outro; III) o espaço está em construção contínua como produto de relações-entre embutidas em práticas materiais que estão sempre no processo de fazer-se.

A diversidade de vozes na sociedade em diferentes âmbitos políticos, econômicos, religiosos e sociais está em um desafio normativo de abordagem da comunicação. Desde Alexis de Tocqueville e Stuart Mill<sup>2</sup> até Martín-Barbero (2004) e Bahktin (2006) destacam a necessidade de pluralismo, diversidade ou então polifonia na construção dos discursos e está nos valores normativos da comunidade jornalística (ZELIZER, 2004). A aproximação desses aspectos, não somente num sentido normativo liberal, mas na ótica da diversificação das experiências de mundo e de interpretações dos acontecimentos (ALSINA, 2009) está na consideração de Massey (2009) sobre o espaço como esfera de possibilidade de multiplicidade. Questões como a diferença, a heterogeneidade e os diferentes pontos de vista estão na geografia e na constituição do conceito como uma fuga de uma visão única sobre o mundo, seja ela a partir do ocidente ou da figura clássica liberal do homem branco, macho e heterossexual.

A contribuição de Milton Santos (2006), a partir da construção da disciplina da geografia define o espaço como um conjunto de fixos e fluxos, o que permitirá diferenciar o conceito de configuração territorial e mais a frente, do lugar. Para o autor, os elementos fixos estão relacionados aos objetos, o que o ser humano fixa em cada lugar e que permitem ações de modificação nas condições ambientais vividas pela sociedade. Já

---

<sup>2</sup> Teóricos clássicos do pluralismo como John Rawls, Stuart Mill e Alexis Tocqueville posicionam o debate no centro da sustentação das liberdades individuais e na própria construção da democracia. Tocqueville chega a correlacionar o pluralismo na imprensa e o pluralismo na vida democrática.

os fluxos são os resultados das ações atravessadas ou instaladas nos fixos, que alteram suas significações, os valores e que também se modificam. A interação entre fixos e fluxos permite compreender a formação do espaço e se constituir como objeto para a geografia onde o primeiro é cada vez mais artificial e o segundo mais diverso, amplo, numeroso, rápido e em construção.

O espaço então se difere da configuração territorial. O primeiro é permeado pelas relações sociais, o encontro entre as diversidades e as amplas formas de estudos sobre o conjunto indissociável, solidário e contraditório de objetos e ações em que a história acontece. Já o segundo é formado pelos sistemas naturais de um país, uma área em que os homens impõem seus interesses. O espaço, nesse sentido, se torna algo difuso, e como afirma Holzer (2012) dividido entre o espaço comunicacional das relações interpessoais e espaço midiático, das notícias e a presença que os atores sociais exercem nesse meio. Seguimos assim, aquilo que Milton Santos (2006, p. 213) se refere quando desloca o lugar de algo estruturado e estável, a uma "realidade tensa, um dinamismo que se está recriando a cada momento" envoltos pela globalização e a localização.

Quando deslocamos a definição de lugar como algo material específico e o colocamos no discurso noticioso, a mundialização dos lugares proporcionada pela modernização contemporânea se amplia. As novas tecnologias, as fusões corporativas, a distribuição de conteúdo em redes de comunicação e a profissionalização das fontes para sensibilizar o jornalismo são mostras disso. Desta forma, pode ser definida como um lugar global complexo, pela profusão de vetores, desde os que representam a lógica hegemônica e aqueles, que por dentro do sistema, as quebram. No jornalismo, por exemplo, a diversidade tida como algo normativo não é atingida por uma série de fatores já elencadas por Gans (1980) e Hall et al (1999). A presença dos pobres ainda possui um caráter segregador, enfeixado em temas específicos e muitas vezes ouvidas em questões como segurança ou interações sem caráter primário.

O caminho para o futuro que Santos (2006) aponta para a cidade e seus lugares é a presença dos pobres. São os homens lentos das cidades que aumentam e enriquecem a diversidade, de suas experiências no cotidiano do bairro, da aplicação das políticas públicas, dos recursos que são destinados, da divisão do trabalho, da variedade infinita de ofícios que possuem. É na ausência de mobilidade que esses agentes sociais conseguem

a força para enxergar os mais diversos âmbitos da sociedade, de buscar na interação e na comunicação saídas para a falta de "todos os tipos de consumo, consumo material e imaterial, também carência do consumo político, carência de participação e de cidadania".

Para o Herod (2011), existem múltiplas espacialidades de escala, que foram pensadas desde sua forma enquanto área, território ou na dimensão sócio-espacial que limitam suas abordagens até as formas sociais, difusas, que não ignoram a formação de redes. Assim, não se constituem como pirâmides numa hierarquia fechada, mas como mosaicos, variando histórica e geograficamente. Entre os “aprofundamentos e alargamentos” sobre o conceito de escala e sua utilização, com base em Taylor e Smith, Herod (2011) afirma que as diversas utilizações levaram a um compartilhamento de pontos de vista comuns.

Os conceitos de espaço e lugar como algo vivido remontam ao reconhecimento da escala como uma escolha do pesquisador sobre as abordagens em determinado ponto de estudo na cartografia sobre esse ambiente. Reivindicar a escala sobre a seleção das fontes nos acontecimentos abordados pelo radiojornalismo é enxergar os processos sociais sem um reconhecimento anterior de sua abordagem; em que a sociedade sabe das consequências da não diversidade como apontam os dados no início do artigo sobre as reformas; e de que as formas de interação no mundo e de interpretação dos acontecimentos passam pela diversificação de experiências nas relações, entre homens rápidos e lentos, entre a sociedade civil e as reformas, entre jornalistas e fontes.

### 3. A geografia do jornalismo

O jornalismo, aqui compreendido no caso do rádio, participa da produção da realidade, na construção de sentido sobre os acontecimentos, porém não de forma isolada e sim em conjunto com outros agentes e instituições sociais (MEDITSCH, 2010). A socialização do conhecimento e a importância de reconhecer o jornalismo, entre outras instâncias, presente na construção social da realidade está no estudo sobre as disputas de sentido entre diferentes atores sociais. Segundo Hall et al, as notícias são produtos sociais da a) organização burocrática dos media; b) da estruturação de valores notícia; e c)

da construção noticiosa que passa pelo processo de identificação (gatekeeping) e contextualização de mapas culturais de significado (HALL et al, 1999).

Também é necessário considerar o conceito de notícia como “uma representação social da realidade cotidiana, produzida institucionalmente e que se manifesta na construção de um mundo possível” (ALSINA, 2009, p. 299). Representação social que se manifesta em diferentes interpretações de mundo em que estão envolvidas as relações entre jornalistas e fontes. Para Shoemaker e Vos (2011, p. 173) é no canal das fontes e da mídia que o fluxo de informações chega à audiência. Nos dois casos existem seções, com um portão a sua frente que controla a entrada ou não dos eventos e as percepções existentes sobre eles: “Conseqüentemente, entre as seções mais importantes do canal das fontes, estão a capacidade de observação por parte das fontes, sua memória de longa e curta duração e suas decisões sobre que tipo de informação dar aos jornalistas” (SHOEMAKER e VOS, 2011, p. 173).

O fluxo de informações abundantes com os agregadores de notícia, a “reembalagem” das informações, a reestruturação e reordenação do trabalho noticioso (REESE, 2016) ao lado de questões como a curadoria e o processo de gatewaching (BRUNS, 2005) provocam novas formas de analisar o conteúdo de mídia. Não necessariamente numa desterritorialização e sim, seguindo o argumento de Haesbaert (2006) numa reterritorialização, onde as mudanças carregam antigos dilemas em que as inovações nem sempre levam à diversificação de vozes e conteúdos. Assim, ainda em Reese (2016), as características atuais das rotinas de trabalho no nível organizacional da produção das notícias necessita levar em conta as múltiplas forças que interferem na mídia e questionar como essa influência pode interagir entre os níveis de análise.

O exemplo apresentado por Reese (2016) está nos estudos recentes sobre campanhas políticas que revelam que o jornalismo é uma “assembleia”, um espaço de relações institucionalizadas em que a estrutura das hierarquias ainda exerce influências. As possibilidades em organizações que reconhecem a missão social na profissão, da diversificação de experiências ou então nas próprias fontes que fornecem informações para as mídias tradicionais e diretamente para os públicos interessados são exemplos da potencialidade contínua do jornalismo como parte da democracia.

Nielsen (2009, p. 26) mais particularmente com uma análise de enquadramento revela que em reportagens sobre imigrantes, o assunto é abordado em uma lógica distanciada, em terceira pessoa com fontes de agências ou grupos que falam por eles. Para o autor, “os jornalistas referem-se a imigrantes, mas raramente os abordam diretamente”<sup>3</sup>. O estudo ainda revela a enxurrada de informações vindas de fontes externas em argumentos que são reforçados em política, legislação, órgãos oficiais e organizações comunitárias num tom oficioso que nem sempre preserva novas vozes. Algo que Howe (2009) também identifica na dependência de poucas fontes, ligadas a elites e órgãos oficiais, mesmo com o conjunto diversificado existente na sociedade.

Entre as fontes primárias ou definidores primários e secundários (HALL et al, 1999) também é preciso considerar a desigualdade de acesso nos promotores dos acontecimentos. Segundo Molotch e Lester (1999), as fontes enquanto promotores tem a) acesso habitual à mídia, como fontes oficiais, empresariais e altos cargos do governo; b) acesso disruptivo, quando os movimentos e organizações necessita realizar um problema para os poderosos como manifestações, bloqueios de vias; c) acesso direto promovido pelas investigações jornalísticas.

A título de classificação das fontes para análise em nosso artigo, partimos da ausência de estudos que clarifiquem os tipos de vozes sociais utilizados no caso do rádio-jornalismo. No caso do rádio, Ferraretto (2014) propõe uma divisão entre fontes internas (repórteres, editores, enviados especiais) e externas (assessorias de imprensa, agências de notícias, internet) que na atualidade está cada vez mais difuso. Assim, Lopez (2010) afirma que tanto internas como externas estão imbricadas no fluxo informativo e apresenta três níveis: a) primário – consultadas em campo no desenrolar dos acontecimentos; b) secundário – agentes que analisam os acontecimentos; c) terciário – quando as informações chegam às redações por outros meios de comunicação, assessorias e agências.

Com o objetivo de entender as relações de disputa de sentido entre as vozes sociais no espaço do rádio-jornalismo *All News* da CBN Rio, propomos uma classificação já utilizada em trabalho anterior (KISCHINHEVSKY e CHAGAS, 2017) que tem base

---

<sup>3</sup> Tradução do trecho: “Journalists refer to immigrants, but rarely address them directly” (NIELSEN, 2009, p. 26).

em autores como Gans (1980), Wolf (2009), Pinto (2000), Lage (2001), Schimitz (2011) e Rutilli (2014):

- **Oficiais** – Ocupantes de cargos eletivos e funcionários do Executivo, do Legislativo, do Judiciário e do Ministério Público, de autarquias, fundações e empresas públicas, em níveis federal, estadual e municipal;
- **Empresariais** – Associações representativas dos setores comercial, financeiro, industrial, agronegócio, de serviços, corporações, consultorias, executivos;
- **Institucionais** – Integrantes de organizações do terceiro setor, organismos multilaterais, movimentos sociais, organizações sindicais;
- **Testemunhais** – Personagens que presenciaram acontecimentos com valor-notícia atribuído por comunicadores e chefias de reportagem;
- **Populares** – Pessoas comuns, que em geral são representadas no noticiário como vítimas de determinada situação – um crime, uma injustiça, uma política pública ineficiente – ou lançam mão de táticas de espetacularização para conseguir visibilidade e reivindicar melhorias no seu cotidiano;
- **Especialistas** – Profissionais com reconhecido saber científico ou conhecimento específico sobre determinado campo em torno do qual está se desenvolvendo uma cobertura jornalística;
- **Notáveis** – Celebidades, artistas, esportistas, comunicadores, pessoas que desempenham ou desempenharam atividades de grande reconhecimento social, sobre as quais se atribui variáveis valores-notícia.

A categorização permite olhar para a forma específica de seleção das fontes no processo de gatekeeping (SHOEMAKER e VOS, 2011) e realizar uma cartografia da distribuição das vozes na cobertura cotidiana do radiojornalismo da CBN Rio.

#### 4. Cartografia das fontes no radiojornalismo

A Central Brasileira de Notícias (CBN) possui 25 anos e integra o Sistema Globo de Rádio com quatro emissoras próprias em São Paulo, Rio de Janeiro, Brasília e Belo Horizonte, além de 27 afiliadas presentes em 20 Estados mais o Distrito Federal.

Segundo as métricas apresentadas pelo *Ibope Easy Media* no Mídia Kit da empresa<sup>4</sup>, são 122.170 ouvintes por minuto nas quatro principais frequências grupo. Isso representa um número de 1,8 milhão ao longo de um mês com um tempo médio de audiência de 2h. Nos dados de maio a julho de 2016<sup>5</sup>, o Ibope mapeou o registro de 1,5 milhão de usuários únicos por mês no site, 14,5 milhões de assinantes na TV paga, 1,2 milhões de downloads dos aplicativos e 8,2 milhões downloads de *podcasts*.

Interessa-nos perceber, diante das colocações de Santos (2006), Martín-Barbero (2004), Massey (2009) e Holzer (2012), a disputa pelo espaço nas notícias entre as fontes, como estes utilizam e são utilizados na mídia, ou então, como ocupam os lugares os homens rápidos em detrimento dos homens lentos. Algo que Milton Santos (2006) também coloca na definição da proximidade que interessa ao geógrafo, pensada a partir da presença das pessoas em uma mesma extensão, nas interrelações e na identidade que a totalidade das relações possibilita, para além de uma cerca específica ou desenhada.

A análise aqui proposta será realizada com dois procedimentos metodológicos. O primeiro é a coleta do CBN do Rio na semana de 26 a 30 de junho com foco na produção local da emissora na capital carioca. Considera-se que os dias selecionados representam a produção cotidiana da emissora na busca por temas diversos. A segunda é a divisão dos dados por categorias de fontes a partir do encaixe temático e como são ditados os acontecimentos. É possível, a partir disso, realizar uma cartografia entre fontes primárias e secundárias que revelam a disputa pelo espaço e lugar da mídia na construção de sentido. Assim, também demonstra não somente a divisão entre a ocorrência de determinados tipos de agentes, como os oficiais em detrimento de populares, mas também do encontro entre diferentes vozes e a possibilidade de diversidade presente no noticiário. O estudo também pretende olhar para como o espaço do radiojornalismo pode ser constituído das inter-relações, da multiplicidade e da construção contínua de relações entre (MASSEY, 2009), além da diversificação das experiências entre homens rápidos e homens lentos (SANTOS, 2006).

A presença de fontes oficiais na cobertura é constatada em 50% da programação ao longo de uma semana. Nos 62 momentos em que foram ouvidas, foram 55 vezes que

---

<sup>4</sup> Dados disponíveis em: <http://s.glbimg.com/pv/an/media/documentos/2015/06/25/CBNmai15.pdf>

<sup>5</sup> Dados disponíveis em: [http://s.glbimg.com/pv/an/media/documentos/2016/10/27/Midia-Kit\\_CBN\\_set-16\\_25\\_Anos.pdf](http://s.glbimg.com/pv/an/media/documentos/2016/10/27/Midia-Kit_CBN_set-16_25_Anos.pdf)

apareceram como agentes primários (HALL et al, 1999) na condução das temáticas abordadas pelos jornalistas. Na maior parte deles, envolvidos com política (19), segurança (14), trânsito (16), educação (2), saúde (3), economia (1). Na editoria de política, o prefeito Marcelo Crivela foi ouvido em assuntos como a formatura de empreendedorismo comunitário, os cortes de recursos para as escolas de samba, o aumento do IPTU. Já o Supremo Tribunal Federal foi citado no caso da suspensão da nomeação do filho do prefeito para um cargo no primeiro escalão da prefeitura por suspeita de nepotismo. O Governo do Estado e a Assembleia Legislativa aparecem como um agentes centrais em discussões sobre o ajuste fiscal, a aprovação do teto de gastos para o acordo de recuperação fiscal, o pagamento de servidores e a discussão sobre a crise financeira do Rio de Janeiro.

O CBN Rio também tem sua cobertura sobre o trânsito da cidade baseada em fontes como o Centro de Operações da Prefeitura, Polícia Militar e a Secretaria de Trânsito. A PM foi a principal fonte no assunto segurança pública em questões como troca de tiros no Morro da Mangueira, a morte de uma estudante no início da semana. Na temática, a Polícia Federal foi ouvida sobre a suspensão da emissão de passaportes por causa da falta de recursos, além da fala de um procurador da Lava Jato com argumentos relacionados à falta de recursos da Polícia Federal para grandes operações e o Corpo de Bombeiros com alertas de boletos falsos para o seguro incêndio. A cobertura da Greve Geral realizada na sexta-feira (30) teve entre as principais abordagens, agentes de segurança pública no tocante ao andamento das manifestações e bloqueio de vias de acesso à cidade.

As fontes especializadas estiveram presentes em 16% da programação em assuntos como saúde, economia, história, política, esporte, educação e direito. Em nenhum dos casos pode-se considerar que atuaram como fontes primárias que suscitaram novas abordagens, mas sim comentando ações das fontes oficiais ou institucionais. O parcelamento de dívidas dos Microempreendedores Individuais, a defesa das reformas da previdência e trabalhista, o ajuste fiscal do Governo do Estado e as ações da greve que impediram o tráfego, estiveram entre os assuntos abordados ao longo da semana. Os comentários instituem o fluxo do modelo de radiojornalismo All News, estabelecendo

parâmetros de entrada dessas vozes em horários determinados e garantem o andamento dos debates na programação (MEDITISCH, 2001).

As fontes populares estiveram presentes em 13% e em apenas dois casos foram agentes dos acontecimentos como definidores primários. O primeiro deles no início da semana com o caso das bailarinas que ganharam uma bolsa nos Estados Unidos e organizaram uma rifa para a viagem. O segundo é parte do conjunto de manifestações organizadas no dia 30 de junho, porém ainda com apenas menções e não sendo ouvidos na integralidade sobre as reivindicações. Isso indica o acesso disruptivo ao noticiário, onde esse tipo de fonte lança de táticas de espetacularização ou então ações que afetam os poderosos no fechamento de ruas (MOLOTCH e LESTER, 1999). As interações via WhatsApp, Facebook e Twitter são citadas em comentários de matérias oriundas das fontes oficiais, sem a utilização de vozes ou entrevistas no programa. Nos casos em que foram ouvidos, foram identificadas fontes como motoristas presos nos engarrafamentos por causa de manifestações dos Mototaxistas no início da semana e da Greve Geral na sexta-feira (30).

No caso das fontes institucionais (13%), em 10 momentos foi percebida a atuação como um definidor primário na redação. A Liga das Escolas de Samba nas críticas aos cortes de verbas por parte da Prefeitura do Rio; o Sindicato das Seguradoras provocou uma discussão em torno dos roubos de cargas que afetam a economia do Estado; a Comissão da Verdade que passa por dificuldades financeiras; o Sindicato dos Médicos sobre atendimento hospitalar prejudicado. No dia da Greve Geral, o Sindicato dos Aeroviários e o Sindicato dos Bancários foram ouvidos sobre as reivindicações contrárias à reforma previdenciária e trabalhista.

As fontes testemunhais (4%), encaixadas em temas como segurança no caso de uma refém de um assalto a uma agência de correios na Tijuca e o motorista de ambulância do Hospital de Acari estiveram apenas comentando assuntos já abordados, o que caracteriza a busca por esse tipo de voz pelos jornalistas. As empresariais (2%) e as notáveis (2%) também apareceram em temas como economia, com empresários de Startups inovadoras em comunidades do Rio, e ações culturais como lançamento de livros e o documentário sobre o grupo Black Rio, respectivamente.

A análise mostra um perfil de busca por fontes pela sua hierarquia da credibilidade, como apontam Hall et al (1999) e Reese (2016). A disputa de sentido pelas vozes nesse espaço é dividida em quem possui o poder político e econômico de ditar e promover os acontecimentos. Isso é demonstrado claramente no caso de assuntos como política, segurança e trânsito em que as principais vozes que ocupam o espaço do radiojornalismo são os agentes do Estado, como os governos municipal, estadual e federal, justiça e órgãos de segurança pública. A intensidade do aprofundamento das informações depende da lógica oficialista em detrimento da diversidade de vozes que podem comentar vários assuntos. O ajuste fiscal e a votação do teto de gastos na Assembleia Legislativa é um exemplo: enquanto o Governo e os deputados se revezam nos argumentos, não há servidores, professores, trabalhadores ouvidos sobre o assunto.

A proposta do paper é de uma cartografia que caracteriza o modelo espiral do texto do radiojornalismo ao vivo. Ao contrário da pirâmide invertida, a cobertura da programação ao longo de uma semana demonstra uma seleção das fontes realizadas nas diferentes temáticas em um formato contínuo dividido entre Zonas Altas (ZA) e Zonas Baixas (ZB). A espiral estaria numa contínua construção noticiosa, porém não no formato do *clock*, como já apontado por Meditsch (2001) nos estudos sobre a linguagem radiofônica. A ocupação do espaço que aponta a Figura 1 possui nas ZAs 1, 2 e 3, as fontes oficiais e institucionais que conseguem atuar como definidores primários dos acontecimentos em diferentes temas, da educação à saúde, da política à economia que estão em reportagens, notas, entradas ao vivo, entrevistas e outros formatos.

Já as ZB 1, 2 e 3 correspondem sequencialmente às posições de fontes especialistas, testemunhais e por fim, notáveis e empresariais. A lógica aqui é a presença para comentar as ações que estão no topo e sempre entram após a ação ditada por fontes oficiais, como o Governo, STF, Polícia, entre outros. A promoção dos acontecimentos por esse tipo de fontes num acesso direto à mídia provoca repercussões e a necessidade de comentários especializados, ou então o apoio no caso de agentes que defendiam reformas, da área da economia e os empresariais. Esse espaço representa uma linha que se dispersa entre diferentes temas, como o esporte com comentários sobre ações que as equipes de futebol e confederações como agentes institucionalizados estão fazendo.

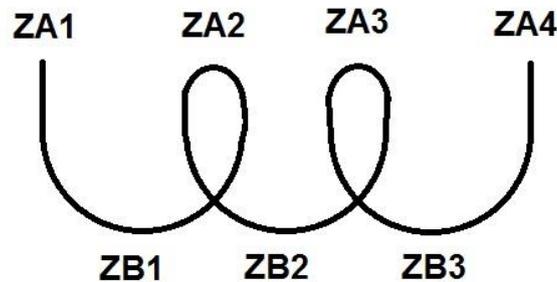


Figura 4: elaboração própria

Por fim, a Zona Alta 4 que não volta a ser discutida é composta pelas fontes populares que podem até ter o acesso disruptivo na organização de manifestações e atos, mas não necessariamente influenciam na ótica da continuidade da cobertura. A abordagem não se dá pelas reivindicações, mas sim dos problemas causados pela forma de busca de visibilidade com a ação pública. Somente os sindicatos, na sua institucionalização conseguem a expressão dos motivos, como demonstrou a análise. A ocupação do espaço pelas fontes populares possui uma intensidade alta na promoção dos acontecimentos, mas ainda não em condição de igualdade com as fontes presentes nas primeiras posições da hierarquia de credibilidade utilizada nessa seleção.

### Considerações finais

A presença do outro, a alteridade e a busca do diverso pelas experiências dos pobres nas grandes e pequenas cidades, o encontro das multiplicidades, constituem a organização do espaço. Considerando aqui o radiojornalismo como um espaço midiático (MASSEY, 2009), o nível de diversidade e acesso apenas extrai a dinâmica espacial das relações desiguais entre homens rápidos e homens lentos (SANTOS, 2006). O estudo sobre a CBN ao longo de uma semana e a realização da cartografia dessas fontes na disputa de sentidos é parte de um contínuo esforço de aliar os conceitos da geografia, numa perspectiva do Sul Global como periferia do capitalismo, aos do jornalismo na construção da notícia no cotidiano.

O espaço como produto de inter-relações, esfera da possibilidade de múltiplas trajetórias, do encontro com outro e de uma construção contínua se alia diretamente ao

considerar o jornalismo como uma instituição na democracia. Ainda que a configuração do território considere a CBN como uma concessão presente nas mãos de um dos maiores oligopólios de mídia no mundo (a Central Globo de Rádio), as relações entre jornalistas e fontes são expressões do cotidiano, das disputas de poder e da força que exercem os grupos sociais. A construção da notícia no radiojornalismo, no estudo específico sobre os argumentos e presença das vozes e interesse sociais, é implicada por interações que resultam do encontro entre os agentes em um espaço permeado pelas lógicas econômicas e sociais da periferia do capitalismo.

Na proposta da espiral como texto jornalístico e cartografia de posições de poder na disputa pelo espaço do radiojornalismo, ainda que num estudo exploratório e inicial, representa um exercício de encaixe temático que revela quem tem o poder de fala como agente primário. A promoção dos acontecimentos e a ocupação desse espaço priorizam vozes oficiais em assuntos que interessam diretamente às mais diversas camadas sociais. Se olharmos para essa diferença da mesma forma que Santos (2006) entre os homens rápidos e lentos, as fontes populares, as opiniões e argumentos de agentes não profissionalizados nas suas relações com o jornalismo ainda não são ouvidos com toda ressonância necessária que expressem as riquezas culturais que possuem.

Com a abordagem de autores da geografia sobre espaço, territorialidade e lugar torna-se possível pensar a diversidade e a pluralidade de fontes no jornalismo para além de aspectos normativos, mas sim na multiplicidade de experiências necessárias à construção da notícia. É preciso, no entanto, considerar os desafios profissionais pelos quais passam as redações num momento de intensificação do jornalismo sentido (NEVEU, 2006) e a diminuição do número dos profissionais nas redações (LOPEZ, 2010). Por outro lado, representa um percurso a ser seguido nos estudos sobre radiojornalismo no sentido de cartografar dinâmicas da luta pelo acesso à voz, pela presença e a possibilidade de argumentar frente às turbulências políticas e sociais da atualidade.

### **Referências bibliográficas**

- ALSINA, M. R.. **A construção da Notícia**. Petrópolis, RJ: Vozes, 2009.  
BAKHTIN, M. **Estética da criação verbal**. São Paulo: Martins Fontes, 2006.  
BRUNS, Axel. **Gatewatching: collaborative online news production**. New York: Peter Lang, 2005.

- CHAPARRO, M. C. **Pragmática do jornalismo: buscas práticas para uma teoria da ação jornalística**. São Paulo: Summus Editorial, 1994.
- FERRARETTO, Luiz A. **Rádio - Teoria e prática**. 1. ed. São Paulo: Summus, 2014.
- GANS, H. J. **Deciding what's news: a study of CBS Evening News, NBC Nightly News, Newsweek and Time**. New York: Vintage, 1980.
- HAESBAERT, Rogério. **Territórios Alternativos**. São Paulo: Contexto, 2006.
- HALL, Stuart et al. A produção social das notícias: o mugging nos mídia. In: TRAQUINA, Nelson (Org.). **Jornalismo: questões, teorias e “estórias”**. Lisboa: Vega, 1999.
- HEROD, A. Scale. New York: Routledge, 2011
- HOLZER, W. Mundo e lugar – ensaio de geografia fenomenológica. In: Marandola Jr., E.; Holzer, W.; Oliveira, L. **Qual o espaço do lugar?** São Paulo: Perspectiva, 2012, p. 281-304.
- KISCHINHEVSKY, M.; CHAGAS, L. J. V.. **Diversidade e Pluralidade de fontes no jornalismo da BandNews Fluminense FM**. Anais do XXVI Encontro Anual da Comissão Faculdade Cásper Líbero, São Paulo, 06 a 09 de junho de 2017.
- LAGE, N. **A reportagem: teoria e técnica de entrevista e pesquisa jornalística**. Rio de Janeiro: Record, 2001
- LOPEZ, Débora Cristina. **Radiojornalismo hipermediático: tendências e perspectivas do jornalismo de rádio all news brasileiro em um contexto de convergência tecnológica**. Covilhã: UBI/LabCom Books, 2010.
- MARTÍN-BARBERO. **Ofício de cartógrafo: travessia latino-americanas da comunicação na cultura**. São Paulo: Loyola, 2004.
- MASSEY, D. **Pelo espaço**. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 2009.
- MEDITSCH, Eduardo. Jornalismo e construção social do acontecimento. In: BENETTI, Márcia; FONSECA, Virgínia Pradelina Silveira da (orgs.). **Jornalismo e acontecimento**. Florianópolis: Insular, 2010.
- MEDITSCH, Eduardo. **O Rádio na Era da Informação – Teoria e técnica do novo radiojornalismo**. Florianópolis: Insular, 2001.
- MOLOTCH, Harvey & LESTER, Marilyn. A notícia como procedimento intencional: acerca do uso estratégico de acontecimentos de rotina, acidentes e escândalos. In: TRAQUINA, Nelson (Org.). **Jornalismo: questões, teorias e “estórias”**. Lisboa: Vega, 1999.
- NEVEU, Érik. **Sociologia do jornalismo**. São Paulo: Loyola, 2006.
- NIELSEN, G. M.. Framing dialogue on immigration in the New York Times. In: GASHER, M. (org). **The Geography of Journalism. Aether – The Journal of Media Geography**, vol. IV, March 2009. Em [http://mgm.arizona.edu/sites/default/files/volume\\_04.pdf](http://mgm.arizona.edu/sites/default/files/volume_04.pdf)
- HOWE, P. D.. Newsworthy Spaces: The Semantic Geographies of Local News. In: GASHER, M. (org). **The Geography of Journalism. Aether – The Journal of Media Geography**, vol. IV, March 2009.
- PINTO, M. Fontes jornalísticas: contributos para o mapeamento do campo. **Comunicação e Sociedade**. Braga: Vol. 14 (1-2), p. 277-294, Universidade do Minho, 2000.
- POOLEY, J. D. Communication Theory and the Disciplines. In: Jensen, K. and Craig, R. **The International Encyclopedia of Communication Theory and Philosophy**, 2016.

- REESE, S.D. **The new Geography of Journalism Research – Levels and spaces.** Digital Journalism, vol. 4, Issue 7, 2016.
- RUTILI, Marizandra. **Rotinas produtivas e relação com as fontes no rádio informativo em ambiente de convergência: um estudo de caso de emissoras de Porto Alegre.** Dissertação (Mestrado em Comunicação). Santa Maria: Universidade Federal de Santa Maria, 2014.
- SILVEIRA, M. L. **Escala geográfica: da ação ao império?** Terra Livre, Ano 20, v. 2 nº 23, 2004, p. 87-96.
- SANT'ANNA, Francisco. **Mídia das fontes: um novo ator no cenário jornalístico brasileiro: um olhar sobre a ação midiática do Senado Federal.** Brasília: Senado Federal, Subsecretaria de Edições Técnicas, 2009
- SANTOS, M. **A natureza do espaço.** São Paulo: EDUSP, 2006.
- SCHIMITZ, A. A. **Fontes de notícias: ações e estratégias das fontes no jornalismo.** Florianópolis: Combook, 2011.
- SHOEMAKER, Pamela J., VOS, Tim P.. **Teoria do gatekeeping: seleção e construção da notícia.** Porto Alegre: Editora Penso, 2011.
- TUCHMAN, G. **La producción de la noticia: estudio sobre la construcción de la realidad.** Barcelona: Gili, 1983.
- WOLF, M. **Teorias da comunicação.** Lisboa: Presença, 2009.
- ZELIZER, B.. **Taking Journalism Seriously.** Thousand Oaks: Sage, 2004.



## Para pensar a etnografia em pesquisas nos ambientes de produção radiojornalísticos<sup>1</sup>

Nayane Cristina Rodrigues de Brito<sup>2</sup>

Universidade Federal de Santa Catarina - UFSC

**Resumo:** A etnografia pode operar determinantes contribuições nas pesquisas em ambientes de produção radiojornalística. Este artigo propõe reflexões sobre adequações de estratégias metodológicas da antropologia, em especial da etnografia, para estudos em radiojornalismo. O esforço intelectual do pesquisador em descrever densamente uma redação de rádio ou o cotidiano de um repórter radiofônico pode revelar nuances no fluxo do trabalho jornalístico, como as frustrações dos jornalistas, atitudes, o que existe por trás dos silêncios nos estúdios, entre outras percepções possíveis. A etnografia nas redações das emissoras de rádio pode ainda aprofundar e ampliar a compreensão sobre como essas atividades no ambiente radiojornalístico são efetivamente realizadas, porque são realizadas e quais efeitos produzem sobre a notícia.

**Palavras-chave:** jornalismo; radiojornalismo; etnografia; rádio.

---

<sup>1</sup> Artigo orientado pela professora doutora Valci Zuculoto, da Universidade Federal de Santa Catarina (UFSC)

<sup>2</sup> Doutoranda do programa de Pós-graduação em Jornalismo da Universidade Federal de Santa Catarina (UFSC), Florianópolis, Brasil. Integra o Grupo de Investigação em Rádio, Fonografia e Áudio - GIRAF-FA. Bolsista da Fundação de Amparo à Pesquisa e Inovação do Estado de Santa Catarina (FAPESC)/CAPES. E-mail: [nayanebritojornalista@gmail.com](mailto:nayanebritojornalista@gmail.com)

## 1. Itinerário metodológico em jornalismo no Brasil

O campo de pesquisas em jornalismo se distingue de outros “lugares” e tem as suas especificidades, principalmente por trabalhar com a notícia. Os estudos do professor Eduardo Meditsch (1996) entendem o jornalismo como uma forma de conhecimento, que revela a realidade, “mundo sensível” de modo diferente da Ciência. De maneira única e original, o jornalismo revela nuances do cotidiano que outros modos de conhecimento não são capazes de elaborar. “O Jornalismo é um conhecimento social, envolve determinado ponto-de-vista sobre a história, sobre a sociedade e sobre a humanidade” (MEDITSCH, 1996, p. 31).

Afim de compreender e qualificar esse campo, tenta-se produzir um conhecimento sobre o jornalismo. Mas, como observa Gadini (2005, p. 09), existem fragilidades conceituais e metodológicas que precisam ser superadas.

(...) o fortalecimento de um campo social pressupõe a existência de conceitos específicos, a emergência e consolidação de uma tradição científica e de emergência e consolidação de uma tradição científica e de estratégias de pesquisa capazes de obter adesão e legitimidade pública diante de outros atores sociais e, pois, a instituição de práticas profissionais que estão intrinsecamente ligadas ao cotidiano do referido campo.

Ao tratar de métodos no jornalismo, verifica-se algumas reflexões que fazem referências aos mesmos. O primeiro autor brasileiro a sistematizar em um manual procedimentos de pesquisa em jornalismo foi o professor José Marques de Marques, com a obra de 1972, “Estudos de Jornalismo Comparado”. Os artigos e ensaios do livro apresentam, sobretudo, casos de pesquisas utilizando o método de estudo de jornalismo comparado (MACHADO, 2010). Na avaliação de Machado (2005, p. 17), o manual deveria apresentar uma definição quanto ao “[...] Jornalismo como disciplina científica, delimitação do seu objeto de estudo, demarcação de um quadro teórico de referência e resenha das metodologias empregadas para o estudo científico deste objeto”.

Outros olhares sobre posturas epistemológicas no campo do jornalismo podem ser verificados na obra “Metodologia de Pesquisa em Jornalismo”, organizada pelas autoras Lago e Benetti (2008). O livro apresenta 12 textos, de autores brasileiros, que abordam teorias e métodos em jornalismo. A fim de fortalecer as reflexões, a obra foi dividida entre

“Métodos, conceitos e intersecções com o jornalismo”, “Aplicação dos métodos de pesquisa em jornalismo” e “Exemplos de pesquisas e seus métodos”.

Ao apresentar articulações do Jornalismo com a História, Ciências da Linguagem, Antropologia e outras áreas, as organizadoras argumentam que “[...] nossos objetos de estudo são frequentemente multidisciplinares e se apoiam em metodologias formatadas em outras disciplinas” (BENETTI; LAGO, 2008, p. 17). Apresenta-se uma discussão sobre a necessidade de conhecer esses modelos metodológicos, mas tendo em vista as especificidades dos estudos em jornalismo:

É exatamente essa junção e articulação de diferentes disciplinas, com seus próprios pressupostos, que obriga a um aprofundamento não só a respeito dos paradigmas próprios do que se pretende articular, mas também sobre diferentes respostas metodológicas produzidas historicamente em referência a esses parâmetros (BENETTI; LAGO, 2008, p. 17).

Na primeira parte do livro averigua-se no artigo “Antropologia e jornalismo: uma questão de método”, um estudo de Lago (2008) sobre as potencialidades do método etnográfico nas pesquisas em jornalismo. A observação participante, a partir da inserção do pesquisador em campo, seguida de descrição densa, pode colaborar para obter informações significativas na compreensão das práticas estabelecidas no campo jornalístico. Partindo dessa premissa, o objetivo central desse texto é apresentar algumas contribuições do método etnográfico para os estudos em radiojornalismo.

Na perspectiva de Machado (2010) os manuais citados ainda não preenchem as lacunas no tangente as pesquisas em jornalismo. Mais do que proporcionar uma visão panorâmica de métodos trabalhados por diferentes áreas, o autor defende a criação de métodos próprios do jornalismo para a constituição de um campo de conhecimento.

Essas são algumas abordagens referidas aos métodos de pesquisa em jornalismo, como uma forma de contextualizar, ainda que brevemente, os limites, as lacunas e a necessidades de traçar caminhos metodológicos que nos ajudem a dar conta dos nossos objetos de pesquisas em jornalismo.

Após essa introdução que situou os estudos que apresentam os métodos de pesquisa em jornalismo, o trabalho aborda em um segundo momento uma apresentação teórica do que é o método etnográfico e suas aplicações em pesquisas no jornalismo; uma tentativa de compreender, a partir de estudos desenvolvidos, a articulação entre a

antropologia e o jornalismo, um diálogo possível e pertinente. No terceiro momento verificam-se pesquisas sobre etnografia e rádio para compreender como pesquisadores estão se apropriando desse método. O quarto e último momento atentará para as potencialidades do método etnográfico, a partir do formato da produção jornalística no rádio, para as pesquisas sobre radiojornalismo, buscando mostrar, a partir de um exemplo, a importância da etnografia nas percepções da produção radiojornalística.

Trata-se, pois, de uma abordagem conceitual, avaliada como pertinente em um cenário ainda em consolidação. Espera-se que o trabalho colabore para as reflexões em torno das metodologias de pesquisas no meio radiofônico.

## **2. Jornalismo e Antropologia: diálogos metodológicos possíveis**

Mais do que identificar os mecanismos de pesquisa é preciso compreendê-los. Partindo desse pressuposto busca-se compreender os procedimentos do método etnográfico. Originado na Antropologia, trata-se de um método qualitativo. A interpretação sobre um determinado grupo a partir de uma observação e a descrição densa faz parte do método, principalmente a partir dos estudos de Geertz (1989a).

O autor propõe uma Teoria Interpretativa da Cultura, alude-se que o antropólogo interprete o que acontece no meio observado. O pesquisador precisa esforçar-se intelectualmente para descrever densamente, a partir da vivência, a cultura de um povo, suscetível de interpretação e sentido. Compreende-se que cada cultura é única o “eu”. Logo, essa postura metodológica objetiva “tirar grandes conclusões a partir de fatos pequenos, mas densamente entrelaçados; apoiar amplas afirmativas sobre o papel da cultura na construção da vida coletiva empenhando-as exatamente em especificações complexas” (GEERTZ, 1989a, p. 20).

A descrição densa, enquanto uma prática etnográfica, na concepção de Geertz (1989a) vai além de apenas uma questão de método. Ela deve representar uma análise antropológica capaz de compreender as estruturas significantes do grupo pesquisado.

Segundo a opinião dos livro-textos, praticar a etnografia é estabelecer relações, selecionar informantes, transcrever textos, levantar geneologias, mapear campos, manter um diário, e assim por diante. Mas não são essas coisas, as

técnicas e os processos determinados, que definem o empreendimento. O que define é o tipo de esforço intelectual que ele representa: um risco elaborado para uma “descrição densa”, tomando emprestado uma noção de Gilbert Ryle (GEERTZ, 1989a, p. 04).

O texto de Winkin (1998) constrói a trajetória dos estudos antropológicos, ao expor três “grandes revoluções etnográficas”. A primeira revolução dar-se a partir da saída do antropólogo do gabinete para ir ao campo observar o seu objeto de pesquisa, mas ainda com um olhar preconceituoso; logo questiona-se sobre a ida a terras estranhas, em meio as entreguerras mundiais, ao invés de conhecer o próprio país, essa percepção contribuiu para a segunda grande revolução e passa a se estudar a sociedade nos países de origem dos pesquisadores; por fim, a terceira revolução, na década de 1950, propõe um olhar não apenas para as culturas marginalizadas, “exóticas”, mas ampliar as observações para as “múltiplas microssociedades, formais e informais”.

Para o autor a etnografia além de ser uma disciplina científica deve ser compreendida como uma arte. Assim, a observação em campo convoca a “arte de ver, arte de ser, arte de escrever” (WINKIN, 1998, p. 132). O pesquisador precisa estabelecer estratégias, como a identificação do local da pesquisa a partir de mapas, para melhor sistematizar o seu olhar sobre determinado objeto. Ao tratar do envolvimento entre pesquisador e pesquisados, Winkin (1998, p. 136) estabelece o conceito de pára-envolvimento, sendo “as estratégias que vamos utilizar para tentar não nos envolver com toda legitimidade”.

Ainda nessa discussão sobre o descer ao campo é que Winkin (1998, p. 138) nos fala sobre as funções do diário de campo na tentativa de administrar e registrar as observações constatadas pelo pesquisador, o aporte teórico para construção textual, as reflexões a partir da teoria e da prática, e ainda os momentos difíceis enfrentados durante a pesquisa. Travancas (2006, p. 05) relaciona o uso do diário nas pesquisas em jornalismo, ao relatar que “o caderno funcionará como um registro descritivo de tudo o que ele ver e presenciar, seja em uma aldeia de índios bororo, seja em uma redação de um grande jornal”.

Reconhecer a etnografia como adequada para as pesquisas em comunicação faz parte dos estudos de Winkin (1998). O teórico destaca a atuação de Robert Park como

primeiro jornalista a aproximar a etnografia do jornalismo. Park acreditava que o trabalho de campo, “o explorar a cidade” seria mais adequado para o aprendizado dos alunos.

No Brasil, um dos trabalhos pioneiros que aborda os diálogos possíveis entre Jornalismo e Antropologia, foi elaborado por Isabel Travancas em 1991 com a dissertação de mestrado “O mundo dos jornalistas”, publicada em 1993. Para construir a identidade social do jornalista a pesquisadora utilizou a etnografia como aporte metodológico. Os jornalistas foram observados em suas rotinas de trabalho. A partir da observação participante Travancas (1991) pode dominar com clareza a realidade daqueles indivíduos que estavam atuando na televisão, rádio e jornal impresso. A exemplo da salinha do bebedouro e do cafezinho, que revela, a partir da escuta, por vezes concorrenciais, e do olhar, hábitos e declarações que só são possíveis de captar a partir da observação atenta do pesquisador.

A partir de um recorte bem definido do que se pretende pesquisar, ir a campo também requer o conhecimento prévio do grupo e do espaço a ser verificado. Winkin (1998, p. 134), salienta a importância de desenhar topograficamente o lugar pesquisado. Assim resguardadas as suas limitações, tentar além de ver, “fazer diferente”. Em sintonia com o autor, Travancas (2010, p.6) considera que a entrada em campo deve ser precedida de preparação teórica e conhecimento do grupo, “É preciso saber como se constrói a rede de relações do grupo e pensar em como será feita a entrada a partir de um conhecimento profundo do universo escolhido”

“Depois de todas as suas atividades extratrabalho, vai para casa, lê jornal, vê um pouco de televisão e dorme por volta das 22 horas, já exausta” (TRAVANCAS, 1993, p. 43). Esse trecho faz parte da descrição realizada pela pesquisadora ao acompanhar um dia de uma repórter de jornal impresso. Retomando a reflexão de Geertz (1989a), é preciso um esforço intelectual para que essa descrição, sempre interpretativa, desvende características da produção, perceba-se peculiaridades, identifique-se discrepâncias, entre outros aspectos. Detalhes que para a etnografia são possíveis de serem captadas a partir de um olhar disciplinado.

Além da observação participante, como parte da etnografia, Travancas (2006) realizou entrevistas com os jornalistas, a realização de entrevistas abertas e em profundidade, que requerem um certo tempo, foi uma das grandes dificuldades da pesquisa em

campo. Foram 50 profissionais entrevistados da imprensa carioca e paulista. Mas a impressão inicial da pesquisadora era de profissionais alheios a pesquisa. O esforço foi olhar para os jornalistas como seres exóticos e perceber o que é evidente por trás dessa profissão.

Demorei algum tempo para perceber que aquele empecilho não era intencional, nem estava ligado a mim. Os jornalistas estavam realmente interessados em participar da minha pesquisa, como eu pude comprovar em outros momentos, mas aquela impossibilidade de me dar uma atenção exclusiva fazia parte da relação que estabeleciam com a profissão. Profissão extremamente absorvente e pela qual se diziam "apaixonados" (TRAVANCAS, 2006, p. 10).

Em consonância, Cláudia Lago buscou na antropologia instrumentos para elaboração da dissertação “Românticos e Burocráticos: pontos para uma etnografia do campo jornalístico paulistano”, para o Mestrado em Antropologia Social, da Universidade Federal de Santa Catarina, UFSC. Ainda com a reflexão sobre antropologia e comunicação, a pesquisadora elaborou a tese “O Romantismo Morreu? Viva o romantismo! Ethos romântico no jornalismo”. Lago (2003) não utiliza exatamente a etnografia, mas compreensões da antropologia em suas pesquisas. Como o olhar para os jornalistas, um grupo familiar para ela, mas verificados como exóticos e ainda as possibilidades de reflexões a partir de uma visão antropológica.

O romantismo apareceu pela primeira vez na fala dos informantes, (minha ‘tribo’ para usar um jargão antropológico - jovens que ocupavam posições de prestígio em redações de veículos impressos na capital). Identifiquei em suas falas uma recorrência constante a “algo” que categorizavam como romântico, ou romantismo, no jornalismo. Um “algo” que também era visível nas falas dos informantes mais velhos, outra ‘tribo’ que seria ‘comparada’ aos meus ‘nativos’ por excelência (LAGO, 2003, p. 38)

Vizeu (2008) parte dos critérios de noticiabilidade, presentes no telejornalismo, para a verificação das rotinas produtivas. O uso da etnografia no acompanhamento das redações, para o pesquisador, resulta em uma observação coerente e consistente. O autor ressignifica, a partir dos aspectos metodológicos do *newsmaking*, a observação dos pesquisadores sobre as práticas jornalísticas, com a “noção provisória” de etnojornalismo.

Nossa preocupação é propormos um roteiro básico que temos adotado nos estudos realizados a partir do qual diante das provocações e inquietações do seu

objeto de pesquisa cada pesquisador possa adequar, interpretar e reinterpretar as faces, etapas e caminhos a serem seguidos (VIZEU, 2008, p. 234).

As escolhas do que vai ser inserido no jornal e do que não será, o dia a dia dos jornalistas, suas práticas culturais, uma análise das redações, engendradas em uma teia de facticidades, podem ser verificadas a partir das observações etnográficas. Ambos os pesquisadores fornecem reflexões sobre uma postura metodológica, que com as devidas adequações, colaboram com as pesquisas no campo do jornalismo.

### **3. Estudos do meio radiofônico e a etnografia**

Constatar as rotinas produtivas a partir das particularidades do rádio torna-se um desafio para qualquer pesquisador. Antes de abordar a aplicabilidade da etnografia nos estudos de radiojornalismo, confere-se investigações dentro da temática estudada e aspectos específicos que os autores abordam.

Nessa compreensão Kroth (2012, p. 7) em tese de doutorado para o programa de pós-graduação de Ciências da Comunicação da Universidade do Vale do Rio Sinos – Unisinos, investigou as estratégias e operações desenvolvidas pelo programa João Carlos Maciel, da Rádio Medianeira AM, de Santa Maria/RS. Para tanto, o pesquisador descreve em seu resumo o uso da etnografia como uma das abordagens metodológicas do trabalho. A partir de visitas a emissora, por cerca de doze meses, descreveu-se os espaços e o funcionamento do programa como um “local de negociações” para tornar o público fiel no acompanhamento do programa. Mas a ausência de um tópico no trabalho destinado especificamente para a descrição da metodologia, dificulta a real compreensão do caminho trilhado pelo pesquisador.

A tese “Mudança de estilo: etnografia sobre a comunicação comunitária, cultura popular, rádio, participação, igreja católica e política nun bairro da Argentina”, de Fasanó (2011), foi apresentada no programa de pós-graduação em Antropologia da Universidade Federal do Rio Grande do Sul. A pesquisadora propõe um novo uso para a pesquisa etnográfica. O estudo traçou a trajetória da rádio comunitária “Doña Mariá”. Portanto, o trabalho de campo foi etnografar, a partir de entrevistas “não-diretivas”, a memória dos que vivenciaram a história da emissora.

Este fato coloca uma especificidade neste processo etnográfico, tendo em conta que, embora a *experiência direta* seja a principal fonte da autoridade etnográfica do etnógrafo (Clifford 1998), o trabalho com a lembrança (e o esquecimento) supõe que a pesquisa deve se basear pura e exclusivamente na *experiência direta dos outros*, dos “nativos”: *só eles “estiveram lá”*. Assim, o nosso é- em parte e de um jeito específico, já que num sentido geral todas as etnografias o são- um trabalho de *etnografia da memória* (FASANO, 2011, p.98).

Permanecendo nessa verificação das pesquisas, o terceiro e último trabalho é uma dissertação do programa de mestrado da Escola de Música da Universidade Federal de Minas Gerais. No texto “Brasil de Todos os Cantos: programas radiofônicos musicais do Projeto Minerva pelo radialista J. da Silva Vidal na Rádio Bandeirantes de São Paulo”, analisou-se onze programas musicais-educativos transmitidos pela Rádio Bandeirantes nas décadas de 1970 e 1980, através do Projeto Minerva, do governo federal. Silva (2011, p.6), argumenta que a etnografia “ocorreu principalmente na audição dos programas feita na presença do radialista, utilizando a técnica da história oral”. O personagem em questão é J. da Silva Vidal, o locutor que comandava o programa analisado.

Ao nos assentarmos com Vidal em sua sala de estar, pudemos perceber o quanto ele venera o rádio e as rádios, a partir de suas descrições sobre o ambiente radiofônico e a magia da transmissão para os ouvintes. É como se pudessemos comparar este aparelho transmissor, e tudo que ele significa, a uma entidade, ou até mesmo a um deus. E o seu ritual se revela em sua rotina diária, consistido basicamente em ouvir músicas, ler e depois filosofar, refletir e utilizar tudo isto para se comunicar com os ouvintes (SILVA, 2011, 87).

As três pesquisas apresentadas brevemente, foi resultado de uma busca realizada no Banco de Teses da Capes. As produções científicas, a nível de pós-graduação, estão entre as poucas encontradas após uma busca pelos termos rádio e etnografia. As pesquisas apresentam características distintas entre si, que vai além dos objetos de pesquisa. A apreensão do método etnográfico não está apenas no ambiente físico da rádio, ou no acompanhamento de um grupo de pessoas, mas nas memórias, e na escuta seguida da observação de um personagem.

Os autores, de áreas distintas, se apropriaram de um método da antropologia para darem conta dos seus objetivos ligados ao universo do rádio, ao que parece. A partir dos estudos de Geertz (1989a) cada pesquisador readaptou o método para suas pesquisas. Esse passo também pode ser dado nas pesquisas de radiojornalismo, tópico que discutiremos a seguir.

O Grupo de Pesquisa Mediações e Interações Radiofônicas, vinculado ao Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Universidade do Estado do Rio de Janeiro, coordenado pelo professor Marcelo Kischinhevsky, realizou um levantamento exploratório de 570 artigos publicados no Grupo de Pesquisa (GP) Rádio e Mídia Sonora durante os Congressos Brasileiros de Ciências da Comunicação da Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação (Intercom), entre os elementos analisados nesses artigos, os pesquisadores avaliaram os métodos utilizados na elaboração desses trabalhos.

Relativamente poucos artigos envolveram métodos mais trabalhosos como análise de conteúdo sonoro (75, dos quais a maioria sem explicitação de técnicas utilizadas), análise documental (61), análise de discurso (25), estudos comparados (13) e análise de conversação (três), ou ainda métodos que exijam maior envolvimento do pesquisador, como observação participante (15), etnografia (seis) e pesquisa-ação (três). Chama atenção a parcela de trabalhos que mobilizam técnicas de análise de redes sociais (15, dos quais dez entre 2012 e 2013, pico do desenvolvimento de serviços muito usados pelo rádio, como Facebook e Twitter). (KISCHINHEVSKY, et al., 2016, p. 151)

Os resultados desse estudo sinalizaram algumas apropriações da etnografia para verificar objetos relacionados ao meio radiofônico, são seis de um total de 570 artigos. Vale ressaltar, que dos trabalhos verificados pelos pesquisados do grupo de pesquisa citado, 38,5% do total não descrevem as estratégias metodológicas utilizadas.

#### **4. Estudos de radiojornalismo e a etnografia**

O rádio emitido por ondas hertzianas exige do receptor o ouvir, denominado por alguns teóricos como um meio cego, mas isso não implica em não ver nada, pois

tem a capacidade de superar o olhar pelo órgão da visão e se tornar infinita pela capacidade de imaginar o radialista, o estúdio das emissoras, as cenas dos acontecimentos narrados, os entrevistados, entre outras imagens. Um diálogo de sensações posto entre falar e ouvir (BRECHT, 2005), (MCLEISH, 2001), (CITELLI, 2006).

Essa mensagem radiofônica, amparada na linguagem falada (palavra), linguagem musical, linguagem dos sons e dos ruídos e linguagem do silêncio (MARCHA-MALO; ORTIZ, 2005), combinados ou isolados esses elementos, constitui os programas radiofônicos, estabelece identidades, define o público e é utilizada, de acordo com a intenção de cada emissor.

A enunciação em tempo real nesse meio demarca a linguagem de um contexto temporal partilhado entre emissor e receptor, “uma composição sonora invisível da palavra, música, ruído e silêncio, enunciada em tempo real” (Meditsch, 1999, 127). O autor argumenta que a especificidade do discurso radiofônico mantém a identidade do rádio independente da transmissão ser realizada por radiação eletromagnética ou pela internet.

Os elementos da linguagem radiofônica (voz, música, efeitos sonoros e silêncio), separados ou juntos, transmitem mensagens e criam imagens na mente dos ouvintes. Ferraretto (2014), afere que esses elementos direcionam o intelecto do público. Logo, segundo o autor (2014, p. 32).

O bom profissional de rádio parte de um conceito em relação ao que pretende produzir e, com base nessa definição, planeja e executa o seu produto, tendo claro o papel de cada elemento da linguagem em relação aos objetivos pretendidos.

Na compreensão das particularidades inerentes ao radiojornalismo, Ferraretto (2014) parte da premissa que pela abrangência, características e diversidade do rádio, o texto jornalístico se apresenta de maneira clara, precisa e concisa. As especificidades também reverberam nas rotinas produtivas e técnicas de apuração adotadas pelas emissoras.

O rádio possui um fluxo particular de trabalho, da captação à transmissão das mensagens noticiosos. Como descrito anteriormente, a informação chega à emissora a partir de diversos origens. Internamente, é retrabalhada em vários níveis. Com base na quantidade de dados à disposição e em conjunto com o chefe de reportagem, o pauteiro define o que será objeto do esforço jornalís-

tico. É, em grande parte, a partir daí que os repórteres e, se houver, os correspondentes e enviados especiais, por vezes, vão atuar. Com a notícia apurada, a equipe de reportagem coloca a mensagem noticiosa direto no ar e/ou repassa os dados a redatores, figuras cada vez mais raras nas emissoras, onde o relato ao microfone vai tomando o lugar da nota lida. As funções ligadas à chefiatura de reportagem e à elaboração de pautas são normalmente, exercidas por um único profissional. No fluxo natural da rotina de trabalho, editores e redatores reprocessam também material externo. (FERRARETTO, 2014, p. 93)

Observa-se algumas características sobre a rotina de trabalho em uma redação de rádio. Travancas (1993) observou o trabalho de um repórter de rádio, com os aportes metodológicos da etnografia, a partir do encontro na redação, a saída para ir em busca das notícias e o retorno para a rádio. A observação começa a mostrar as particularidades do radiojornalismo. O imediatismo e a instantaneidade exigem que o repórter mesmo em campo, sempre passe informações para a rádio. A autonomia do meio permite que as informações sejam passadas por telefone. A capacidade de evocar imagens na mente dos ouvintes a partir apenas da escuta, exige dos profissionais de rádio uma maior atenção com a leitura dos textos. Relata Travancas (1993, p,55) “Ele escreve a matéria, lê alto várias vezes para saber se está fluindo bem, modifica algumas coisas (...) Terminada a tarefa, vai procurar um telefone mais tranquilo de onde passo passar a matéria...”.

A pesquisadora, a partir da etnografia, foi para além de conhecer apenas o ambiente da redação, o que permitiu verificar as angústias do jornalista, em decidir se fica ou não em seus dois empregos. A percepção dele em relação ao seu próprio trabalho na rádio, como dinâmico, cansativo, mas ao mesmo tempo o permite está sempre informado.

Compreende-se a partir do exemplo de pesquisa citado acima e da teoria sobre a etnografia, que essa estratégia metodológica de pesquisa em ambientes de produção jornalística nas emissoras radiofônicas, pode operar significativas contribuições sobre o radiojornalismo.

Não se advoga aqui o uso exclusivo de um método em detrimento de outros. Pelo contrário: a radiofonia exige uma abordagem multimétodos, no sentido de que a comunicação radiofônica abrange diversas esferas, da produção, da transmissão/ distribuição/veiculação, da enunciação, das linguagens, do teor das mensagens, da interação entre comunicadores e público – em suas múltiplas formas: ao vivo, gravado, por tel fone, via aplicativos de telefonia móvel, correio eletrônico etc. –, da recepção, consumo e/ou apropriação dos conteúdos radiofônicos. Cada uma destas perspectivas traz consigo um arca-

bouço teórico-metodológico específico. (KISCHINHEVSKY, et al., 2016, p. 151)

Nessa perspectiva reflete-se especificamente sobre a etnografia na verificação da produção jornalística no meio radiofônico. Perceber as posições ocupadas por radialistas nos programas jornalísticos, sobretudo, em cidades interioranas. Verificar os elementos da linguagem sonora que criam imagens e também constrói estereótipos. Averiguar como funciona a rotina produtiva, o horário de pauta, marcação do trabalho do editor, o controle das notícias que entram e que não entram no jornal. Além da seleção das informações que são transmitidas, geralmente de hora em hora, nas rádios. Ressalta-se que o pesquisador não deve perder de vista o estranhamento para melhor perceber as particularidades do grupo pesquisado.

No conjunto de critérios para se analisar a rotina produtiva, podem ser destacados os seguintes: notícias que compõem o informativo, tempo da produção das matérias, ambiente físico da redação e estúdio da rádio, instrumentos e condições para coleta das informações, técnicas de coleta de dados aplicadas pelos repórteres e apresentadores, o contato com as fontes, locais para apuração, utilização da internet, os profissionais - repórter/locutor, participação dos ouvintes na produção das notícias, entre outras.

Um importante instrumento de pesquisa são os diários de campo, “cúmplices” em todos os momentos. As páginas em branco devem ser preenchidas, ao transformar os olhares do que estava observando, no contexto de cada rádio, em escrita. Datas, horários, ações, reações, nomes, percepções, contatos, programações, o maior número de informações possíveis para uma descrição etnográfica (WINKIN, 1998), (TRAVANCAS, 2006).

O resultado a partir da pesquisa realizada no Banco de Teses da Capes nos faz crer que muitos pesquisadores ainda optam por métodos relacionadas a verificação do conteúdo da notícia, como análise de conteúdo ou discurso, preferível a se lançar a campo para compreender as ações reais e simbólicas engendradas no radiojornalismo.

Com as possibilidades tecnológicas e ainda as particularidades do rádio por região brasileira, ainda há muito o que ser estudo e sob várias perspectivas. Conforme concluiu os pesquisadores do Grupo de Pesquisa Mediações e Interações Radiofônicas

“Precisamos, portanto, de métodos combinados, que nos permitam dar conta da complexidade do radiofônico em nossos dias” (KISCHINHEVSKY, et al., 2016, p. 154).

Apenas a verificação dos áudios dos programas não proporcionado uma compreensão da realidade do dia a dia das rádios. Cabe ressaltar o pensamento de Travancas (2006, p. 10) sobre o método antropológico: “Pesquisa exige rigor, disciplina, disposição e também criatividade. Pesquisa etnográfica exige tudo isso e mais um pouco”.

### Considerações Finais

É notória a necessidade de pesquisas científicas que qualifiquem o campo jornalístico. Estudiosos da área indicam a urgência em superar as fragilidades teóricas e metodológicas. Nesse sentido, a adoção de um método para as pesquisas em jornalismo, mesmo sendo de outras áreas, precisam ter validade para o jornalismo, revelar o novo.

Carece de investigações etnográficas sobre as atividades radiojornalísticas. Pesquisas que possam aprofundar e ampliar a compreensão sobre como essas atividades no ambiente radiojornalístico são efetivamente realizadas, porque são realizadas e quais efeitos produzem sobre a notícia. Partindo da noção de que o melhor método é aquele que dar conta do objeto de pesquisa, verifica-se que métodos e procedimentos oriundos da antropologia são eficazes para os trabalhos jornalísticos em rádio.

A etnografia trabalha com a transposição do que é para aquilo que o pesquisador está vendo. No entanto, para dominar com clareza a realidade do grupo observado é fundamental que o pesquisador conheça o que já foi pesquisado, e na sequência maneje adequadamente a chegada a campo, o olhar, o está no local em contato com os “nativos” e a escrita, ou seja, a descrição densa.

Com um bom recorte e definidas as categorias de análise, a etnografia nas redações das emissoras de rádio pode revelar as frustrações dos jornalistas, as atitudes, o que existe por trás dos silêncios nos estúdios, entre outras percepções possíveis. Um conjunto de estruturas para se pensar o processo produtivo da notícia no rádio.

### Referências

FASANO, Patricia. **Mudança de estilo:** etnografia sobre a comunicação comunitária, cultura popular, rádio, participação, igreja católica e política nun bairro da Argentina. Tese (Doutorado

em Antropologia) - Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, 2011. Disponível em <http://www.lume.ufrgs.br/handle/10183/37827>. Acessado em 20 de setembro de 2015.

FARIAS, Patrícia; TRAVANCAS, Isabel Siqueira (Org). **Antropologia e comunicação**. Rio de Janeiro: Garamond, 2003.

FERRARETO, Luiz Artur. **Rádio: teoria e prática**. São Paulo: Summus, 2014.

GEERTZ, Clifford. (1973). **A Interpretação das Culturas**. Rio de Janeiro: Editora Aplicada 1989a.

GADINI Sérgio Luiz. **Dilemas da Pesquisa no Jornalismo Contemporâneo: da abrangência midiática à ausência de métodos específicos de investigação**. Trabalho apresentado no III Encontro Nacional de Pesquisadores em Jornalismo 27 a 29 de Novembro de 2005. Florianópolis / Sc. Disponível em: [http://sbpjour.kamotini.kinghost.net/sbpjour/admjour/arquivos/iiisbpjour2005 - ci - sergio\\_luiz\\_gadini.pdf](http://sbpjour.kamotini.kinghost.net/sbpjour/admjour/arquivos/iiisbpjour2005 - ci - sergio_luiz_gadini.pdf). Acessado em 30 de março de 2015.

LAGO, Claudia; BENETTI, Marcia (orgs.). **Metodologia de pesquisa em jornalismo**. 2. Ed. Petrópolis, RJ: Vozes, 2008.

MACHADO, Elias. **Metodologias de Pesquisa em Jornalismo: uma revisão histórica e perspectivas para a produção de manuais de orientação**. Brazilian Journalism Research - Volume 6 - Número 1 – 2010. Disponível em: <http://bjr.sbpjour.org.br/bjr/article/view/245>. Acessado em 21 de setembro.

MEDITSCH, Eduardo. **O Conhecimento do jornalismo**. Florianópolis: Editora da UFSC, 1996.

KROTH, Maicon Elias. **Rádio como dispositivo de midiaticização do social: um estudo do programa João Carlos Maciel**, Santa Maria/RS. Tese (Doutorado em Ciências da Comunicação) Universidade do Vale do Rio Sinos – Unisinos, São Leopoldo, 2012. Disponível em <http://www.repositorio.jesuita.org.br/handle/UNISINOS/4501>. Acessado em 18 de setembro de 2015.

SILVA, Cibele Lauria. **No texto Brasil de Todos os Cantos: programas radiofônicos musicais do Projeto Minerva pelo radialista J. da Silva Vidal na Rádio Bandeirantes de São Paulo**. Dissertação (Mestrado da Escola de Música) - Universidade Federal de Minas Gerais, Belo Horizonte, 2011. Disponível em <http://www.bibliotecadigital.ufmg.br/dspace/handle/1843/AAGS-8SMJCM>. Acessado em 19 de setembro de 2015.

TRAVANCAS, Isabel Siqueira. **O mundo dos jornalistas**. São Paulo: Summus, 1993.

\_\_\_\_\_. **A experiência etnográfica no campo da comunicação**. <http://www.symballein.com.br/pt/livros-e-artigos/artigos/120-a-experiencia-etnografica-no-campo-da-comunicacao-isabel-siqueira-travancas>. Acessado em 15 de setembro de 2015.

\_\_\_\_\_. **Fazendo etnografia no mundo da comunicação**. Disponível em: <https://marinasaraiva.files.wordpress.com/2013/04/etnografia-e-comunicacao.pdf>. Acessado em 15 de setembro de 2015.

WINKIN, Ives. **A Nova Comunicação**: da teoria ao trabalho de campo. Campinas: Papyrus Editora, 1998.



## As Paralimpíadas Rio-2016 nas ondas do rádio público brasileiro<sup>2</sup>

Guilherme Gonçalves Longo<sup>1</sup>

Programa de Pós-Graduação em Jornalismo (PPGJor) - UFSC

**Resumo:** Este artigo analisa a cobertura das Paralimpíadas Rio-2016 pelo rádio público brasileiro, com foco em produções da Empresa Brasil de Comunicação (EBC) e seus veículos. O *corpus* constitui-se dos programas Bate Bola Nacional, da Rádio Nacional do Rio de Janeiro, e A Voz do Brasil e Resenha Paralímpica, produzidos pela EBC e retransmitidos pelo conjunto das emissoras do país. Com metodologia quali-quantitativa, o objetivo é refletir sobre essas produções quanto ao espaço, conteúdo e estratégias de edição jornalística e linguagem empregada. Profissionais da área e pesquisadores criticam como o desporto paralímpico é tratado pela imprensa. Para basear a análise, traça-se também um histórico da relação do rádio público com o esporte e as diretrizes mais recentes da EBC sobre a cobertura esportiva. Como referenciais, são utilizados autores como Hilgemberg (2017), Zuculoto (2017) e Pappous e Souza (2016).

**Palavras-chave:** Radiojornalismo; Paralimpíadas Rio-2016; EBC; Rádio Nacional; A Voz do Brasil

---

<sup>1</sup> Mestrando do Programa de Pós-Graduação em Jornalismo da Universidade Federal de Santa Catarina (PPGJor/UFSC). Bolsista CAPES. Formado em Jornalismo pela UFSC, é membro do GIRAFÁ (Grupo de Investigação em Rádio, Fonografia e Áudio) e do GIPTele (Grupo Interinstitucional de Pesquisa em Telejornalismo), ambos certificados no CNPq. Contato: [guilherme.longo93@gmail.com](mailto:guilherme.longo93@gmail.com)

<sup>2</sup> A Profa. Dra. Valci Regina Mousquer Zuculoto é a professora orientadora do autor em sua pesquisa de mestrado no Programa de Pós-Graduação em Jornalismo da Universidade Federal de Santa Catarina (PPGJor UFSC).

## 1. Introdução

Desde a primeira edição, em 1960, os Jogos Paralímpicos têm se consolidado como o principal evento esportivo no mundo para atletas com deficiência. Ao longo de seus quase 60 anos, as Paralimpíadas cresceram, tornando-se um megaevento esportivo, como a Copa do Mundo e as Olimpíadas. E até o momento, as Paralimpíadas Rio-2016 se mostrou uma das mais importantes e controversas edições dos Jogos na história.

Em meio à crise econômica e política que passava o país, milhares de horas foram dedicadas à cobertura dos primeiros jogos olímpicos no Brasil e na América do Sul. Representou também um marco na cobertura esportiva do Brasil. Por outro lado, as Paralimpíadas receberam atenção consideravelmente menor da mídia brasileira, com pouco ou nenhum espaço dedicado ao evento em alguns dos principais veículos do país, mesmo com críticas à essa ausência nas redes sociais e tendo sido considerado um sucesso pelos atletas e a imprensa internacional. Um contraste, ao considerar a força das delegações brasileiras, que nos Jogos do Rio terminou em oitavo, com um total de 72 medalhas, o maior número já obtido pelos atletas em uma única edição.

Além do pouco espaço, profissionais da área também criticam a forma e a linguagem da cobertura dos esportes paralímpicos. Isso levou os Comitês a criarem guias de mídia sobre como cobrir esse tipo de esporte.

A EBC, Empresa Brasil de Comunicação, ligada ao Governo Federal e responsável pela radiodifusão pública do país, realizou ampla cobertura das Paralimpíadas em suas diversas produções e veículos. A motivação foi ancorada por dois documentos: primeiro, a Política de Esportes da EBC, fixada em 2010, que determina foco nas modalidades de menor visibilidade na imprensa. E segundo, as características da radiodifusão pública, delimitadas pela Unesco (2006), que defendem o atendimento ao interesse público, diversidade e pluralidade.

Este artigo analisa a cobertura das Paralimpíadas Rio-2016 feita pela EBC em três produções: o radiojornal A Voz do Brasil, o programa Resenha Paralímpica, ambos produzidos pela EBC e veiculados em cadeia nacional e o debate esportivo Bate-Bola Nacional, com veiculação de segunda à sexta em rede nas Rádios Nacional do Rio, Bra-

sília, Amazônia e Alto Solimões. Os procedimentos metodológicos deste artigo são a análise quantitativa, para verificação do espaço dedicado à cobertura e, com base no guia de mídia produzido pelos Comitês Paralímpico Internacional e Brasileiro (PAPPOUS E SOUZA, 2016), compreender o conteúdo, estratégias de edição jornalística e a linguagem empregada.

## **2. O rádio público e a sua relação com o esporte no Brasil**

A questão da radiodifusão pública e sua função para com a sociedade é um debate antigo, mas que na realidade brasileira ainda continua em voga. Em 2006, a Unesco divulgou um documento com indicadores que as emissoras deveriam incorporar, como a disseminação de cultura e conhecimento, o atendimento ao real interesse público, a universalidade, diversidade e pluralidade, a regionalização e a independência e autonomia (ZUCULOTO, 2017, p. 58-59).

No Brasil, o surgimento do rádio, nas décadas de 1920 e 1930 foi marcado por características similares às fixadas pela Unesco como base da radiodifusão pública, especialmente a disseminação da cultura e conhecimento. Mas além da transmissão de programas informativos, musicais e de variedades, o esporte também esteve presente desde o início, sendo responsável por profundas modificações no modo de se fazer rádio ao longo dos anos, principalmente com a introdução de novas tecnologias.

Em 12 de setembro de 1936, durante o governo Vargas, era realizada a primeira transmissão daquela que ficou conhecida como uma das mais importantes rádios da história do Brasil. Com os acordes de Luar do Sertão, entrava no ar pela primeira vez a PRE-8, Rádio Nacional do Rio de Janeiro. Na época, era parte de um dos principais grupos de mídia da época, o do jornal A Noite.

Quatro anos depois, em 1940, foi estatizada pelo governo. Mesmo se tornando um veículo de radiodifusão pública, a Nacional manteve sua gestão no formato comercial e se tornou uma referência nacional e mundial na Era de Ouro do rádio, sendo a líder disparada de audiência, tendo em seu elenco os principais nomes da comunicação

da época. A Nacional contava com uma programação que misturava programas de auditório, radionovelas e esporte, tendo uma grande relação com a cobertura esportiva.

Já no seu segundo dia no ar, a emissora fez a sua primeira transmissão esportiva, com um Flamengo x Fluminense e a narração de Oduvaldo Cozzi, um dos principais nomes da casa. Na Era de Ouro, a Nacional possuía um dos mais importantes times de esporte do país, com nomes como Jorge Curi, Antônio Cordeiro, César de Alencar e Pilar Drummond, que ficaram marcados pela final da Copa de 1950, onde o Uruguai venceu a seleção brasileira em pleno Maracanã lotado.

Também durante o governo de Vargas, surgiu A Voz do Brasil. Inicialmente com o nome de Programa Nacional, tinha como intenção a integração das regiões do país. O programa foi veiculado pela primeira vez em 22 de julho de 1935, sendo responsabilidade do Departamento de Propaganda e Difusão Cultural, subordinado ao Ministério da Justiça e Relações Exteriores.

A obrigatoriedade da transmissão apareceu em 1937 ou 1938, algo ainda não possível de determinar segundo pesquisas, primeiramente dentro do Distrito Federal e em 1939, no país inteiro. Mesmo com a queda de Getúlio, em 1945, o programa se manteve no ar e em 1946, passou a ser conhecido pelo seu nome atual, A Voz do Brasil.

Durante o período da ditadura, principalmente na década de 1970, A Voz do Brasil passou por uma reformulação onde o esporte foi incluído na pauta diária do programa. Isso foi motivado por uma pesquisa que revelou uma baixa audiência do noticiário. Assim, a cobertura esportiva ganhou espaço, principalmente durante os períodos de Copa do Mundo. O futebol também era interessante para A Voz do Brasil na época porque ajudava na divulgação de valores patrióticos (MATOS, 2001, p. 39).

Após o final da Era de Ouro, a Nacional passou por problemas quanto à sua identidade e função enquanto veículo público. Durante os anos 90, mas principalmente com a presidência de Luiz Inácio Lula da Silva, a radiodifusão pública esteve mais presente na pauta do governo, principalmente a revitalização do modelo. Um dos marcos da discussão sobre o modelo foi a criação da Empresa Brasil de Comunicação, a EBC.

Em 25 de outubro de 2007 foi publicado no Diário Oficial da União o decreto 6.246/2007, oficializando o surgimento da EBC. A Empresa nasceu da união de patrimônios e pessoal da Radiobrás e dos bens públicos da União que estavam sobre a guarda da Associação de Comunicação Educativa Roquette Pinto, que coordenava a TVE Brasil. A empresa pública está vinculada à Secretaria de Comunicação Social da Presidência da República.

Para a EBC, a cobertura jornalística de esportes se mostrou uma dúvida nos primeiros anos. Divulgar ou não divulgar? Se sim, quais modalidades? Mantém-se a predominância do futebol como na mídia tradicional ou se coloca como um diferencial? E, principalmente: qual a função social do esporte no contexto da radiodifusão pública?

Em um primeiro momento, a EBC optou pela retomada da cobertura e das transmissões esportivas em suas emissoras de rádio. Mas esse reinício não foi uma unanimidade dentro da EBC. Zuculoto (2017, p. 71) mostra uma troca de e-mails entre gestores da Empresa, onde criticam questões como o foco nos times do Rio de Janeiro, retomando práticas antigas da Nacional:

Não acredito que haja dúvida sobre a necessidade dos veículos da EBC oferecerem informações sobre o esporte ao seu público [...] não creio que apenas a tradição histórica justifique a retomada de produções de conteúdo que não se revelam adequadas ao nosso tempo [...] vejo no documento uma contradição com uma linha editorial clara da EBC quando se defende que a transmissão dos jogos de futebol dos clubes do Rio de Janeiro é uma imposição nacional. [...] a EBC nasceu justamente para romper com a tradição de concentração das informações distribuídas para todo o Brasil a partir da avenida Paulista e do Leblon.

Isso mostra uma preocupação com as práticas da emissora, que acabavam focando em uma modalidade e privilegiando apenas um ponto de vista, o carioca, o que vai contra a ideia de divulgação de conteúdos regionais, realmente realizando uma cobertura a nível nacional.

A resposta veio em 2010, quando a diretoria da EBC encaminhou ao Conselho Curador uma proposta de política de esportes e que resultou na resolução 03/2010, estabelecendo o diferencial da cobertura esportiva dos seus veículos. Logo na abertura do

documento, a diretoria discorre sobre a função e a contribuição que o esporte pode possibilitar ao integrar a grade de programação das emissoras:

A Diretoria-executiva avalia que a difusão de informações relativas a eventos esportivos nas diferentes modalidades, bem como a transmissão desses eventos, faz parte da missão da Empresa Brasil de Comunicação. Tal avaliação deriva da compreensão de que a prestação deste tipo de serviço contribui para a formação da cidadania, seja pela divulgação de práticas de saúde, civismo, superação das limitações, seja pelo fortalecimento da identidade cultural ou nacional, ao destacar feitos, vitórias e derrotas de equipes nacionais ou internacionais, bem de ídolos e desportistas. (EBC, 2010, p. 6)

No parecer produzido, anexado à resolução, a Câmara Temática de Jornalismo e Esportes do Conselho Curador afirma que a iniciativa da diretoria executiva é bem-vinda, principalmente “por trazer o esporte, reconhecidamente uma carência, em especial na programação da televisão, à atenção do Conselho” (EBC, 2010, p. 2).

Junto ao documento, o Manual de Jornalismo da EBC (2013) traz algumas das principais características da cobertura esportiva a ser feita pelos veículos e a radiodifusão pública brasileira. A proposta principal é a de ampliação do universo esportivo, percebendo como algo além dos resultados. Ter uma abordagem econômica, pensando o esporte como visto pelas pessoas e praticado pela população. Esse último, de acordo com o Manual, deve ter um papel especial nos veículos da EBC, como o esporte amador, pensando em fatores de promoção de saúde, mobilização e inclusão.

Entre as premissas, estão o esporte para além do futebol profissional, por mais que seja o principal catalisador da população, não focando apenas no alto rendimento. Também estão a cobertura dos eventos como oportunidade de incluir informações que despertem o interesse do torcedor por ações de cidadania e o combate à vida sedentária, além de oferecer análises independentes e a inclusão de pautas sobre assuntos como a formação de atletas e a violência nos estádios.

O Manual dedica, ainda, um item específico sobre a questão do esporte adaptado: “As práticas esportivas das pessoas com deficiência devem ser cobertas pelo jorna-

lismo da EBC em igualdade de oportunidade com as que são praticadas pelas demais pessoas” (EBC, 2013, p. 61).

Para a Rádio Nacional, a retomada da cobertura esportiva em sua programação foi essencial para a reconstrução da identidade da emissora, já que o esporte era algo presente desde o seu início.

A volta das grandes coberturas esportivas foi considerada fundamental pelos gestores da EBC para a recuperação da qualidade, popularidade e capacidade de agregar mais audiência, conferindo novamente uma identidade não apenas à Nacional como aos demais veículos da Empresa. A programação esportiva fez parte da grade da Nacional desde sua estreia e a marcou ao longo de toda sua história. (ZUCULOTO, 2017, p. 69)

### **3. As Paralimpíadas e os Jogos Rio-2016**

Os primeiros registros de prática esportiva por pessoas com deficiência datam do final do século XIX, em escolas especiais para alunos surdos ou cegos. Mas a gênese dos Jogos Paralímpicos está na Segunda Guerra Mundial. Foi na década de 1940 que teve início o movimento que levou à criação dos Jogos. O responsável, e idealizador do Movimento Paralímpico e das Paralimpíadas foi Ludwig Guttmann, um médico judeu alemão, que fugiu de seu país durante a Guerra, se refugiando na Inglaterra.

Lá, foi designado para o Centro de Tratamento de Stoke Mandeville, onde ocupou o cargo de diretor. Em um local especializado na reabilitação de soldados feridos em combate, Guttmann passou a introduzir o esporte como forma de reabilitação dos combatentes, introduzindo versões adaptadas de modalidades como basquete, tiro com arco e bilhar.

Simultaneamente aos Jogos Olímpicos de Londres, em 1948, Guttmann decidiu promover um evento esportivo para as pessoas com deficiência. Era a primeira edição dos Jogos de Stoke Mandeville, que com poucos anos cresceu e se tornou um evento internacional. Em 1960, os Jogos foram realizados pela primeira vez fora da Inglaterra. O local selecionado foi Roma, a sede das Olimpíadas daquele ano, sendo o surgimento oficial das Paralimpíadas, que passou a receber essa denominação a partir da edição seguinte, em Tóquio, em 1964.

A partir de Seul-1988, as Paralimpíadas passaram a ser realizadas na mesma sede olímpica, o que representou um fortalecimento do Movimento Paralímpico. Essa relação permanece até hoje, tanto para os Jogos de Verão quanto para os de Inverno.

Em 2 de outubro de 2009, na cidade de Copenhague, na Dinamarca, o Rio de Janeiro foi escolhido como sede dos Jogos Olímpicos e Paralímpicos de 2016. A cidade carioca desbancou as candidaturas de Chicago, Tóquio e Madrid, pelo direito de sediar os primeiros jogos sul-americanos da história. A vitória foi vista como uma grande conquista do governo do então Presidente Luiz Inácio Lula da Silva, em sua proposta de projetar para o mundo o crescimento político, social e econômico do país, junto com a eleição da Copa do Mundo de 2014.

Os sete anos que separaram a eleição do Rio como sede dos Jogos da Cerimônia de Abertura das Olimpíadas em 5 de agosto de 2016 foram marcados por uma mudança profunda das condições brasileiras e do apoio da população. A catarse vista na época se tornou um descontentamento com a realização da Rio-2016 devido à diversas denúncias de desvio de verbas, superfaturamento e polêmicas envolvendo a construção das arenas.

Ao longo de 2016 e durante os Jogos, o Brasil estava afundado em uma grave crise política, com o processo de impeachment de Dilma Rousseff, além da forte crise econômica. Diversas manifestações eram realizadas pelo país contra a realização da Rio-2016 e o clima era de desconfiança na capacidade brasileira em sediar dois dos maiores megaeventos esportivos do planeta.

As Olimpíadas foram consideradas um sucesso pela imprensa internacional e os atletas. Após o seu fim, as Paralimpíadas passaram a ser o centro das atenções e preocupações por diversos motivos. Principalmente pela pouca quantidade de ingressos vendidos até pouco mais de três semanas da Cerimônia de Abertura e a falta de verbas para a realização dos Jogos, que levou a mudanças na distribuição das modalidades pelas arenas. Mas a boa repercussão dos Jogos Olímpicos animou o brasileiro. No final, as Paralimpíadas Rio-2016 terminaram como a de segundo maior público da história, perdendo apenas para Londres-2012.

A participação brasileira em Paralimpíadas iniciou apenas na quarta edição dos Jogos, em Heidelberg, 1972. Naquela ocasião, a delegação nacional foi composta por 20 atletas, que voltaram sem medalhas. Nos jogos seguintes, em Toronto-1976, o Brasil subiu pela primeira vez no pódio. No *lawn bowls*, uma modalidade similar à bocha, só disputada em grama, veio a medalha de prata, iniciando um forte trajeto dos atletas brasileiros em Paralimpíadas.

O primeiro ouro veio apenas em 1984, nas Paralimpíadas realizadas em Nova York e Stoke Mandeville. Foi a melhor campanha brasileira até os jogos de Atenas, em 2004. A partir dos anos 2000, o Brasil tem se colocado como uma potência paralímpica, com suas performances nos Jogos cada vez melhor, além de um crescente número de atletas participantes. Em Londres, o país conseguiu sua melhor colocação no quadro de medalhas, terminando em 7º, com 21 ouros, 14 pratas e 8 bronzes. Mas foi em casa que conseguiu o maior número de medalhas da história.

Na Rio-2016, os atletas brasileiros subiram ao pódio 72 vezes. Foram 14 medalhas de ouro, 29 de prata e 29 de bronze entre os 278 participantes. Mas acabou em 8º no quadro de medalhas, fora do Top 5 almejado inicialmente pelo Comitê Paralímpico Brasileiro.

#### **4. O Radiojornalismo da EBC nas Paralimpíadas Rio-2016**

Para a análise proposta pelo artigo, o período selecionado compreende o intervalo entre 07/09/2016, data da Cerimônia de Abertura das Paralimpíadas Rio-2016 e 19/09/2016, dia seguinte à Cerimônia de Encerramento, totalizando 13 dias. Dos três programas, apenas o Resenha Paralímpica teve edições veiculadas aos finais de semana. Mas sua última edição foi ao ar em 18/09, dia do encerramento, totalizando 12 programas.

Tanto A Voz do Brasil quanto o Bate Bola Nacional são transmitidos apenas de segunda à sexta, mas o noticiário da EBC não é veiculado em feriados. Assim, enquanto o *corpus* do Bate-Bola é composto por 9 programas, A Voz do Brasil possui 8. Ainda

sobre A Voz do Brasil, foram selecionados apenas os 25 minutos iniciais, do Poder Executivo, o espaço onde são abordadas pautas como as das Paralimpíadas.

A escolha pelos programas se deu pela sua importância para a radiodifusão pública e a sua relação com o esporte. Enquanto A Voz do Brasil é um dos programas mais antigos ainda veiculados no Brasil, o Bate Bola é transmitido em cadeia pelas quatro rádios Nacional (Rio de Janeiro, Brasília, Amazônia e Alto Solimões) e aborda esportes além do futebol. Já o Resenha foi uma iniciativa da EBC para os Jogos, pensando na divulgação do esporte paralímpico para os ouvintes. Ele também era transmitido em cadeia nacional, mas não obrigatória, veiculado em três horários: 07h45, 14h03 e 18h30.

Para este artigo, analisou-se o material selecionado em três perspectivas: o espaço dedicado à cobertura das Paralimpíadas Rio-2016, os conteúdos e estratégias de edição jornalística, além da linguagem empregada. Para a verificação do espaço, utilizou-se como método a análise quantitativa, enquanto os conteúdos e a linguagem empregadas tomam como base o guia para a mídia produzido a pedido dos Comitês Paralímpicos Brasileiro e Internacional (PAPPOUS E SOUZA, 2016).

As oito edições de A Voz do Brasil analisadas totalizaram 3h21min de duração do noticiário do Poder Executivo, com uma média de 25 minutos por dia. Desse total, 35 minutos e 25 segundos foram dedicados aos Jogos Paralímpicos. O noticiário da EBC fez a atualização do quadro de medalhas e da performance dos brasileiros.

A parte dedicada às Paralimpíadas possuía a mesma estrutura: iniciava com uma vinheta exclusiva sobre os Jogos (“A Voz do Brasil nas Paralimpíadas”), seguido da atualização do quadro de medalhas, dando destaque para a performance dos paratletas brasileiros nas modalidades disputadas ao longo do dia. Além disso, quase todas as edições contaram também com entrevistas com medalhistas e pessoas envolvidas com o desporto paralímpico, como o chefe da delegação brasileira, Tubiba. O quadro era finalizado com um boletim sobre os Jogos, mas que nem sempre abordavam a questão esportiva.

Entre os boletins veiculados, as pautas abordavam o legado dos Jogos, as melhorias feitas nos aeroportos do Rio de Janeiro, as operações militares realizadas durante a Rio-2016 e o Bolsa Atleta, programa do governo de incentivo aos atletas de alto rendimento. Um ponto em comum que chamou a atenção foi o destaque dado às ações do Governo Federal para a realização das Olimpíadas e das Paralimpíadas. No caso da reportagem sobre as melhorias nos aeroportos, por exemplo, a equipe acompanhou uma cadeirante em seu trajeto no Galeão e, a cada comentário feito por ela sobre a obra, a repórter enfatizava que o Governo havia investido milhões na reforma.

Os boletins também possuíam outros problemas, como o caso da reportagem veiculada em 08/09, sobre turismo acessível no Rio de Janeiro, produzida pela repórter Taisa Dias. A matéria focou nas ações do Governo, inclusive trazendo uma entrevista com o Ministro Interino do Turismo Alberto Alves e fazendo um teste de acessibilidade na Feira de São Cristóvão. Mas em nenhum momento as pessoas com deficiência foram ouvidas para que pudessem julgar se as melhorias eram, de fato, efetivas. As sonoras exibidas eram apenas de donos de lojas da Feira, que falaram sobre como a falta de acessibilidade afastava potenciais clientes.

O tempo dedicado à cobertura do evento em A Voz do Brasil foi muito desigual. Duas edições, a de 08/09 (dia seguinte à Cerimônia de Abertura) e 16/09 (última edição antes da Cerimônia de Encerramento), dedicaram mais de 10 minutos para trazer informações dos Jogos, a primeira para falar da cerimônia e boletins sobre o Bolsa Atleta e o turismo acessível. O segundo contou com reportagens sobre a aprovação do Rio pelos turistas e a expectativa de fluxo no Galeão no dia 19, além de duas entrevistas, uma ao vivo com a repórter Taísa Dias sobre a sensação de cobrir as Paralimpíadas e a outra com o judoca Willians Araújo. Por outro lado, a de 15/09 não chegou a dedicar nem um minuto sequer para falar dos Jogos. Em 50 segundos, foram feitas atualizações ao vivo pelos locutores sobre os atletas brasileiros na canoagem, hipismo e atletismo.

O Resenha Paralímpica, em suas 12 edições, teve uma duração total de 2h01min23s, variando entre 9 e 13 minutos a cada programa. Diferente de A Voz do Brasil, o Resenha optou pela abordagem do esporte paralímpico por um viés que é pouco observado na imprensa. Aqui, o foco foi variado, indo desde a explicação da classifi-

cação funcional dos atletas e a situação dos atletas-guia, até debates considerados importantes para pessoas com deficiência, como o Estatuto da Pessoa com Deficiência, acessibilidade no Rio e o legado dos Jogos.

Todas as edições tiveram o mesmo formato. Primeiro, um boletim sobre a pauta que seria o foco da discussão, como a história das Paralimpíadas, acessibilidade no Parque Olímpico e as tecnologias empregadas no desporto adaptado. Em seguida, uma entrevista com pessoas especializadas no tema do dia, como profissionais da área de saúde, membros do Comitê Paralímpico Brasileiro e da Secretaria Especial da Pessoa com Deficiência. E para finalizar, um segundo boletim, dessa vez contando a história de atletas-chave da delegação brasileira, como Clodoaldo Silva, Daniel Dias, Terezinha Guilhaermina, Jovane Gissone, Yohansson Nascimento, entre outros. A história era contada pelos atletas ou por pessoas próximas, como pais e cônjuges.

As histórias dos atletas souberam trazer um equilíbrio entre a história por trás dos competidores e suas performances. Isso é importante, já que entre os próprios não existe consenso sobre como eles preferem ser representados na imprensa, como apresentado por Hilgemberg (2017) através de entrevistas com paratletas de diversas modalidades.

Tanto para o Resenha quanto para A Voz do Brasil, a questão das pautas relacionadas à Rio-2016 foram centrais, cumprindo algumas das características da radiodifusão pública fixadas pela Unesco (2006). Assim, corroboram também com pesquisadores como Schantz e Gilbert (2001), que defendem que a cobertura do esporte paralímpico deve ser similar à das demais modalidades que aparecem no noticiário esportivo.

O Bate Bola Nacional ia ao ar de segunda à sexta das 12h30 às 13h30 na época da Rio-2016. Entre 12h30 e 13h, era transmitido apenas nas Rádios Nacional do Rio de Janeiro e Brasília. As da Amazônia e Alto Solimões se juntavam à cadeia apenas na segunda metade do programa. No total, as nove edições utilizadas na análise totalizaram 9 horas, 3 minutos e 43 segundos de transmissão, enquanto as Paralimpíadas estiveram presentes em um total de 1 hora 32 minutos e 4 segundos.

A maior parte do conteúdo sobre as Paralimpíadas eram divulgadas dentro do quadro fixo “Momento Stadium”, fazendo referência ao programa da TV Brasil e da Rádio Nacional e o mais antigo ainda em veiculação na televisão brasileira na área esportiva. Em todas as edições, a repórter Astrid Nick apresentava atualizações dos brasileiros em competição, além do quadro de medalhas. Fora isso, sempre trazia notas, boletins ou entrevistas sobre outras questões referentes às Paralimpíadas.

Em especial no primeiro programa, no dia da abertura, Astrid trouxe a maior quantidade de conteúdos diferenciados dos Jogos, como uma breve explicação sobre a classificação funcional dos atletas, a repercussão de uma matéria do jornal inglês *The Guardian* sobre atletas que enganavam suas condições na hora da classificação e um boletim sobre a cerimônia de abertura, falando sobre o propósito do evento e a implantação do serviço de audiodescrição, com a intenção de aproximar os públicos da Rio-2016.

Assim como nos demais programas de mesa redonda, o tom do Bate Bola é mais descontraído. E isso fica bastante perceptível nos outros dois modos utilizados pela equipe de trazer conteúdo sobre as Paralimpíadas: os comentários e as atualizações ao vivo. Um exemplo do segundo é a conquista do ouro de Silvânia Costa no salto em distância feminino T11, em 16/09. Silvânia conseguiu a medalha em seu último salto, enquanto o Bate Bola ainda estava no ar e o anúncio foi bastante comemorado pelos presentes na mesa, inclusive com um sonoro “é ouro!”.

Já os comentários representam um formato pouco visto na divulgação e cobertura do esporte paralímpico. No Bate Bola, ele esteve presente seguindo o próprio modelo do programa. As duas modalidades de futebol das Paralimpíadas, o de 5 e o de 7, representaram a maior parte dos comentários. Muito porque toda a equipe do Bate Bola participou das transmissões dos jogos de ambos pela TV Brasil. Assim, era possível perceber um domínio maior dos comentaristas, abordando com profundidade a performance das seleções brasileiras. Outros pontos abordados como tópicos para discussão em mesa foram a meta do CPB no quadro de medalhas, a presença do público nas arenas e o tratamento dado ao paratleta pela imprensa.

A interatividade com o público também esteve presente no Bate Bola. Todos os dias a equipe abriu com uma pergunta para o público, pedindo sua resposta através do *What's App* do programa. Nas nove edições, duas foram sobre as Paralimpíadas. No primeiro dia, 07/09, perguntava aos ouvintes se era possível a delegação brasileira atingir a meta do CPB de terminar os Jogos entre os 5 melhores no quadro de medalhas. E no último dia, em 19/09, pedia ao público quais haviam sido os momentos mais emocionantes dos Jogos. Mas a interatividade do programa é um pouco falha. Nos nove dias analisados, em poucos as respostas foram lidas ao vivo.

Um dos problemas do Bate Bola e a sua divulgação de informações jornalísticas sobre as Paralimpíadas tem a ver com o seu horário de veiculação. Em todos os nove programas analisados, o Momento Stadium esteve presente apenas no primeiro bloco. Assim, os ouvintes da Nacional da Amazônia e do Alto Solimões receberam pouquíssimo conteúdo sobre os Jogos Paralímpicos, apenas atualizações de provas que aconteciam enquanto o programa ia ao ar. O que também vai contra as diretrizes de esporte da EBC, já que o segundo bloco é formado pelos comentários das partidas dos times de futebol cariocas e paulistas. Isso é um dos principais problemas apontados por Berger (2008) sobre os problemas no crescimento do desporto adaptado. De acordo com o autor, a pouca divulgação do esporte paralímpico faz com que o público tenha pouco conhecimento sobre, o que pode dificultar a criação de interesse no esporte.

## 5. Considerações finais

Os Jogos Rio-2016 representaram um momento singular para o jornalismo esportivo brasileiro, principalmente com o desafio de lidar com modalidades esportivas de pouca visibilidade na mídia. E para as Paralimpíadas, isso representou um desafio ainda maior, devido ao pouco espaço dedicado à essa cobertura e as especificidades das disputas do desporto paralímpico.

Após a audição do material, foi possível perceber que houve, por parte da EBC, um trabalho de trazer o esporte paralímpico para o público. Principalmente com a ideia de ir além da cobertura factual, mais tradicional na imprensa, abordando pautas que

explicassem a história e o funcionamento das Paralimpíadas para sua audiência através de boletins, entrevistas e no caso do Resenha, um programa inteiro dedicado a isso.

Entre os três programas, A Voz do Brasil e Resenha Paralímpica souberam trabalhar a cobertura de modo que cumprissem os critérios da radiodifusão pública fixados pela Unesco. Ao trazer pautas que abordassem a acessibilidade e o legado dos Jogos, além da explicação do esporte paralímpico, a EBC soube atender ao interesse de uma parcela do público impactada diretamente por essas questões. Já que de acordo com o Censo de 2010, a parcela de pessoas com deficiência representa 23,9% da população, quase um quarto do país. Mas uma falha acabou se destacando negativamente.

As pautas foram além da área esportiva. A acessibilidade e o legado estiveram bastante em voga, mas o modo de abordagem da temática representou um grande problema e uma lacuna importante em alguns boletins. Ao não trazer as pessoas com deficiência ou que trabalham com elas para discutir essas questões, o jornalismo da Empresa tirou a voz de quem seria diretamente impactado pelas condições e mudanças do Rio de Janeiro e do Parque Olímpico, sejam elas positivas ou negativas.

A autopromoção do Governo Federal foi outro ponto bastante notável, especialmente em A Voz do Brasil. Todos os boletins e entrevistas veiculados no programa faziam menção a alguma coisa promovida, construída ou apoiada pelo Governo, como o Bolsa Atleta, as obras de acessibilidade ou o trabalho das Forças Militares.

A linguagem empregada para se referir ao esporte paralímpico, questão-chave na promoção feita pelo Comitê Paralímpico Brasileiro, foi provavelmente o ponto mais positivo dessa análise. Ao empregar os termos sugeridos e usar tempo para explicar ao público as particularidades do esporte paralímpico, como as diferentes categorias em uma mesma modalidade, as equipes de jornalismo da EBC e da Rádio Nacional fizeram um serviço pouco visto na cobertura das Paralimpíadas Rio-2016.

Além das entrevistas e boletins, foi interessante notar o esporte paralímpico sendo pauta de mesa redonda, algo pouco presente na mídia brasileira. O Bate Bola acabou trazendo um novo viés para a cobertura, principalmente por essa abordagem similar à realizada diariamente com o futebol. Mas a maior parte dos comentários acabaram, de

qualquer jeito, voltados ao futebol paralímpico. O único problema é que esse conteúdo acabou ficando restrito a uma parcela do público da Nacional no Rio de Janeiro e em Brasília, com a questão da entrada em rede em horários diferentes da emissora da Amazônia e da estação do Alto Solimões. O que mostra que ainda há um longo caminho a ser percorrido não só pela equipe do Bate Bola, mas pela radiodifusão pública como um todo, para atingir os parâmetros determinados pela própria política editorial de esportes da EBC.

## Referências

BERGER, Ronald. Disability and the dedicated Wheelchair Athlete beyond the “Supercrip” critique. **Journal of Contemporary Ethnography**, Little Rock, v. 37, n. 6, p. 647-678, 2008

EMPRESA BRASIL DE COMUNICAÇÃO. Resolução n. 03, de 22 de fev. de 2010. **Dispõe sobre a Política de Esportes para a EBC**, Brasília, DF, fev. 2010

\_\_\_\_\_. **Manual de Jornalismo da EBC**. Brasília, 2013

HILGEMBERG, Tatiane. **Atleta real x Atleta de papel**. A perspectiva individual dos atletas paralímpicos e sua representação na mídia impressa. 2017. 221 p. Tese (Doutorado em Comunicação) – Programa de Pós-Graduação em Comunicação, Faculdade de Comunicação Social, Universidade do Estado do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, 2017

INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA. **Censo demográfico 2010: Características gerais da população, religião e pessoas com deficiência**. Rio de Janeiro, 2012

MATOS, Lidiane Leite de. **A Voz do Brasil**. Do Estado Novo ao Século XXI. 2001. 112 p. Monografia – Faculdade de Comunicação Social, Universidade Federal de Juiz de Fora, Juiz de Fora, 2001

PAPPOUS, Athanasios e SOUZA, Doralice Lange de. **Guia para a Mídia: como cobrir os Jogos Paralímpicos**. 2016. Disponível em: <http://www.cpb.org.br/documents/20181/0/Guia+para+a+m%C3%ADdia+Rio+2016/a26cb813-1e28-4e71-84d8-bd93ea393>. Acesso em: 29 jun. 2018

SCHANTZ, Otto; GILBERT, Keith. An ideal misconstrued: newspaper coverage of the Atlanta Paralympic Games in France and Germany. **Sociology of Sport Journal**, n. 18, p. 64-94, 2001

SILVA, Luciana Paula Bonetti; ZUCULOTO, Valci Regina Mousquer. A Voz do Brasil em sistematização de marcos e eventos históricos desde a criação do programa até os dias atuais. In: ENCONTRO NACIONAL DE HISTÓRIA DA MÍDIA, 11, 2017, São Paulo, SP. **Anais...** Porto Alegre: UFRGS, 2017

ZUCULOTO, Valci Regina Mousquer. Rádio Nacional do Rio de Janeiro – de emissora comercial nacional a rádio pública local. In: DEL BIANCO, Nélia; KLÖCKNER, Luciano; FERRARETTO, Luiz Artur (orgs.). **80 Anos das Rádios Nacional e MEC do Rio de Janeiro**. Porto Alegre, RS: ediPUCRS, 2017